

Pengaruh Teori TAM, Religiusitas dan Sikap Terhadap Niat Investor Berinvestasi Pada Saham Syariah di Indonesia

Riri Putri Dika^{1*)}, Shinta Bella²⁾, Nike Apriyanti³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia "YPTK"

*Email correspondence: riri.dika14@gmail.com

Abstract

The emergence of sharia investment products in the Indonesian capital market opens up opportunities for Indonesian Muslims to invest. At present, the growth of investors in Islamic stock investment has not developed significantly. Sharia Online Trading System (SOTS) is the first system in the world developed to facilitate sharia investment in conducting stock transactions in accordance with sharia principles. This study aims to examine the factors that influence the intention to invest in sharia shares in Indonesia with attitude as mediation using the Technology Acceptance Model (TAM) theory using a questionnaire in data collection. The population in this study comes from data on Islamic stock investors in Indonesia with a total of 382 respondents and the data was analyzed using descriptive SEM-PLS research. The results of the study found that there was an influence perceived ease of use, religiosity, investor attitudes towards investment intentions in sharia shares. Perceived ease of use, religiosity had an effect on attitudes. The perceived usefulness does not show an influence on investor attitudes and there is also no effect of the perceived usefulness on the intention to invest in sharia shares. Variables perceived ease of use and religiosity using attitude as mediation, a positive influence was found, but not with perceived usefulness in attitude as mediation on the intention to invest in sharia stocks.

Keywords: Attitude, Investment intentions, Perceived ease of use, Perceived usefulness, Religiosity.

Saran sitasi: Dika, R. P., Bella, S., & Apriyanti, N. (2023). Pengaruh Teori TAM, Religiusitas dan Sikap Terhadap Niat Investor Berinvestasi Pada Saham Syariah di Indonesia. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(03), 3593-3601. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10601>

DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10601>

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar modal merupakan instrumen yang sangat penting dalam ekonomi di Indonesia dan dunia. Salah satu usaha yang dilakukan oleh Indonesia untuk mendorong pertumbuhan ekonomi adalah dengan mengembangkan peranan investasi dipasar modal. Penelitian yang dijalankan oleh Saleem et al. (2016) mendukung bahwa pasar modal mampu mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan terdapat hubungan jangka panjang antara pasar modal dan pertumbuhan ekonomi. (Mansour et al, 2016) juga menyatakan, investor dipasar modal Indonesia telah berkembang dengan baik, namun kemauan masyarakat Indonesia untuk berinvestasi masih rendah berbanding dengan negara lain. oleh itu, pemerintah perlu meningkatkan niat masyarakat di Indonesia untuk berinvestasi dipasar modal agar

mereka dapat bersaing dengan investor dari negara lain (Wardani & Supiati, 2020).

Kemunculan produk investasi syariah dipasar modal Indonesia membuka peluang kepada masyarakat Islam di Indonesia untuk berinvestasi. Pasar modal syariah dikembangkan untuk menampung keperluan umat Islam yang ingin berinvestasi saham sesuai dengan prinsip syariah (Fauzan & Suhendro, 2018). Namun hakikatnya, saham syariah masih rendah daripada sasaran pertumbuhan. Ini adalah salah satu indikator bahwa mayoritas umat Islam di Indonesia belum mengaplikasikan sepenuhnya perilaku ekonomi Islam.

SOTS (*Syariah Online Trading System*) adalah kemudahan untuk transaksi perdagangan saham yang merupakan ekuitas dalam pasar pada transaksi saham. Dengan kata lain SOTS didukung oleh Fatwa DSN-MUI No. 80 menjadi sistem transaksi saham syariah secara online yang memenuhi prinsip-prinsip syariah

dalam pasar modal (Prasetya, 2017). Salah satu teori perilaku adalah penggunaan teknologi informasi dalam literatur sistem informasi pengelolaan yaitu *Technology Acceptance Model* (TAM). Teknologi informasi dalam penelitian ini adalah teknologi di sektor keuangan. Tingkah laku keuangan merupakan bagian penting dalam proses membuat keputusan (Ainia & Lutfi, 2019), yang berdasarkan penerapan psikologi manusia terhadap keuangan (Hamza & Arif, 2019).

Religiusitas merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku investor, variabel religiusitas juga dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku (Nugroho & Simajuntak, 2018). Religiusitas dapat diilhami berbeda-beda diantara investor yang menunjukkan perilaku dan ideologi berbeda (Abou-Youssef et al, 2015). Investor muslim yang taat beragama akan menghindari terlibat dalam kegiatan investasi yang dilarang agama dan memilih investasi yang sesuai dengan ajaran agama Islam, yaitu berinvestasi dalam saham syariah. Sehingga warga Indonesia juga dapat berinvestasi dalam saham yang tidak menyimpang dari peraturan Islam, sikap baik dan positif maupun negatif dibentuk bagaimana investor mempersepsikan manfaat dari saham syariah. Dalam konteks perilaku pengguna syariah didapati bahwa pengaruh sikap dan peranan mediasi secara umum masih jarang digunakan (Aziz & Afaq, 2018).

