

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA APLIKASI INVESTASI REKSADANA ONLINE DENGAN KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PALANGKA RAYA

Pebri Rahman¹, Muhammad Afrizal², Solikah Nurwati³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya

Email Korespondensi: pebrirahman31@gmail.com

Email: mhmdafrzaal21@gmail.com; solikah.nurwati@feb.upr.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived ease of use and perceived risk on the loyalty of online mutual fund investment application users, with user satisfaction as a mediating variable among students of Universitas Palangka Raya. This study uses a quantitative approach with a survey method involving 201 respondents selected through purposive sampling and proportionate stratified random sampling techniques. Data are collected through questionnaires and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS software. The results show that perceived ease of use has a positive and significant effect on user satisfaction ($p = 0.000$). Perceived risk also has a positive and significant effect on user satisfaction ($p = 0.012$). Furthermore, perceived risk has a positive and significant effect on user loyalty ($p = 0.006$), while user satisfaction has a positive and significant effect on user loyalty ($p = 0.009$). However, perceived ease of use does not have a significant direct effect on user loyalty ($p = 0.614$). The mediation analysis shows that user satisfaction mediates the effect of perceived ease of use on user loyalty, but does not mediate the relationship between perceived risk and user loyalty. These findings indicate that user satisfaction plays an important role in building user loyalty toward online mutual fund investment applications.

Keywords: Perceived Ease Of Use, Perceived Risk, User Satisfaction, User Loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap loyalitas pengguna aplikasi investasi reksadana online dengan kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Universitas Palangka Raya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 201 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dan proportionate stratified random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ($p = 0,000$), demikian pula persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ($p = 0,012$). Persepsi risiko juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna ($p = 0,006$), sedangkan kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna ($p = 0,009$). Namun, kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas pengguna ($p = 0,614$). Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa kepuasan pengguna mampu memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna, tetapi tidak memediasi hubungan persepsi risiko terhadap loyalitas pengguna. Temuan ini menegaskan bahwa kepuasan pengguna merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas pengguna aplikasi investasi reksadana online.

Kata kunci: Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Kepuasan Pengguna, Loyalitas Pengguna.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi besar dalam sektor keuangan, khususnya melalui hadirnya layanan investasi berbasis digital. Kemajuan teknologi investasi online ini dapat memberikan layanan terbaik bagi pengguna (Mazambani & Mutambara, 2020). Aplikasi investasi reksadana online menjadi salah satu inovasi yang mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitas investasi secara praktis, cepat, dan fleksibel. Niat penggunaan dalam konteks aplikasi investasi dapat diartikan sebagai niat untuk menggunakan aplikasi investasi online (Chong et al, 2021). Melalui aplikasi tersebut, pengguna dapat membuka rekening investasi, melakukan transaksi pembelian maupun penjualan produk reksadana, serta memantau perkembangan portofolio secara real time tanpa harus datang ke lembaga keuangan secara langsung. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital memiliki akses yang luas terhadap teknologi dan cenderung adaptif terhadap berbagai inovasi finansial berbasis aplikasi. Pelambatan dalam pertumbuhan jumlah investor dipengaruhi oleh niat untuk menggunakan aplikasi investasi online (Patil et al., 2020). Namun demikian, kemudahan akses tersebut tidak serta-merta menjamin terbentuknya loyalitas pengguna. Loyalitas dalam konteks aplikasi investasi tidak hanya ditentukan oleh ketertarikan awal, tetapi juga oleh pengalaman penggunaan yang dirasakan secara berkelanjutan.

