Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (1) 2026, Page: 12387-12397

Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Pengguna Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ajaib Sebagai Sarana Investasi Online

Henoch Ageri Ginting[1], Feby Aulia Safrin[2], Onan Marakali Siregar[3]
[1]Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara
Corresponding Author: Name, Surname, e-mail: (Garamond 8, Bold, spacing 1, *spacing after 2*).

Published: Februari, 2026

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah membuat investasi *online* semakin diminati karena akses yang mudah dan tidak terbatas oleh lokasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kepercayaan pengguna (*trust*) terhadap minat menggunakan aplikasi Ajaib sebagai sarana investasi *online* di Kota Medan. Secara teoretis, penelitian ini berlandaskan pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan Davis (1989) serta literatur kepercayaan, dengan kemudahan penggunaan (X_1) dan kepercayaan pengguna (X_2) sebagai variabel independen, serta minat menggunakan (Y) sebagai variabel dependen. Hipotesis menyatakan bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, baik secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi linier berganda. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Skala Likert yang disebarkan kepada 100 responden pengguna Ajaib di Kota Medan selama Agustus–Oktober 2025, dengan teknik *purposive sampling* (usia ≥18 tahun, memiliki akun aktif, dan pernah bertransaksi). Ukuran sampel minimum ditentukan menggunakan rumus Cochran (tingkat kepercayaan 95%, margin of error 10%). Instrumen diuji validitas (korelasi produk momen) dan reliabilitas (Guttman Split-Half), serta asumsi klasik (normalitas Kolmogorov-Smirnov, multikolinearitas VIF, heteroskedastisitas scatterplot). Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji T (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi (Adjusted R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan (koefisien $\beta_1 = 0{,}373$; $t = 4{,}180$; $p < 0{,}001$), begitu pula kepercayaan pengguna (koefisien $\beta_2 = 0{,}449$; $t = 4{,}112$; $p < 0{,}001$). Secara simultan, model regresi signifikan ($F = 44{,}084$; $p < 0{,}05$) dengan nilai Adjusted $R^2 = 0{,}465$, yang berarti 46,5% variasi minat menggunakan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen tersebut. Mayoritas responden adalah generasi muda (usia 21–24 tahun, 59%), mahasiswa (55%), dengan frekuensi transaksi rendah (61% hanya 2–5 kali) dan instrumen utama saham (90%).

Kesimpulannya, peningkatan kemudahan penggunaan (melalui antarmuka intuitif, navigasi mudah, dan fleksibilitas) serta penguatan kepercayaan pengguna (melalui keamanan, transparansi, dan integritas layanan) merupakan strategi kunci bagi pengembang Ajaib untuk meningkatkan adopsi dan retensi pengguna, khususnya di kalangan generasi muda yang adaptif terhadap teknologi digital.

Keywords: Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Pengguna, Minat Menggunakan, Aplikasi Ajaib, Investasi Online

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah mengubah cara berinvestasi secara signifikan, terutama melalui investasi *online* yang menggantikan metode tradisional (Nurmiati, 2024:180). Di sektor keuangan, *fintech* berkembang pesat dengan menyediakan layanan pembayaran digital, pinjaman *online*, dan investasi berbasis aplikasi yang lebih cepat serta aman (Pristy, 2022). Investasi *online* menjadi pilihan populer karena memberikan akses mudah dengan tidak adanya batas waktu dan tempat,

sehingga siapa saja dapat ikut serta dalam pasar keuangan global hanya dengan beberapa langkah sederhana. Inovasi membuat adanya lebih banyak individu, termasuk investor pemula, untuk masuk ke pasar modal meskipun sebelumnya terkendala biaya tinggi dan keterbatasan lokasi (Saleh et al., 2025:27). Fenomena ini tidak hanya mengubah perilaku investor, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi dan inklusi keuangan di masyarakat.