Oleh karena itu penelitian ini membicarakan jurang pengetahuan dengan menggunakan teori TAM untuk meramalkan niat investor menggunakan saham syariah di Indonesia dengan faktor-faktor yang mempengaruhi niat investor untuk berinvestasi di pasar saham yang berkonsepkan syariah di mana adalah sangat diperlukan.

Beberapa penelitian telah membenarkan pengaruh religiusitas terhadap niat dan perilaku dari penggunaannya (Bhuiyan et al., 2018). Tujuan TAM adalah memberikan penjelasan mengenai penentu dari penerimaan teknologi umum, yang dapat menjelaskan tingkah laku pengguna untuk menggunakan teknologi informasi (Xie et al, 2017).

1.2. Tinjauan Pustaka Dan Rumusan Hipotesis Niat Berinvestasi Dalam Saham Syariah

Niat berinvestasi adalah keinginan untuk mengetahui suatu jenis investasi melihat kelebihan, kekurangan, prestasi investasi tersebut dan sebagainya dengan tujuan mendapatkan informasi untuk membuat suatu keputusan (Saharuddin, 2020).

Bagaimanapun Grover, Kataria dan Maholtra (2022), menemui hubungan yang signifikan antara sikap dan juga niat perilaku terhadap investasi masing-masing individu. Menurut Pitchay et al. (2019), calon investor akan berkeinginan untuk berinvestasi dalam saham syariah apabila mereka memiliki keyakinan yang positif bahwa berinvestasi dalam saham merupakan suatu kegiatan yang menguntungkan, sebaliknya niat calon investor akan rendah jika mereka menganggap bahwa berinvestasi dalam saham syariah akan memberikan kerugian pada mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Tamara (2020) variabel niat berinvestasi membuat investor lebih memilih untuk berinvestasi kedalam obligasi merupakan tindakan yang tepat dan memberikan manfaat.

Persepsi Kebermanfaatan

Menurut Heermanto dan Patmawati (2017), persepsi kebermanfaatan adalah sejauh mana individu percaya bahwa suatu teknologi yang digunakan akan meningkatkan prestasi dari usaha mereka. Bagi UMKM di Indonesia, teknologi informasi dan persepsi kebermanfaatan berkolaborasi dengan niat untuk menggunakan suatu teknologi (Yanto et al, 2016). Menurut (Graafland, 2017) pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap niat untuk menetapkan perbankan secara online mempunyai pengaruh positif terhadap penerapan perbankan syariah di Pakistan secara online.

Sikap terhadap transaksi saham secara online dengan faktor niat untuk menggunakannya serta perilaku menggunakan perdagangan saham tersebut sangat ditentukan oleh persepsi kebermanfaatan oleh investor (Jantarakolica, 2018). Persepsi kebermanfaatan oleh investor terhadap penerimaan teknologi akan menghasilkan suatu prediksi yang lebih baik untuk menggunakan sumber informasi yang baru (Olumide, 2016).

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan menjelaskan tahap dimana pengguna berfikir bahwa sistem tertentu akan mempunyai pengaruh langsung terhadap prestasinya (Huei et al., 2018). Menurut penelitian Roca et al. (2019) variabel persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif dan memainkan peranan penting dalam meningkatkan penggunaan sistem perdagangan online. Jantarakolica (2018) menyatakan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dalam menentukan sikap

terhadap perdagangan saham secara online di Thailand yang kemudian mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan perdagangan saham secara online. Menurut Raut et al. (2018) sikap yang baik meningkatkan niat perilaku terhadap perdagangan saham secara online, investor bertransaksi secara nyaman akan meningkatkan sikap yang baik terhadap perdagangan saham secara online dan sikap yang baik akan mempengaruhi kemudahan dalam penggunaannya.

Religiusitas

Religiusitas akan menjadi keutamaan bagi pelanggan dalam memilih suatu produk yang ditawarkan oleh institusi keuangan dan bank. Ini menunjukkan bahwa institusi keuangan harus terus mematuhi prinsip syariah di Indonesia apabila menawarkan suatu produk kepada pelanggan (Ibrahim & Arshad, 2017). Semakin tinggi tingkat religiusitas investor, semakin besar mereka akan mematuhi prinsip dan etika Islam dalam proses membuat keputusan investasi yang menimbulkan kemungkinan lebih tinggi bagi mereka untuk memilih skema pelaburan Islam daripada skema konvensional (Abduh & Husin, 2018).

Religiusitas mempunyai pengaruh yang kuat terhadap suatu perilaku individu dalam membeli produk (Al Abdulrazak & Gbadamosi, 2017). Religiusitas oleh seseorang tidak selalu berdampak dengan perilaku investor di pasar modal, religiusitas tidak dapat menjamin perilaku yang sesuai dengan konsep halal ekonomi Islam (Asytuti, 2017). Simanjuntak & Dewantara (2014) menyatakan religiusitas mempengaruhi sikap dalam membaca label halal, jadi semakin baik sikap responden maka akan semakin baik juga sikap perilaku dalam membaca label halal suatu produk.