Salah satu faktor yang diduga berperan penting dalam membentuk loyalitas adalah persepsi kemudahan penggunaan. Ketika suatu aplikasi dinilai mudah dipahami, tidak rumit dalam pengoperasian, serta memiliki sistem yang jelas dan sederhana, maka pengguna cenderung merasa nyaman dan terus menggunakannya dalam jangka panjang. Sebaliknya, apabila aplikasi dianggap kompleks dan menyulitkan, maka potensi pengguna untuk berpindah ke platform lain menjadi lebih besar. Selain kemudahan penggunaan, persepsi risiko juga menjadi faktor yang tidak dapat diabaikan dalam konteks investasi digital. Penelitian ini menganalisis faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan aplikasi Bibit untuk investasi reksadana di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner untuk mengumpulkan data dari responden yang merupakan pengguna aplikasi Bibit di universitas palangka raya dengan kriteria pengguna aplikasi Bibit yang telah melakukan investasi reksadana dan berusia minimal 17 tahun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk mengukur dan menganalisis data dengan tujuan menguji hubungan sebab akibat antar variabel. Kemajuan teknologi investasi memberikan dampak pada peningkatan pengguna aplikasi investasi online (Dziawgo, 2021).

Berdasarkan Badan Pusat Statistik jumlah mahasiswa Universitas Palangka Raya dalam kurun waktu 2021 hingga 2025 mengalami fluktuasi setiap tahunnya. Pada tahun 2021, jumlah mahasiswa tercatat sebanyak 18.638 orang, yang terdiri dari 8.323 mahasiswa laki-laki dan 10.315 mahasiswa perempuan. Pada tahun 2022, jumlah tersebut mengalami peningkatan menjadi 20.274 mahasiswa, dengan 9.151 laki-laki dan 11.123 perempuan. Namun, pada tahun 2023 terjadi penurunan jumlah mahasiswa menjadi 17.208 orang, terdiri dari 7.425 laki-laki dan 9.711 perempuan. Selanjutnya, pada tahun 2024 jumlah mahasiswa kembali meningkat secara signifikan menjadi 22.908 orang, dengan komposisi 8.854 laki-laki dan 14.054 perempuan, yang merupakan jumlah tertinggi selama periode tersebut. Pada tahun 2025, jumlah mahasiswa kembali menurun menjadi 18.180 orang, dengan 7.317 mahasiswa laki-laki dan 10.863 mahasiswa perempuan.

Secara keseluruhan, rata-rata jumlah mahasiswa Universitas Palangka Raya selama periode lima tahun tersebut adalah 19.441,6 orang, dengan rata-rata mahasiswa laki-laki sebanyak 9.677,4 dan mahasiswa perempuan sebanyak 11.213,2. Data ini menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa perempuan secara konsisten lebih tinggi dibandingkan mahasiswa laki-laki setiap tahunnya. Selain itu, fluktuasi jumlah mahasiswa mengindikasikan adanya dinamika dalam tingkat penerimaan maupun kelulusan mahasiswa dari tahun ke tahun. Data ini bersumber dari Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Tengah.

Penelitian mengenai perilaku pengguna dalam investasi digital telah banyak dilakukan. Penelitian oleh Kurniawati (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Namun penelitian tersebut masih berfokus pada minat investasi dan belum

mengkaji loyalitas pengguna aplikasi investasi. Penelitian lain oleh Andriani (2022) menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech, tetapi belum memasukkan persepsi risiko sebagai faktor yang memengaruhi perilaku pengguna serta belum mengukur loyalitas pengguna. Sementara itu, Pratama (2021) meneliti pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi mahasiswa dan menemukan pengaruh negatif, namun penelitian tersebut tidak menguji kemudahan penggunaan maupun loyalitas pengguna aplikasi. Penelitian Lestari (2022) juga mengkaji persepsi risiko terhadap loyalitas, tetapi objek penelitian masih pada e-wallet, bukan aplikasi investasi. Selain itu, Nugroho (2023) meneliti loyalitas pengguna aplikasi investasi digital, tetapi belum menguji kemudahan penggunaan dan persepsi risiko secara simultan.

