

Analisis Faktor-Faktor Penentu Keputusan Investor dalam Investasi Reksa Dana melalui E-Commerce = Analysis of Factors Determining Investors Decision to Invest in Mutual Fund through E-commerce

Metta, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20490365&lokasi=lokal>

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi intensi berinvestasi reksa dana melalui e-commerce atau online marketplace. Model penelitian mengacu pada teori transfer kepercayaan untuk menguji apakah persepsi kemiripan (perceived similarity) dengan produk digital lainnya – seperti produk mobile payment – berdampak pada kepercayaan investor dan kemudian mempengaruhi intensi investor untuk berinvestasi reksa dana yang ditawarkan melalui online marketplace disertai variabel literasi keuangan sebagai variabel moderator. Studi ini mengobservasi 180 responden dari Indonesia yang familiar dan sering melakukan transaksi online, yang diukur menggunakan skala likert dan regresi sebagai metodologi penelitian. Peneliti menemukan bahwa kesamaan antara produk digital lainnya dan kepercayaan investor terhadap sistem reksa dana konvensional mempengaruhi kepercayaan pada produk reksa dana di e-commerce dan berdampak pada intensi investor untuk berinvestasi reksa dana melalui online marketplace. Akan tetapi, peneliti juga menemukan bahwa literasi keuangan memperlemah hubungan tersebut.This study aims to analyze factors that influence the intention to invest in mutual funds through e-commerce or online marketplace. Researcher built the model based on the trust transfer theory to examine whether perceived similarity with other digital products- such as mobile payment product – effect in investor’s trust and then investor’s intention to invest in mutual fund offered through an online marketplace with financial literacy as moderating variable. This study observed 180 Indonesian respondents who are familiar and often purchase in online marketplace using likert scale and analyse the data using regression method. Researcher found that similarity with other digital product and the investors’ trust in conventional mutual fund system influence on trust in mutual fund products in e-commerce and effect to investor’s intention to invest in mutual fund through an online marketplace. However, researcher also found that financial literacy weaker that relationship.