

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN *ONLINE TRADING SYSTEM*
(PT. CIMB Securities Indonesia)**

JUFRIYANTO

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi nasabah terhadap minat menggunakan *online trading system* untuk mendukung aktivitas transaksi beli jual saham mereka sehari-hari, dengan menggunakan kerangka TAM. Berdasarkan kerangka TAM yang diajukan oleh Davis, diajukan model intervening yaitu sikap penggunaan. Sikap penggunaan dalam hal ini berperan sebagai variabel intervening pada pengaruh persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan online trading system.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap persepsi nasabah dalam menggunakan *online trading system* pada nasabah PT.CIMB Securities Indonesia khususnya di Jakarta dan sekitarnya. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Kuesioner dari 100 nasabah pemilik fasilitas online trading di PT.CIMB Securities yang memenuhi syarat sebagai sampel diuji dengan menggunakan *Path Analysis* pada program SPSS 21.

Hasil penelitian dan perhitungan statistik yang didapat bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap sikap akan tetapi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan online trading system sebesar 2,25%, kemudahan berpengaruh terhadap sikap dengan kontribusi sebesar 26,01%, manfaat berpengaruh terhadap sikap dengan besaran kontribusi adalah sebesar 5,24%, manfaat berpengaruh terhadap minat dengan besaran kontribusi sebesar 8,58% dan sikap berpengaruh terhadap minat dengan besaran kontribusi sebesar 32,71%.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa minat untuk menggunakan *online trading system* dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Implikasi dari penelitian ini bagi pihak manajemen perusahaan dan pengembang sistem online trading agar memperhatikan kembali faktor kepercayaan, kemudahan dan manfaat dalam menerapkan dan mengembangkan transaksi jual beli saham secara online pada sistem jual belinya.

Kata Kunci : kepercayaan, kemudahan, manfaat, sikap, minat

***EFFECT OF PERCEIVED CUSTOMERS INTENTION TO USE ONLINE
TRADING SYSTEM
(PT. CIMB Securities Indonesia)***

JUFRIYANTO

Abstract

The objective was test the influence of perceived of the customer against the intention in using the online trading system to support the activity of transaction buy selling their stocks daily, using the framework of TAM. Based on the framework of TAM presented by Davis, proposed intervening model namely the attitude of use. Use of the attitude in this case acts as the intervening variables on influence perceived of trust, perceived ease of use and the perceived usefulness intention to use online trading system.

This research was conducted with methods of survey against customer perceived in using online trading system on the customer of PT. CIMB Securities Indonesia, especially in Jakarta and its surrounding areas. Determination of the sample in this study using the method of non-probability sampling. Questionnaire of the customer 100 owners of online trading facilities at PT. CIMB Securities that qualify as sample tested using Path Analysis on the program SPSS.

The results of the research and statistical calculations that earned that trust does not have an impact on the attitude of influential trust but significantly to intention to use the online trading system amounted to 2.25%, the ease of use affects the attitude with the contribution of 26,01%, usefulness have an effect on the attitude with the magnitude of the contribution was of 5.24%, usefulness to interest with the magnitude of the contribution of 8.58% effect on intentionto use and attitude with the magnitude of the contribution of 32,71%.

It can be inferred that the intention to use the online trading system is influenced by the perceived of trust, ease of use of perceived and the perceived of usefulness. The implications of this research for the management company and the developer of the online trading system so that the trust factor reconsidered, ease of use and usefulness in implementing and developing the transaction of buying and selling stocks online on sale purchasing system.

Key words: *trust, ease of use, usefulness, attitude, intention to use*