Generasi ini memiliki potensi besar dalam mendorong perkembangan investasi syariah, termasuk saham syariah, melalui pemanfaatan platform digital dan aplikasi pasar modal yang semakin mudah diakses (Nugroho & Fitriani, 2021). Tingginya tingkat risiko yang dirasakan dapat memengaruhi tingkat kepercayaan dan pada akhirnya berdampak pada loyalitas pengguna terhadap aplikasi tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pengguna dalam layanan investasi berbasis digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antar variabel. Lokasi penelitian berada di Universitas Palangka Raya, dengan subjek penelitian mahasiswa yang telah menggunakan aplikasi investasi reksadana online. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Palangka Raya yang memiliki pengalaman menggunakan aplikasi tersebut, dengan jumlah populasi pada tahun akademik 2025 sebanyak 18.180 mahasiswa (Sugiyono, 2019). Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik keseluruhan (Sekaran & Bougie, 2016), yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dan proportionate stratified random sampling agar setiap fakultas terwakili secara proporsional. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 7%, diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 201 responden.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik berbasis SmartPLS. Tahapan analisis meliputi analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data (Indrajaya & Agustinanda, 2020), uji validitas konvergen (loading factor > 0,70) (Ariyanto, Herwin & Sujati, 2023), uji Average Variance Extracted (AVE > 0,50) (Berkatillah & Mujahadah, 2025), serta uji validitas diskriminan menggunakan metode Fornell-Larcker dan HTMT (Khasanah et al., 2023). Selanjutnya, dilakukan uji reliabilitas menggunakan Composite Reliability dan Cronbach's Alpha (> 0,70) (Kinanthi dkk., 2020), analisis model struktural (Prasetyo, 2025), serta pengujian koefisien determinasi (R-Square) (Hair et al., 2022), effect size (Sukoco, Iskandar & Naryanto, 2025), dan predictive relevance (Q-Square) (Candra, Kirana & Hadi, 2024). Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik bootstrapping dengan kriteria penerimaan berdasarkan nilai t-statistic > 1,96 atau p-value < 0,07 (Azis & Lestari, 2022; Puspitasari & Suyatno, 2023).

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS, diperoleh temuan bahwa variabel kemudahan penggunaan, persepsi risiko, kepuasan pengguna, dan loyalitas pengguna memiliki hubungan yang berbeda-beda dalam model penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, persepsi risiko dan kepuasan pengguna juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna aplikasi investasi reksadana online. Namun, kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pengguna. Temuan ini mengindikasikan bahwa loyalitas pengguna tidak hanya dibentuk oleh kemudahan penggunaan aplikasi, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

170

Indexed



SINTA 4

PKP|INDEX



aplikasi tersebut.

Nilai R-Square menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan dan persepsi risiko mampu menjelaskan variasi kepuasan pengguna sebesar 30,6%, sedangkan loyalitas pengguna dapat dijelaskan oleh kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan kepuasan pengguna sebesar 23,6%. Meskipun nilai tersebut masih berada pada kategori moderat, hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan perilaku pengguna aplikasi investasi reksadana online pada mahasiswa Universitas Palangka Raya. Di sisi lain, masih terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian yang berpotensi memengaruhi loyalitas pengguna, seperti kepercayaan, kualitas layanan, persepsi manfaat, maupun literasi keuangan.

Selain pengaruh langsung, penelitian ini juga menemukan adanya peran kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi. Kepuasan pengguna terbukti mampu memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna. Artinya, kemudahan penggunaan aplikasi tidak secara langsung meningkatkan loyalitas pengguna, tetapi terlebih dahulu meningkatkan kepuasan pengguna yang kemudian mendorong terbentuknya loyalitas. Sementara itu, peran mediasi kepuasan pengguna pada hubungan persepsi risiko terhadap loyalitas pengguna tidak menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi risiko lebih banyak memengaruhi loyalitas secara langsung dibandingkan melalui peningkatan kepuasan pengguna.