Sikap Investor

Sikap terhadap suatu perilaku dianggap sebagai variabel pertama yang mempengaruhi niat perilaku, apabila seseorang individu menghargai secara positif akan suatu perbuatan, maka dia memiliki keinginan untuk melakukan suatu perbuatan tertentu (Raut et al., 2018).

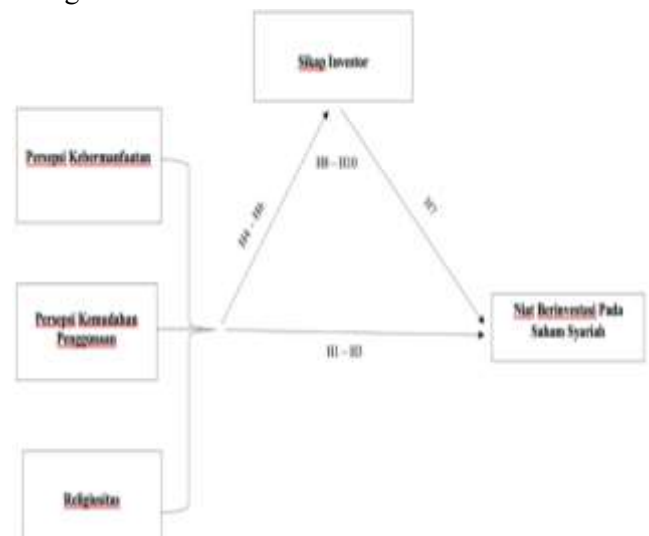
Aktivitas berinvestasi ditentukan oleh investor itu sendiri dan kebanyakan berdasarkan sikap mereka, para investor ini bertanggung jawab terhadap perilaku mereka. Oleh itu, jika sikap investor positif mereka berkemungkinan akan menunjukkan perilaku berinvestasi (Wanyoike, 2016).

Mediasi Sikap Investor

Mediasi sikap terhadap berinvestasi saham secara online di Iran adalah mediasi persepsi kebermanfaatan yang dirasakan dan niat berinvestasi untuk menggunakan investasi saham secara online. Kekuatan dari prediksi manfaat yang dirasakan akan menjelaskan mengenai niat dan sikap secara tidak langsung (Abroud et al., 2014). Menurut Ichwan & Kasri (2019) faktor-faktor yang mempengaruhi niat generasi muda pada kota Jakarta di Indonesia untuk berinvestasi melalui teknologi keuangan sangat dipengaruhi oleh variabel sikap yang walaupun sikap itu sendiri dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan.

Menurut Khursid (2018) terdapat pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas pada hubungan antara sikap perilaku terhadap keinginan atau niat pada perilaku pelajar jurusan bisnis diberbagai universitas di Pakistan. Bananuka et al. (2019) menyatakan sikap sebagai mediasi antara hubungan religiusitas dan niat untuk mengadopsi perbankan syariah antara masyarakat Uganda, dengan demikian perbankan syariah adalah salah satu sistem perbankan yang menjadi alternatif untuk masyarakat tersebut.

Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pikir penelitian yang telah disajikan maka ditetapkan hipotesa sebagai berikut:

- H1 : Persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada saham syariah.
- H2 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada saham syariah.
- H3 : Religiusitas berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada saham syariah.

- H4 : Persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap sikap investor.
- H5 : Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap investor.
- H6 : Religiusitas berpengaruh terhadap sikap investor.
- H7 : Sikap investor berpengaruh terhadap niat berinvestasi pada saham syariah.
- H8 : Persepsi kebermanfaatan memediasi sikap investor terhadap niat berinvestasi pada saham syariah.
- H9 : Persepsi kemudahan penggunaan memediasi sikap investor terhadap niat berinvestasi pada saham syariah.
- H10 : Religiusitas memediasi sikap investor terhadap niat berinvestasi pada saham syariah.

2. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari semua investor yang mengikuti sekolah pasar modal syariah pada kantor perwakilan Bursa Efek Indonesia di lima provinsi dengan jumlah investor saham syariah paling besar di Indonesia yaitu Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah dan Yogyakarta (Muslih, 2019). Total populasi dalam penelitian ini adalah 61.020 dan sampel dalam penelitian ini akan diambil menggunakan Rao Soft Sample Size Calculator dimana tingkat kepercayaan populasi 95% maka didapatkan hasil 382 responden, metode pengambilan sampel yaitu menggunakan *simple random sampling*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan kuisioner, cara pengumpulan data kepada responden via daring menggunakan daftar pertanyaan yang disusun sedemikian rupa sesuai indikator-indikator atau alat ukur yang relevan dengan tujuan penelitian. Terdapat lima bagian dalam kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala Likert dengan rincian 1=Sangat Tidak Setuju, 2=Tidak Setuju, 3=Agak Tidak Setuju, 4=Netral, 5=Agak Setuju dan 7=Sangat Setuju.