Di Indonesia, perkembangan tersebut ditandai dengan bermunculannya berbagai platform investasi digital yang memfasilitasi masyarakat untuk berinvestasi dalam reksa dana, saham, kripto, dan instrumen lainnya. Kemudahan akses melalui ponsel serta proses yang disederhanakan membuat aplikasi digital menjadi favorit, khususnya di kalangan generasi muda. Namun, saat memilih platform, investor tidak hanya melihat popularitas atau fitur saja, hal tersebut nyatanya juga mempertimbangkan dua faktor utama: kemudahan penggunaan dan tingkat kepercayaan terhadap platform tersebut.

Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan elemen inti dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan Davis pada tahun 1989. Konsep ini merujuk pada keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi tertentu tidak memerlukan usaha besar. Aplikasi dengan antarmuka sederhana, navigasi intuitif, dan informasi yang jelas cenderung lebih disukai karena mengurangi hambatan teknis serta meningkatkan kenyamanan berinvestasi (Himawan dan Yanu, 2020:10).

Sementara itu, kepercayaan (*trust*) menjadi faktor krusial dalam lingkungan digital yang tidak melibatkan interaksi langsung. *E-trust* dibangun melalui keamanan sistem, transparansi data, kejelasan kebijakan privasi, serta rekam jejak perusahaan yang baik, yang semuanya memengaruhi persepsi, keterlibatan, dan loyalitas pengguna (Kim dan Yum, 2024). Di Indonesia, layanan *fintech* harus berada di bawah pengawasan OJK dan Bank Indonesia agar terhindar dari risiko praktik perbankan gelap (*shadow banking*) (Nasution et al., 2019:67).

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti Simanjuntak dan Nurhadi (2023), Harahap et al. (2022), serta Gustiana dan Agustina (2023), menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi atau platform. Survei Jakpat (2022) juga mengungkapkan alasan utama pemilihan aplikasi investasi. Dari 1.188 responden, pertimbangan terbesar adalah "terdaftar di OJK" (63%) sebagai indikator kepercayaan dan "kemudahan penggunaan aplikasi" (58%). Hal ini menjelaskan mengapa platform investasi *online* yang populer di Indonesia berhasil menarik minat masyarakat melalui antarmuka ramah pengguna, kemudahan transaksi, dan fitur edukasi untuk pemula.

Penelitian Ramadhani dan Siregar (2022) adanya pandangan tentang kepercayaan memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap minat pengguna untuk kembali menggunakan aplikasi investasi. Sementara itu, Nasri dan Siregar (2022) menyebutkan adanya pemahaman generasi milenial cenderung menghadapi risiko kerugian yang besar akibat fluktuasi pasar, terutama pada masa pandemi. Kedua riset juga memberikan kejelasan meskipun frekuensi transaksi yang tinggi membuka banyak peluang, dengan tidak adanya pemahaman yang baik tentang manajemen risiko dan literasi keuangan, investor muda akannya mengalami kerugian tinggi.

Data survei "2022 Investment Trend" Jakpat menunjukkan preferensi pengguna berdasarkan jenis instrumen. Pada reksa dana, Bibit mendominasi (66%); pada kripto, Indodax unggul (62%); sedangkan pada saham, Ajaib menjadi pilihan utama (67%). Meskipun banyak platform tersedia, pengguna sering memilih sesuai fokus investasi dan tingkat kepercayaan mereka.

Penelitian ini mengambil Ajaib sebagai objek karena platform tersebut menawarkan akses luas ke berbagai instrumen, termasuk saham, reksa dana, kripto, saham Amerika Serikat, dan kontrak berjangka kripto (*futures*). Ajaib juga berstatus *startup unicorn* dengan valuasi US$ 1 miliar hingga Januari 2025 (Santika, 2025), menjadikannya lebih komprehensif dibandingkan Bibit (fokus pasar modal) maupun Indodax (khusus kripto). Dari segi kemudahan penggunaan, Ajaib memiliki antarmuka intuitif dan fitur edukasi lengkap, yang terbukti lebih baik dibandingkan Bibit menurut Yosefanita et al. (2022). Dari segi kepercayaan, Ajaib berhasil meraih pendanaan Seri B senilai US$243 juta pada 2021 dari investor global ternama seperti DST Global, Alpha JWC, Ribbit Capital, dan SoftBank Ventures Asia (CNBC Indonesia, 2021; Purwanti, 2023).

