

Analysis of Trust Factors Influencing Gen Z Investors in Investment Decision Making Using Robo-advisor Feature = Analisis Faktor Kepercayaan yang Mempengaruhi Investor Generasi Z dalam Pengambilan Keputusan Investasi Menggunakan Fitur Robo-advisor

Nafisah Ghaisani Adi Pertiwi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920529563&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor kepercayaan yang mempengaruhi Generasi Z (Gen Z) investor dalam proses pengambilan keputusan investasi mereka saat memanfaatkan fitur Robo-advisor. Dengan meningkatnya adopsi layanan penasihat Robo di kalangan investor muda, pengertian dinamika kepercayaan yang terlibat sangat penting bagi investor dan industri teknologi finansial. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor utama yang membentuk persepsi kepercayaan di kalangan investor Gen Z dan mengeksplorasi dampaknya terhadap keputusan investasi yang dibuat melalui roboadvisors. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh enam variabel independen utama, termasuk Reputasi, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Komitmen Layanan, Peraturan Pemerintah, dan Sikap terhadap Kecerdasan Buatan, pada variabel dependen Kepercayaan pada Vendor dan Kepercayaan pada Teknologi terhadap Kepercayaan pada Robo-advisor. Peneliti menggunakan teknik Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antar variabel dan mengevaluasi hipotesis yang diajukan. Di antara 228 responden yang dikumpulkan, temuan mengungkapkan bahwa Reputasi, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan secara positif mempengaruhi kepercayaan pelanggan pada vendor Robo-advisor. Selanjutnya, Komitmen Layanan, Peraturan Pemerintah, dan Sikap terhadap Kecerdasan Buatan berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan terhadap Teknologi Robo-advisor. Kemudian sebagai variabel mediasi, Kepercayaan pada Vendor dan Kepercayaan pada Teknologi berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan pada Robo-advisor. Dengan mengeksplorasi faktor kepercayaan ini, penelitian ini berupaya untuk meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana investor Generasi Z memandang dan mengevaluasi layanan Robo-advisory, yang pada akhirnya membantu investor dan industri teknologi finansial dalam membuat keputusan berdasarkan informasi.

.....The purpose of this research study is to analyze the trust factors that influence Generation (GenZ) investors in their investment decision-making process when utilizing the robo advisor feature. With the increasing adoption of Robo-advisory services among younger investors, understanding the trust dynamics involved is crucial for both investors and the fintech industry. This research aims to shed light on the key factors that shape trust perceptions among Gen Z investors and explore their impact on investment decisions made through robo-advisors. Specifically, this study aims to examine the impact of six main independent variables, including Reputation, Information Quality, Service Quality, Service Commitment, Government Regulation, and Attitude toward AI, on the dependent variables of Trust in Vendor and Trust in Technology towards Trust in Robo-advisor. The researcher employed the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique to examine the connections among variables and evaluate the proposed hypotheses. Among the collected 228 respondents, the findings revealed that Reputation, Information Quality and Service Quality positively affects customer's trust in robo-advisor vendors. Furthermore, Service

Commitment, Government Regulation dan Attitude toward AI positively affects customer's trust in robo-advisor technology. Afterwards as a mediating variable, Trust in vendors and Trust in Technologies positively affects customer's trust in robo-advisors. By exploring these trust factors, this research seeks to enhance our understanding of how Gen Z investors perceive and evaluate robo-advisory services, ultimately aiding investors and the fintech industry in making informed decisions.