Penelitian ini menggunakan smart PLS versi 3.2.9 untuk mengukur dan menganalisis data serta untuk mendapatkan kesimpulan yang signifikan. Penelitian ini berhubungan dengan objektif utama dari penelitian ini yaitu untuk mencari hubungan yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Selain itu, menekankan terhadap pencarian hubungan yang memungkinkan untuk memastikan pengaruh mediasi pada variabel tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan terhadap tiga variabel bebas dan analisis ini dilakukan untuk menguji hubungan antara persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, religiusitas dan sikap investor terhadap niat berinvestasi pada saham syariah secara langsung dan tidak langsung.

Menurut Hair et al. (2017) *indicator reliability* adalah seperangkat variabel yang dapat diandalkan untuk sesuatu yang akan dievaluasi, *indicator reliability* dijelaskan oleh *outer loading* dan juga *convergent validity*, dan pendekatan PLS-SEM suatu ukuran telah memenuhi *convergent validity* jika telah memenuhi syarat *outer loading* sekurang-kurangnya 0.70.

Hair et al. (2014), menyatakan sekelompok indikator yang mengukur suatu variabel mempunyai *composite reliability* yang baik jika >0.70 meskipun tidak standar dan nilai ukuran AVE hendaklah lebih besar daripada 0.50. Berikut adalah nilai *Outer Loading* (LO), *Cronbach Alpha* (CA), *Composite Reliability* (CR) dan AVE pada variabel penelitian ini:

Tabel 1. Model Pengukuran Reflektif

Konstruk	Item	OL	CA	CR	AVE
Persepsi Kebermanfaatan			0.95	0.96	0.68
	PK1	0.85			
	PK2	0.85			
	PK3	0.74			
	PK4	0.76			
	PK5	0.76			
Persepsi Kemudahan Penggunaan			0.98	0.98	0.95
	PKP1	0.98			
	PKP2	0.98			
	PKP3	0.94			
	PKP4	0.98			
Religiusitas			0.98	0.98	0.93
	R1	0.98			
	R2	0.98			
	R3	0.98			
	R4	0.97			
	R5	0.91			
Sikap investor			0.98	0.98	0.82
	SLP1	0.97			
	SLP2	0.97			
	SLP3	0.91			
	SLP4	0.97			
	SLP5	0.97			
Niat			0.95	0.96	0.78

Konstruk	Item	OL	CA	CR	AVE
	NIA1	0.86			
	NIA2	0.86			
	NIA3	0.92			
	NIA4	0.93			
	NIA5	0.89			
	NIA6	0.83			
	NIA7	0.872			

Berdasarkan dari tabel 1 dapat diketahui indikator pada variabel penelitian memiliki *outer loading* antara 0.74-0.97 ini bermakna indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki *discriminant validity* yang baik, tabel 1 juga menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* antara 0.95-0.98 yang menunjukkan lebih besar dari 0.70 dengan demikian variabel dari penelitian telah memenuhi persyaratan sehingga bisa disimpulkan jika variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Pada nilai *composite reliability* juga lebih besar daripada 0.70, hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing dari variabel telah memenuhi persyaratan dan dapat disimpulkan keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Serta nilai AVE bagi semua variabel berada diantara 0.68-0.95 yang menunjukkan semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai *discriminant validity* yang baik karena nilainya lebih besar daripada 0.50.

Langkah selanjutnya adalah menilai hubungan antara hipotesis dan konstruk dalam model struktur, Hai et al. (2014) menyatakan bahwa nilainya harus lebih besar dari 0.10 untuk efek dari model yang spesifik. Namun Sebagian besar peneliti merekomendasikan bahwa hasil *path coefficient* harus signifikan pada tingkat 0.05.

Berikut hasil dari *path coefficient* pada penelitian ini:

Tabel 2. *Path Coefficient Model Struktur (N=382)*

Hipotesis	Path Coefficient	t-Statistic	P-Value	Signifikan (p<0.05)
H1 Persepsi Kebermanfaatan > Niat Melabur	-0.07	0.07	0.94	Tidak Signifikan
H2 Persepsi Kemudahan Penggunaan > Niat Melabur	0.46	4.07	0.00	Signifikan
H3 Religiusitas > Niat Melabur	0.76	2.75	0.00	Signifikan
H4 Persepsi Kebermanfaatan > Sikap Investor	0.02	0.24	0.80	Tidak Signifikan

Hipotesis	Path Coefficient	t-Statistic	P-Value	Signifikan (p<0.05)
H5 Persepsi Kemudahan Penggunaan > Sikap Investor	-0.62	3.71	0.00	Signifikan
H6 Religiusitas > Sikap Investor	0.55	5.94	0.00	Signifikan
H7 Sikap > Niat Melabur	0.67	11.43	0.00	Signifikan

Dalam tabel 2 dapat dilihat bahwa hipotesis 1, persepsi kemudahan penggunaan tidak mempunyai pengaruh terhadap terhadap niat investor. Hasil penelitian ini didukung oleh Thasrif et al. (2021), yang menyatakan bahwa niat untuk membeli kembali saham syariah tidak mempunyai pengaruh terhadap persepsi kebermanfaatan. Ini bermakna masyarakat Indonesia tidak terpengaruh dengan kemajuan teknologi yang diberikan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Manrai dan Gupta (2022) yang menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan didapati secara signifikan secara statistik dalam mempengaruhi niat investor di India untuk menggunakan informasi robot trading.