Meskipun demikian, Ajaib belum mendominasi pada instrumen reksa dana dan kripto, hanya unggul pada saham. Kondisi ini memunculkan pertanyaan mengenai seberapa besar pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi tersebut. Oleh karena itu, kedua variabel ini diteliti untuk mengukur pengaruhnya secara simultan.

Ajaib juga adalah sebagai objek penelitian karena relevansinya dengan kedua variabel utama. Meskipun pengguna Ajaib tersebar di Indonesia, penelitian ini dibatasi pada pengguna di Kota Medan untuk menyesuaikan keterbatasan waktu, biaya, dan akses responden. Pembatasan ini juga relevan karena data KSEI (2025) menunjukkan Pulau Sumatra menempati posisi kedua jumlah investor terbanyak setelah Jawa (14,67%), dan Medan sebagai kota terbesar di Sumatra Utara (Fadhlurrahman, 2024) menjadi lokasi yang representatif. Dengan fokus yang lebih terarah, penelitian diharapkan menghasilkan temuan yang mendalam dan kontekstual sesuai kapasitas pelaksanaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pengguna aplikasi Ajaib di Kota Medan. Responden dipilih melalui teknik *purposive sampling* dengan kriteria: berusia 18 tahun ke atas, berdomisili di Kota Medan, memiliki akun aktif di aplikasi Ajaib, dan pernah melakukan transaksi atau investasi melalui platform tersebut.

Penelitian dilaksanakan di Kota Medan pada periode Agustus hingga Oktober 2025. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Skala Likert yang disebarkan secara *online*. Populasi adalah seluruh pengguna Ajaib di Kota Medan (jumlah pasti tidak diketahui), sehingga ukuran sampel minimum ditentukan menggunakan rumus Cochran dengan tingkat kepercayaan 95%, margin of error 10%, dan proporsi 0,5, menghasilkan 100 responden.

Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan (X_1) dan kepercayaan pengguna (X_2) terhadap minat menggunakan (Y). Uji instrumen meliputi validitas (korelasi produk momen) dan reliabilitas (Spearman-Brown). Uji asumsi klasik mencakup normalitas (Kolmogorov-Smirnov), multikolinearitas (VIF), dan heteroskedastisitas (scatterplot). Hipotesis diuji melalui uji T (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi (Adjusted R^2). Semua pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% ($p < 0,05$).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengguna aplikasi Ajaib di Kota Medan yang pernah menggunakan platform tersebut untuk investasi *online*. Ajaib, dikembangkan oleh PT Ajaib Sekuritas Asia dan PT Takjub Teknologi Indonesia, merupakan aplikasi investasi digital yang menyediakan transaksi saham, reksa dana, kripto, serta saham Amerika Serikat melalui perangkat seluler. Platform ini populer di kalangan investor pemula Indonesia berkat antarmuka yang intuitif, fitur edukasi lengkap, pengelolaan portofolio mandiri, dan informasi pasar real-time. Pemilihan Ajaib relevan karena menonjol dalam aspek kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kepercayaan pengguna (*trust*), serta statusnya sebagai *startup unicorn* pertama di sektor *fintech* investasi Asia Tenggara dengan pendanaan besar dari investor global ternama. Penelitian difokuskan pada pengguna di Kota Medan karena keterbatasan sumber daya peneliti serta posisi strategis Medan sebagai kota terbesar di Sumatra dengan penetrasi digital tinggi dan kontribusi investor pasar modal Sumatra mencapai 14,67% secara nasional (data KSEI 2025). Responden dipilih melalui *purposive sampling* (usia minimal 18 tahun, pernah bertransaksi di Ajaib), mayoritas mahasiswa dan pekerja muda dengan modal terbatas, dan data dikumpul melalui kuesioner daring (*Google Form*) serta luring (total 22 pertanyaan).