Berdasarkan hasil tersebut, pembahasan selanjutnya difokuskan pada interpretasi masing-masing hubungan antarvariabel yang telah diuji, sehingga dapat diketahui bagaimana kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan kepuasan pengguna berkontribusi dalam membentuk loyalitas pengguna aplikasi investasi reksadana online pada mahasiswa Universitas Palangka Raya. Temuan-temuan tersebut kemudian dibandingkan dengan teori dan hasil penelitian terdahulu untuk memperkuat argumentasi ilmiah penelitian ini.

a. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi investasi reksadana online pada mahasiswa Universitas Palangka Raya.

Tabel 1: Hasil SPSS Pengaruh Kemudahan Pengguna terhadap Kepuasan Pengguna

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kemudahan pengguna - Kepuasan pengguna	0.422	0.429	0.088	4.805	0.000

Temuan ini dibuktikan melalui nilai koefisien jalur sebesar 0,422 dengan nilai t-statistic sebesar 4,805 dan p-value sebesar 0,000, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan aplikasi maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Kemudahan penggunaan merupakan persepsi pengguna mengenai sejauh mana suatu sistem dapat dipahami dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Dalam konteks aplikasi investasi reksadana online, kemudahan penggunaan tercermin dari kemudahan memahami tampilan aplikasi, kemudahan mengakses fitur-fitur investasi, kemudahan melakukan transaksi, serta kemudahan memperoleh informasi mengenai portofolio investasi. Ketika aplikasi mampu memberikan pengalaman penggunaan yang sederhana dan tidak rumit, pengguna akan merasa lebih nyaman dalam melakukan aktivitas investasi sehingga menimbulkan kepuasan.

Mahasiswa sebagai generasi digital cenderung memilih aplikasi yang praktis dan efisien. Kemudahan dalam melakukan registrasi, pembelian produk reksadana, pemantauan perkembangan investasi, hingga pencairan dana menjadi faktor yang dapat meningkatkan persepsi positif terhadap

aplikasi. Pengguna yang tidak mengalami hambatan teknis selama menggunakan aplikasi akan memiliki pengalaman yang lebih baik sehingga tingkat kepuasannya meningkat.

Temuan penelitian ini mendukung penelitian Andriani (2022), Hastuti (2023), dan Lokadwara (2023) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pengguna layanan keuangan digital. Semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin tinggi kemungkinan pengguna merasa puas karena aplikasi mampu memenuhi kebutuhan mereka secara efektif dan efisien.

Dengan demikian, penyedia aplikasi investasi perlu terus menyederhanakan sistem, meningkatkan kualitas antarmuka pengguna (user interface), serta memastikan seluruh fitur dapat digunakan dengan mudah oleh berbagai kalangan pengguna. Upaya tersebut dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat posisi aplikasi di tengah persaingan industri investasi digital.

b. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Pengguna

Dalam layanan investasi digital, risiko menjadi aspek yang sangat diperhatikan oleh pengguna karena berkaitan langsung dengan keamanan dana dan data pribadi. Risiko yang dimaksud meliputi risiko kerugian finansial, risiko keamanan informasi, ketidakpastian hasil investasi, serta keamanan sistem transaksi. Pengguna akan merasa lebih puas apabila aplikasi mampu memberikan perlindungan yang memadai terhadap berbagai potensi risiko tersebut.

Tabel 2: Hasil SPSS Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Kepuasan Pengguna

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Prepsesi Resiko - Kepuasan pengguna	0.205	0.197	0.082	2.503	0.012

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai koefisien sebesar 0,205, nilai t-statistic sebesar 2,503, dan p-value sebesar 0,012. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap risiko dalam penggunaan aplikasi investasi memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat kepuasan pengguna. Mahasiswa yang menjadi responden penelitian cenderung menilai keamanan aplikasi sebagai faktor penting sebelum melakukan investasi. Mereka menginginkan adanya jaminan bahwa dana yang diinvestasikan aman dan informasi pribadi tidak disalahgunakan. Oleh karena itu, semakin baik pengelolaan risiko yang dilakukan oleh penyedia aplikasi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi (2022), Hero dkk. (2023), serta Rahmawati dan Hidayat (2020) yang menjelaskan bahwa persepsi risiko merupakan faktor yang memengaruhi sikap dan perilaku pengguna dalam menggunakan layanan keuangan digital. Pengguna akan merasa lebih nyaman dan puas apabila mereka yakin bahwa risiko yang mungkin terjadi dapat diminimalkan melalui sistem keamanan yang baik.