Pada hipotesis 2 didapatkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh terhadap niat berinvestasi, ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Niveditasri & Sanmitha, (2020) yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan akan lebih mudah bagi seseorang yang mempunyai tahap pemikiran untuk berinvestasi.

Pada hipotesis 3 yaitu religiusitas terhadap niat berinvestasi mempunyai pengaruh yang signifikan ini didukung oleh penelitian Purbowisanti et al. (2021) religiusitas telah terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat berinvestasi pada saham syariah. Hal ini juga selaras dengan penelitian (Khan et al., 2020). Namun hasil penelitian ini tidak sesuai dengan Shabrina et al. (2018) yang menunjukkan religiusitas tidak mempunyai pengaruh terhadap niat untuk menggunakan instrument syariah.

Hipotesis 4 menyatakan persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap sikap investor, tetapi dari hasil penelitian H4 tidak didukung oleh hasil penelitian ini. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Huei et al. (2018) yang meneliti persepsi kebermanfaatan teknologi kewangan di bank perdagangan di Heibei, China. Tetapi penelitian lainnya Hoque et al. (2018) terdapat hubungan yang

signifikan antara persepsi kebermanfaatan terhadap sikap pelanggan di Bank Merh untuk menggunakan teknologi keuangan e-perbankan.

Pada hipotesis 5 persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap investor terbukti berpengaruh signifikan, ini sesuai dengan penelitian Zheng et al. (2022) sikap didapati menjadi peramal terkuat untuk menggunakan teknologi keuangan melalui persepsi kemudahan. Hasil ini sama dengan dalam bidang informasi penggunaan perbankan internet (Rahi et al., 2017).

Hipotesis 6 menyatakan religiusitas berpengaruh terhadap sikap investor, ini didukung oleh hasil penelitian dan juga sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Zaid (2019) yang mendapati bahwa variabel religiusitas mempunyai hubungan yang kuat terhadap sikap terhadap bank Islam. Tetapi berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa religiusitas tidak mempengaruhi sikap pengguna untuk membeli asuransi Takaful (Aziz et al., 2019).

Pada hipotesis 7 sesuai dengan yang didapat pada hasil penelitian ini yaitu sikap investor berpengaruh terhadap niat berinvestasi yang hasil penelitian lainnya menunjukkan sikap yang positif, keyakinan diri akan meningkatkan niat seseorang untuk berinvestasi (Darman & Julia, 2021). Hal yang sama pada penelitian niat untuk menggunakan informasi keuangan syariah (Sardiana, 2021).

R^2 adalah salah satu pengukuran penting yang digunakan untuk mengevaluasi model struktural. Oleh karena itu, menurut Hair et al. (2014), R^2 merupakan indikator akurasi prediksi model dan dihitung sebagai korelasi kuadrat antara konstruk endogen tertentu. Berikut nilai R^2 dari penelitian ini:

Tabel 3. Hasil Nilai *R-square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Niat Berinvestasi Pada Saham Syariah	0.690	0.686
Sikap Investor	0.232	0.224

Nilai R^2 adalah dalam bentuk persen pada perwakilan variabel bebas pada variabel terikat, berdasarkan nilai R^2 yang dijelaskan dalam tabel 3 dapat disimpulkan bahwa variabel sikap investor dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, religiusitas sebanyak 23.20%, sisanya sebesar 76.80% oleh variabel lain yang tidak diteliti atau tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini.

Untuk variabel niat berinvestasi pada saham syariah, dapat dijelaskan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, religiusitas sebanyak 69.00% dan sisanya 31.00% oleh variabel lain yang tidak diteliti atau dimasukkan kedalam model penelitian ini.

Pada langkah berikutnya variabel sikap sebagai mediasi dimasukkan dan evaluasi difokuskan pada analisis pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi sikap investor terhadap niat berinvestasi, berikut hasil analisis dari keputusan dari penelitian:

Tabel 4. Analisis Signifikan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Hipotesis	Path Coefficient	t-Statistic	P-Value ($p < 0.05$)	Signifikan
H8 Persepsi Kebermanfaatan > Sikap > Niat Berinvestasi	0.01	0.24	0.80	Tidak Signifikan
H9 Persepsi Kemudahan Penggunaan > Sikap > Niat Berinvestasi	0.31	2.64	0.00	Signifikan
H10 Kepercayaan Terhadap Agama > Sikap > Niat Berinvestasi	0.37	5.74	0.00	Signifikan

Tabel 4 menunjukkan keputusan analisis yang tidak signifikan pada hipotesis H8 yaitu persepsi kebermanfaatan yang dimediasi sikap investor terhadap niat berinvestasi, ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Kumari dan Devi (2022), yang menyatakan persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap web teknologi Blockchain. Pada H9 mendukung penelitian ini bahwa persepsi kemudahan penggunaan yang dimediasi sikap terhadap niat melabur adalah signifikan, didukung dengan penelitian lainnya yang menyatakan persepsi kemudahan melalui sikap terhadap niat menggunakan mobile banking dalam teknologi keuangan (Lee-Lee et al., 2021). Hipotesis 10 religiusitas yang dimediasi oleh sikap investor terhadap niat berinvestasi juga diterima atau signifikan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kaawaase dan Nalukwago (2017) yang menunjukkan religiusitas dalam perbankan Islam di Uganda mempunyai hubungan yang positif dengan niat yang dimediasi oleh sikap.

4. KESIMPULAN

Pada penelitian ini dilakukan analisis dari 382 kuisisioner yang dibagikan kepada investor yang telah mengikuti sekolah pasar modal syariah di lima provinsi yang berisi pernyataan tentang persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, religiusitas, sikap investor dan niat berinvestasi. data penelitian ini dianalisis menggunakan metode kuantitatif dan untuk menguji hipotesis menggunakan Smart PLS versi 3.2.9.

Hasil dari penelitian ini didapati bahwa persepsi kemudahan penggunaan, religiusitas dan sikap investor berpengaruh secara signifikan terhadap niat investor untuk berinvestasi di saham syariah, dimana H2, H3 dan H7 diterima. Untuk hipotesis H5 dan H6 yaitu persepsi kemudahan penggunaan, religiusitas berpengaruh positif terhadap sikap investor. Untuk H1 dan H4, hipotesis ditolak karena persepsi kebermanfaatan terhadap niat berinvestasi dan persepsi kebermanfaatan terhadap sikap investor ditemukan tidak berpengaruh.

Pengaruh hubungan tidak langsung yang dimediasi oleh sikap ditemukan berpengaruh positif pada persepsi kemudahan penggunaan dimediasi sikap investor terhadap niat berinvestasi dan juga religiusitas yang dimediasi oleh sikap investor terhadap niat berinvestasi, sehingga H9 dan H10 diterima. H8 ditemukan tidak berpengaruh terhadap persepsi kebermanfaatan yang dimediasi oleh sikap investor terhadap niat berinvestasi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis serta mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi niat berinvestasi pada saham syariah, hubungan antar variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan yang merupakan variabel dari teori TAM dan juga variabel religiusitas serta untuk mengetahui peran dari mediasi yaitu sikap investor terhadap niat berinvestasi pada saham syariah.

Implikasi penelitian ini relevan bagi manajemen Bursa Efek Indonesia, perusahaan sekuritas dan analisis sistem informasi untuk lebih menekankan pada persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan serta religiusitas terhadap niat investor untuk berinvestasi pada saham syariah dari penggunaan teknologi keuangan SOTS dalam mengimplementasikan dan mengembangkan SOTS di sistem perusahaannya.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Yayasan Universitas Putra Indonesia “YPTK” dan LPPM Universitas Putra Indonesia “YPTK” yang telah mendukung sepenuhnya penelitian ini, dan tidak lupa kami ucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah bekerjasama dan berkontribusi terhadap penelitian ini sehingga penelitian ini dapat dilakukan.

6. REFERENSI

- Abduh, M., & Husin, T. M. T. T. (2018). Factors influence intention to opt for islamic investment schemes among market players. *Journal Global Review of Islamic Economics and Business*, 6(2), 2018.
- Abou-Youssef, M. M. H., Kortam, W., Abou-Aish, E., & El-Bassiouny, N. (2015). *Effect of religiosity on consumer attitudes toward Islamic banking in Egypt. International Journal of Bank Marketing*, 33(6), (pp. 786–807). pp. 786–807.
- Abroud, A., Farsani, F. A., & Sadeh, E. (2014). *Decompose technology acceptance model by economic value and trust perception to e-finance adaption. Springer;Pan - Pacific Business Association*, 8(19), (pp. 265–272). pp. 265–272.
- Ainia, N. S. N., & L. L. (2019). *The influence of risk perception, risk tolerance, overconfidence, and loss aversion towards investment decision making. Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 21(3), (pp. 401–413). pp. 401–413.
- Al Abdulrazak, R. M., & Gbadamosi, A. (2017). Trust, religiosity, and relationship marketing: a conceptual overview of consumer brand loyalty. *Society and Business Review*, 12(3), 320–339. <https://doi.org/10.1108/sbr-03-2017-0014>
- Aziz, S., Husin, M., Hussin, N., & Afaq, Z. (2019). *Factors that influence individuals' intentions to purchase family takaful mediating role of perceived trust* (pp. 81–104). pp. 81–104.
- Aziz, S. & Afaq, Z. (2018). *Adoption of islamic banking in Pakistan an empirical investigation. Cogent Business and Management*, 5(1).
- Bananuka, J., Kasera, M., Najjemba, G. C., Musimenta, D., Ssekiziyivu, B., Nakyejwe., & Kimuli, S. N. L. (2019). *Attitude: mediator of subjective norm, religiosity and intention to adopt islamic banking* (pp. 81–96). pp. 81–96.
- Bhuian, S. N., Sharma, S. K., Butt, I., & Ahmed, Z. U. (2018). *Antecedents and pro-environmental consumer behavior: The moderating role of religiosity. Journal of Consumer Marketing*, 35(3), (pp. 287–299). pp. 287–299.