Berdasarkan temuan tersebut, penyedia aplikasi investasi perlu meningkatkan sistem keamanan, memperkuat perlindungan data pribadi, menyediakan informasi risiko investasi secara transparan, serta meningkatkan edukasi kepada pengguna mengenai cara berinvestasi yang aman.

c. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna.

Tabel 3: Hasil SPSS Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Pengguna

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kemudahan pengguna - Loyalitas pengguna	0.057	0.050	0.113	0.505	0.614

Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien sebesar 0,057 dengan nilai t-statistic sebesar 0,505 dan p-value sebesar 0,614 yang lebih besar dari tingkat signifikansi yang digunakan. Dengan demikian, kemudahan penggunaan tidak secara langsung mampu meningkatkan loyalitas pengguna aplikasi investasi reksadana online.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna menganggap aplikasi mudah digunakan, kondisi tersebut belum tentu membuat mereka tetap setia menggunakan aplikasi dalam jangka panjang. Loyalitas pengguna dalam layanan investasi digital tidak hanya ditentukan oleh kemudahan penggunaan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti keamanan, kualitas layanan, keuntungan investasi, kepercayaan terhadap perusahaan, serta pengalaman penggunaan secara keseluruhan.

Bagi pengguna aplikasi investasi, kemudahan penggunaan telah menjadi standar yang harus dimiliki oleh setiap aplikasi. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan tidak lagi menjadi faktor pembeda yang mampu menciptakan loyalitas secara langsung. Pengguna akan tetap mempertimbangkan aspek lain yang lebih strategis sebelum memutuskan untuk terus menggunakan suatu aplikasi investasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas pengguna lebih dipengaruhi oleh pengalaman yang dirasakan setelah menggunakan aplikasi dibandingkan hanya oleh persepsi kemudahan penggunaan. Oleh karena itu, penyedia aplikasi perlu memberikan nilai tambah lain seperti keamanan yang tinggi, kualitas layanan yang baik, dan fitur investasi yang inovatif agar mampu mempertahankan pengguna dalam jangka panjang.

d. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Loyalitas Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna dengan nilai koefisien sebesar 0,237, nilai t-statistic sebesar 2,735, dan p-value sebesar 0,006. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi pengguna terhadap keamanan dan pengelolaan risiko memiliki peran penting dalam membentuk loyalitas pengguna aplikasi investasi reksadana online.

Investasi merupakan aktivitas yang memiliki tingkat ketidakpastian sehingga faktor keamanan menjadi pertimbangan utama bagi pengguna. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi mampu melindungi dana investasi dan data pribadi mereka, maka tingkat kepercayaan terhadap aplikasi akan meningkat. Kepercayaan tersebut kemudian mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Tabel 4: Hasil SPSS Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Loyalitas Pengguna

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Prepsesi Risiko - Loyalitas pengguna	0.237	0.238	0.087	2.735	0.006

Mahasiswa sebagai investor pemula cenderung lebih sensitif terhadap berbagai bentuk risiko investasi. Oleh karena itu, aplikasi yang mampu memberikan informasi yang jelas mengenai risiko investasi serta menyediakan sistem keamanan yang kuat akan lebih mudah memperoleh loyalitas

pengguna. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Chong et al. (2021), Mazambani dan Mutambara (2020), serta Patil et al. (2020) yang menyatakan bahwa keamanan dan pengelolaan risiko merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas pengguna layanan keuangan digital.