- Chong, L. L., Ong, H. B., & Tan, S. H. (2021). Acceptability of mobile stock trading application: A study of young investors in Malaysia. *Technology in Society*, 64, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101497>
- Darman, D. S., & Julia, J. (2021). *Impact of returns, risk on interest in investing during the covid-19 pandemic* (pp. 1038–1046). pp. 1038–1046.
- Dewi, M. K. & Tamara, D. (2020). *The intention to invest in retail bonds in Indonesia*. (p. 188). p. 188.
- Fauzan, M., & Suhendro, D. (2018). *Peran pasar modal syariah dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia* (pp. 978–979). pp. 978–979.
- Graafland, J. (2017). Religiosity, attitude, and the demand for socially responsible product. *Journal of Business Ethics*, 144(1), 121–138.
- Grover, H., Kataria, A., & Maholtra, A. (2022). *A study of factors influencing investor's wealth management behaviour in Delhi* (pp. 20–28). pp. 20–28.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling*.
- Hair, J., Hult, M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A primer On Partial Least Squares Structural Equation Modelling (Pls-Sem)*. Sage: Thousand Oaks.
- Hamza, N., & A. I. (2019). *Impact of financial literacy on investment decisions: the mediating effect of big-five personality traits model* (pp. 43–60). pp. 43–60.
- Heermanto, S. B., & Patmawati, P. (2017). *Determinan penggunaan aktual perangkat lunak akuntansi pendekatan technolog acceptance model* (pp. 67–80). pp. 67–80.
- Hoque, M. E., Hashim, N. M. H., & Azmi, M. H. (2018). *Moderating effects of marketing communication and financial consideration on customer attitude and intention to purchase islamic banking products: a conceptual framework*. *Journal of Islamic Marketing* (pp. 799–822). pp. 799–822.
- Huei, C. T., Cheng, L. S., Seong, L. C., Khin, A. A., & Leh Bin, R. L. (2018). *Preliminary study on consumer attitude towards fintech products and services in Malaysia*. *International Journal of Engineering and Technology*, 7(2), (pp. 166–169). pp. 166–169.
- Ibrahim, Y., & Arshad, I. (2017). *Examining the impact of product involvement, subjective norm and perceived behavioral control on investment intentions of individual investors in Pakistan*. *Investment Management and Financial Innovations*, 14(4), (pp. 181–193). pp. 181–193.
- Ichwan, I., & Kasri, R. A. (2019). *Why are youth intent on investing through peer to peer lending? evidence from Indonesia*. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), (pp. 741–762). pp. 741–762.
- Jantarakolica, K. & Jantarakolica, T. (2018). *Acceptance of financial technology in thailand : case study of algorithm trading*. *Banking and Finance Issues in Emerging Markets*, 25 (pp. 255–277). pp. 255–277.
- Kaawaase, T.K. & Nalukwago, L. (2017). *Religiosity and islamic banking in Uganda*. *Makerere Business Journal*, 13(1) (pp. 70–93). pp. 70–93.
- Khan, S. U., Khan, I. U., Kahn, I., Din, S. U., & Khan, A. U. (2020). *Evaluating sukuk investment intentions in Pakistan from a social cognitive perspective*. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 12(3) (pp. 347–365). pp. 347–365.
- Kumari, A., & Devi, N. C. (2022). *Blockchain technology acceptance by investment professionals: a decomposed tpb model*. *Journal of Finacial Reporting and Accountancy*, 12(1), (pp. 45–59). pp. 45–59.
- Manrai, R., & Gupta, K. P. (2022). *Investor's perceptions on artificial intelligence (ai) technology adoption in investment services in India*. *Journal of Financial Services Marketing*, 28, (pp. 1–14). pp. 1–14.
- Mansour, I.H.F., Eljelly, A., & Abdalla, A. (2016). *Consumers' attitude towards e banking services in islamic banks: the case of Sudan*. *Review of International Business and Strategy*, 26(2) (pp. 244–260). pp. 244–260.
- Muslih, I. I. (2019). *Pemahaman Tentang Saham Syariah pada BEI IAIN Bengkulu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam)*. (Thesis). Institut Agama Islam Negeri), Bengkulu.
- Niveditasri, N., & Sanmitha, D. G. (2020). *Religious faith and its impact on investment and financial decisions*. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 25(2), (pp. 55–59). pp. 55–59.
- Nugroho A., Najib M., & S. M. (2018). *Factors affecting consumer interest in electronic money usage with theory of planned behavior (tpb)*. *Journal of Consumer Sciences*, 3(1), (pp. 15–27). pp. 15–27.
- Olumide, D. (2016). *Technology Acceptance Model as a Predictor Of Using Information System' to Acquire Information Literacy Skills*. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4) (pp. 741–762). pp. 741–762.