Dengan demikian, perusahaan penyedia aplikasi investasi perlu terus meningkatkan sistem keamanan transaksi, menerapkan teknologi perlindungan data yang lebih baik, serta membangun komunikasi yang transparan mengenai risiko investasi kepada pengguna.

e. Pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap Loyalitas Pengguna

Kepuasan pengguna merupakan hasil evaluasi pengguna terhadap pengalaman yang diperoleh selama menggunakan aplikasi. Pengguna yang merasa puas akan cenderung memiliki sikap positif terhadap aplikasi, melakukan penggunaan secara berulang, serta merekomendasikan aplikasi kepada orang lain.

Tabel 4: Hasil SPSS Pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap Loyalitas Pengguna

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kepuasan pengguna - Loyalitas pengguna	0.295	0.301	0.114	2.597	0.009

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna dengan nilai koefisien sebesar 0,295, nilai t-statistic sebesar 2,597, dan p-value sebesar 0,009. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna, maka semakin tinggi pula loyalitas pengguna terhadap aplikasi investasi reksadana online. Dalam penelitian ini, kepuasan pengguna terbentuk melalui pengalaman positif dalam menggunakan aplikasi, seperti kemudahan akses, kualitas fitur, kenyamanan bertransaksi, dan keamanan sistem. Ketika harapan pengguna terpenuhi bahkan melebihi ekspektasi mereka, maka tingkat kepuasan akan meningkat dan pada akhirnya membentuk loyalitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Putra dan Rahmiati (2021), Dewi dan Rastini (2020), serta Prasetya dan Nurmahdi (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang memengaruhi loyalitas pengguna pada layanan berbasis digital. Oleh karena itu, perusahaan perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan dan pengalaman pengguna agar kepuasan tetap terjaga sehingga loyalitas pengguna dapat dipertahankan dalam jangka panjang.

f. Peran Mediasi Kepuasan Pengguna

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepuasan pengguna mampu memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna dengan nilai koefisien sebesar 0,125, nilai t-statistic sebesar 1,963, dan p-value sebesar 0,050. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak secara langsung meningkatkan loyalitas pengguna, tetapi terlebih dahulu meningkatkan kepuasan pengguna yang kemudian mendorong terbentuknya loyalitas.

Temuan ini menunjukkan bahwa pengguna tidak akan menjadi loyal hanya karena aplikasi mudah digunakan. Loyalitas akan terbentuk ketika kemudahan penggunaan tersebut menghasilkan pengalaman yang memuaskan. Dengan kata lain, kepuasan pengguna berperan sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani hubungan antara kemudahan penggunaan dan loyalitas pengguna.

Sementara itu, pengaruh tidak langsung persepsi risiko terhadap loyalitas pengguna melalui kepuasan pengguna tidak terbukti signifikan karena memiliki nilai p-value sebesar 0,073. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi risiko lebih banyak memengaruhi loyalitas secara langsung dibandingkan melalui kepuasan pengguna.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa kepuasan pengguna merupakan variabel yang sangat penting dalam membangun loyalitas pengguna aplikasi investasi reksadana online. Oleh

karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kemudahan penggunaan, keamanan sistem, kualitas layanan, dan pengalaman pengguna agar tercipta kepuasan yang tinggi dan pada akhirnya memperkuat loyalitas pengguna.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap loyalitas pengguna aplikasi investasi reksadana online dengan kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Universitas Palangka Raya, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Aplikasi yang mudah dipahami, memiliki tampilan yang sederhana, serta proses penggunaan yang tidak rumit mampu memberikan pengalaman yang positif bagi pengguna sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Persepsi risiko terbukti memberikan pengaruh yang berlawanan terhadap kepuasan pengguna. Semakin tinggi tingkat risiko yang dirasakan, baik terkait keamanan data maupun potensi kerugian finansial, maka tingkat kepuasan pengguna cenderung menurun. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keamanan dan kepercayaan menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dalam penggunaan aplikasi investasi.

Selanjutnya, kemudahan penggunaan juga berpengaruh terhadap loyalitas pengguna, di mana pengguna cenderung tetap menggunakan aplikasi yang dianggap praktis dan efisien. Sebaliknya, persepsi risiko yang tinggi dapat menurunkan loyalitas karena menimbulkan rasa tidak aman dalam penggunaan aplikasi. Kepuasan pengguna dalam penelitian ini terbukti menjadi faktor yang sangat menentukan dalam membentuk loyalitas, karena pengguna yang merasa puas akan lebih cenderung untuk terus menggunakan aplikasi serta merekomendasikannya kepada orang lain. Selain itu, kepuasan pengguna juga berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap loyalitas pengguna. Dengan demikian, peningkatan kemudahan penggunaan serta penurunan persepsi risiko tidak hanya berdampak secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas pengguna aplikasi investasi reksadana online.

REFERENSI

- Ahdiat, A. (2023). Jumlah Penduduk di 34 Provinsi Indonesia Tahun 2022. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/02/jumlah-penduduk-di-34-provinsi-indonesia-tahun-2022>
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2020).
- Andriani, R. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan fintech. *Jurnal Sistem Informasi dan Keuangan Digital*.
- Ariyanto, T., Herwin, H., & Sujati, H. (2023). Uji validitas dan reliabilitas konstruk instrumen tes kemampuan operasi hitung bilangan bulat menggunakan cfa. *AKSIOMA: Jurnal Program Studi Pendidikan Matematika*, 12(3), <http://dx.doi.org/10.24127/ajpm.v12i3.7482>
- Arifsa, S. B. (2023). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi reksadana online pada generasi milenial* (Tesis). Universitas.
- Azis, Y. M., & Lestari, F. (2022). Analisis Komparatif Variabel Independen E-learning terhadap Hasil Belajar Matematika dan Pemasaran Internasional Menggunakan Metode Bootstrap. *JURNAL PENDIDIKAN MIPA*, 12(3), <https://doi.org/10.37630/jpm.v12i3.685>
- Baddeley, M. (2017). *Behavioural economics: A very short introduction*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/actrade/9780198754992.001.0001>
- Berkatillah, A., & Mujahadah, S. (2025). THE INFLUENCE OF VILLAGE OFFICIAL COMPETENCE ON THE QUALITY OF PUBLIC SERVICES IN AMPUKUNG VILLAGE, KELUA SUB-DISTRICT, TABALONG REGENCY. *Journal of Development Administrations Thinking Understand: Public and Business Administration (DATU)*, 2(1), <https://doi.org/10.36658/datu.v2.i1.1285>