- Pitchay, A. A., Thas Thaker, M. A., Azhar, Z., & Mydin, A. A. (2019). *Factors persuade individuals' behavioral intention to opt for islamic bank services: malaysian depositors' perspective. Journal of Islamic Marketing, 11(1)*, (pp. 234–250). pp. 234–250.
- Prasetia, Y. S. (2017).). *Implementasi regulasi pasar modal syariah pada sharia online trading system (sots). Al-Tijary, 2(2)*, (pp. 133–144). pp. 133–144.
- Purbowisanti, R., Kusuma, H., & Hanafi, S. M. (2021). Muslim investor behavior in Indonesian capital markets: an extension of theory of planned behavior. *Journal of Economics, Finance and Management Studies, 4*, 1225–1234.
- Rahi, S., Ghani, M. A., & Alnaser, F. (2017). *Predicting customer's intentions to use internet banking: the role of technology acceptance model (tam) in e-banking. Management Science Letters, 7(11)*, (pp. 513–524). pp. 513–524.
- Raut, R. K., Das, N., & Kumar, R. (2018). *Extending the theory of planned behaviour: impact of past behavioural biases on the investment decision of Indian investors. Asian Journal of Business and Accounting, 11(1)*, (pp. 265–292). pp. 265–292.
- Saharuddin, H. (2020). *Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Transparansi Laporan Keuangan Terhadap Minat Millennial Berinvestasi Saham Pada Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa FEB Unismuh). (Tesis). Universitas Muhammadiyah, Makassar*.
- Saleem, B. M., Ben, Fakhfekh, M., & Hachicha, N. (2016). *Sukuk issuance and economic growth. Journal of Islamic Economics, Banking and Finance, 12(2)*, (pp. 224–234). pp. 224–234.
- Sardiana, A. (2021). *Moderating knowledge on planned behaviour theory toward intention of using islamic financial services. Li Falah Journal of Islamic Economics and Business Studies, 6(1)*, (pp. 92–108). pp. 92–108.
- Shabrina, Z., Yuliati, L. N., & Simanjuntak, M. (2018). *The effect of religiosity, pricing and corporate image on the attitude and the intention to use sharia micro financing. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship, 4(2)*, (pp. 197–206). pp. 197–206.
- Simanjuntak, M., & Dewantara, M. M. (2014). *The effects of knowledge, religiosity value, and attitude on halal label reading behavior of undergraduate students. ASEAN Marketing Journal, 6(2)*, (pp. 65–76). pp. 65–76.
- Thasrif, M., Nasir, A., Sorayanti, U. M., & Shabri, A. M. (2021). *Investigating repurchase intention on sharia shares: an empirical evidence of the sharia stock market in Indonesia. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(5)*, (pp. 761–768). pp. 761–768.
- Wanyoike, D. (2016). *Psychological Factors and Investment Decisions Among United States International University Students. Nairobi County, Kenya. (Thesis). United States International University-Africa., 11732*. Retrieved from <https://erepo.usiu.ac.ke/handle/11732/2371>
- Wardani, D. K., & . S. (2020). *Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal dan Persepsi atas Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. Jurnal Akuntansi Maranatha, 12(1)*, 13–22. <https://doi.org/10.28932/jam.v12i1.2044>
- Xie, Q., Song, W., Peng, X., & Shabbir, M. (2017). *Predictors for e-government adoption: integrating tam, tpb, trust and perceived risk. Electronic Library, 35(1)*, 2–20.
- Yanto, H., Handayani, B. D., Solikhah, B., & Mula, J. M. (2016). *the behavior of Indonesian SMEs in accepting financial accounting standard without public accountability. International Journal of Business Science and Applied Management, 6(1)*, 43–62.
- Zaid, Z. (2019). *Attitudes towards Islamic Banks: The Impact of Religiosity and the Moderating Role of Trust. International Journal of Accounting & Finance Review, 4(2)*, 29–36. <https://doi.org/10.46281/ijafr.v4i2.420>
- Zheng, K.W., Cheong, J.H., & Jafarian, M. (2022). *Intention to adopt robo-advisors among Malaysian retail investors: using an extended version of tam model. Proceedings of International Conference on Emerging Technologies and Intelligent Systems, 299*.