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id

175

Indexed



SINTA 4



- Candra, C., Kirana, K. C., & Hadi, S. (2024). Analysis of The Influence of Transformational Leadership Style And Work Discipline on Employee Innovation Performance With Motivation As An Intervening Variable At SDIT Yogyakarta. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 20(1), <https://doi.org/10.31967/relasi.v20i1.676>
- 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, 101497. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101497>
- Dewi, L. (2022). Pengaruh persepsi risiko terhadap niat menggunakan aplikasi investasi digital. *Jurnal Riset Ekonomi*.
- Dewi, N. P. R. C., dan Rastini, N. M. 2020. Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Online Customer Experience Terhadap E-Loyalty. *E-Jurnal Manajemen*, 9(5), 1816-1835 <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i02.p12>
- Dziawgo, T. (2021). Wealth Tech Impact on Wealth Management Sector. *EUROPEAN RESEARCH STUDIES JOURNAL*, XXIV(Issue 3B), 141–151. <https://doi.org/10.35808/ersj/2463>
Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with trust. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101889.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Cham: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hastuti, W. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat terhadap minat investasi reksadana online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 148–164. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i2.1808>
- Hero, H., Dkk. (2023). *Pengaruh literasi keuangan syariah, persepsi risiko, dan religiusitas terhadap minat investasi saham syariah pada generasi milenial di Kota Batam*. *Jurnal Manajemen dan Penelitian*. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12554>
- Indrajaya, S., & Agustinanda, J. A. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Uji Deskriptif Dan PLS Pada Perusahaan Multifinance. *Jurnal Ekonomi*, 25(3), <https://doi.org/10.30812/jtmp.v3i2.4721>
- Khasanah, S., Sasongko, D. P., Soniawati, D., Susanto, A., Yudono, D. T., & Dewi, P. (2023). Uji VALIDITAS DAN RELIABILITAS HYPERTENSION SELF MANAGEMENT BEHAVIOURS QUISSIONNARE (HSMBQ). *Jurnal Kesehatan Al-Irshad*, 16(2), <https://doi.org/10.36760/jka.v16i2.277>
- Kinanthi, M. R., Listiyandini, R. A., Amaliah, U. S., Ramadhanty, R., & Farhan, M. (2020). Adaptasi alat ukur DASS 21 versi Indonesia pada populasi mahasiswa. Seminar Nasional Psikologi dan Call for Paper UMB Yogyakarta 2020. Universitas Mercu Buana. https://www.researchgate.net/publication/339616412_Adaptasi_Alut_Ukur_DDAS-21_Versi_Indonesia_pada_Populasi_Mahasiswa
- Kurniawati, N. (2024). *Pengaruh literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap minat berinvestasi online melalui aplikasi Bibit* (Skripsi). Universitas Negeri.
- Lokadwara, D. A. (2023). *Pengaruh kepercayaan, legalitas, manfaat dan kemudahan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi online* (Skripsi). Universitas.
- Lusardi, A., Hasler, A., & Yakoboski, P. J. (2020). Building up financial literacy and financial resilience. *Mind & Society*, 19(2), 181–190
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital ShopeePay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1455–1463. <https://doi.org/10.26740/jptn.v9n3.p1455-1463>
- Mazambani, L., & Mutambara, E. (2020). Predicting FinTech innovation adoption in South Africa: the case of cryptocurrency. *African Journal of Economic and Management Studies*, 11(1), 30–50. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-04-2019-0152>
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan

- Nugroho, L., & Fitriani, E. (2021). Financial literacy, religiosity, and intention to invest in the Islamic capital market: Evidence from Indonesian millennials. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 7(2), 119–132. <https://doi.org/10.20885/JEKI.vol7.iss2.art3>
- Nugroho, T. (2023). Loyalitas pengguna aplikasi investasi digital di kalangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N. P., & Raghavan, V. (2020). Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal. *International Journal of Information Management*, 54, 102144. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144>
- Prasetya, C. H. A., dan Nurmahdi, A. 2019. Pengaruh Kualitas Aplikasi, Persepsi Harga dan Promosi Penjualan terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*.
- Prasetyo, A. (2025). Model Kepemimpinan Transformation dan Komitmen Afektif Terhadap Peningkatan Sumber Daya Manusia di Sekretariat Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(1), <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i1.18229>
- Pratama, A. (2023). Dampak literasi dan efikasi keuangan, persepsi risiko, dan pendapatan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Putra, A. P., dan Rahmiati, F. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Rahmawati, R., & Hidayat, R. (2020). Religiosity, risk perception, and financial literacy on investment decisions in the Islamic capital market. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 245–258. <https://doi.org/10.20473/jebis.v6i2.2020.245-258>
- Sari, M., & Putra, R. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi reksadana online pada mahasiswa. *Jurnal Manajemen Keuangan*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach (7th Edition)*. John Wiley & Sons .
- Sipayung, S. D. (2023). *Pengaruh literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi mahasiswa (Skripsi)*. Universitas.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukoco, M. G. A. M. L., Iskandar, R., & Naryanto, R. F. (2025). Diterimanya Hasil Belajar Evaluasi Pembelajaran Kejuruan: Peran Mediasi Motivasi Belajar. *Panthera: Jurnal Ilmiah Pendidikan Sains dan Terapan*, 5(4), <https://doi.org/10.36312/panthera.v5i4.698>
- Wijaya, A. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, keamanan dan literasi keuangan syariah terhadap minat investasi online generasi Z pada reksadana syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*.