Karakteristik Responden

Dari 100 responden, komposisi gender relatif seimbang dengan perempuan sedikit lebih dominan (53% vs 47% laki-laki), menandakan investasi digital semakin menarik bagi perempuan. Mayoritas responden berusia 21–24 tahun (59%), diikuti kelompok 18–20 tahun (18%), menunjukkan generasi muda (mahasiswa dan *fresh graduate*) sebagai pengguna utama yang adaptif terhadap teknologi. Frekuensi transaksi didominasi 2–5 kali (61%), mengindikasikan pengguna aktif menengah yang

sedang membangun kebiasaan investasi. Instrumen paling sering dipilih adalah saham (90%), selaras dengan survei Jakpat 2022, sementara reksa dana, kripto, dan obligasi jauh lebih rendah karena faktor risiko, likuiditas, dan preferensi generasi muda. Dari segi pekerjaan, 55% mahasiswa, 34% karyawan swasta, dengan pendapatan mayoritas Rp1.500.001–Rp5.000.000 (45%) dan Rp500.001–Rp1.500.000 (26%), mencerminkan kelompok berpenghasilan menengah yang termotivasi mencari akses investasi mudah, terjangkau, dan aman.

Deskripsi Variabel

Kemudahan penggunaan (X_1) dinilai tinggi secara keseluruhan: 73–83% responden setuju pada indikator *easy to learn*, *controllable*, *clear features*, dan *flexible*, dengan mayoritas merasa cepat memahami, mudah mengontrol navigasi/transaksi, fitur jelas, serta fleksibel lintas perangkat dan kebutuhan investasi, meski ada sedikit ketidakpuasan pada kejelasan fungsi fitur tertentu. Kepercayaan pengguna (X_2) juga positif: 77–81% setuju pada *ability* (kemampuan teknis dan keamanan), *benevolence* (itikad baik dan prioritas pengguna), serta *integrity* (transparansi dan pemenuhan janji), walaupun 19–23% masih ragu terkait keamanan data, respons layanan, dan kejelasan informasi. Minat menggunakan (Y) menunjukkan tingkat tinggi: 77–85% responden setuju pada *attention* (menarik perhatian sejak awal dan promosi), *interest* (ketertarikan dan penasaran fitur), *desire* (keinginan berkelanjutan dan jangka panjang), serta *confidence* (keyakinan diri dan kelayakan platform), mengindikasikan Ajaib berhasil membangun minat kuat meski masih ada ruang perbaikan untuk mengurangi keraguan minoritas.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan kuesioner benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Penelitian ini menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang memenuhi kriteria. Instrumen dinyatakan valid jika nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* pada taraf signifikansi $\alpha = 0{,}05$ dengan derajat bebas df = 98 (uji dua arah), yaitu 0,196.

Hasil uji validitas untuk ketiga variabel dirangkum sebagai berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Uji Validitas Semua Variabel

No	Variabel	Jumlah Butir	Rentang *r hitung*	*r tabel*	Keterangan
1	Kemudahan Penggunaan (X_1)	8	0,625 – 0,809	0,196	Semua Valid
2	Kepercayaan Pengguna (X_2)	6	0,714 – 0,787	0,196	Semua Valid
3	Minat Menggunakan (Y)	8	0,668 – 0,758	0,196	Semua Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Semua butir pernyataan pada variabel Kemudahan Penggunaan (X_1), Kepercayaan Pengguna (X_2), dan Minat Menggunakan (Y) memiliki nilai *r hitung* lebih besar dari 0,196. Oleh karena itu, seluruh 22 butir instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengumpulan data serta analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan mengukur konsistensi instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel jika nilai Guttman Split-Half lebih besar dari 0,60.

Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Rekapitulasi Uji Reliabilitas Semua Variabel

No	Variabel	Nilai Guttman Split-Half	Keterangan
1	Kemudahan Penggunaan (X_1)	0,852	Reliabel
2	Kepercayaan Pengguna (X_2)	0,913	Reliabel
3	Minat Menggunakan (Y)	0,851	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Ketiga variabel menunjukkan nilai reliabilitas di atas 0,60 (rentang 0,851–0,913), sehingga instrumen penelitian secara keseluruhan dinyatakan reliabel, konsisten, dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel-variabel penelitian.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

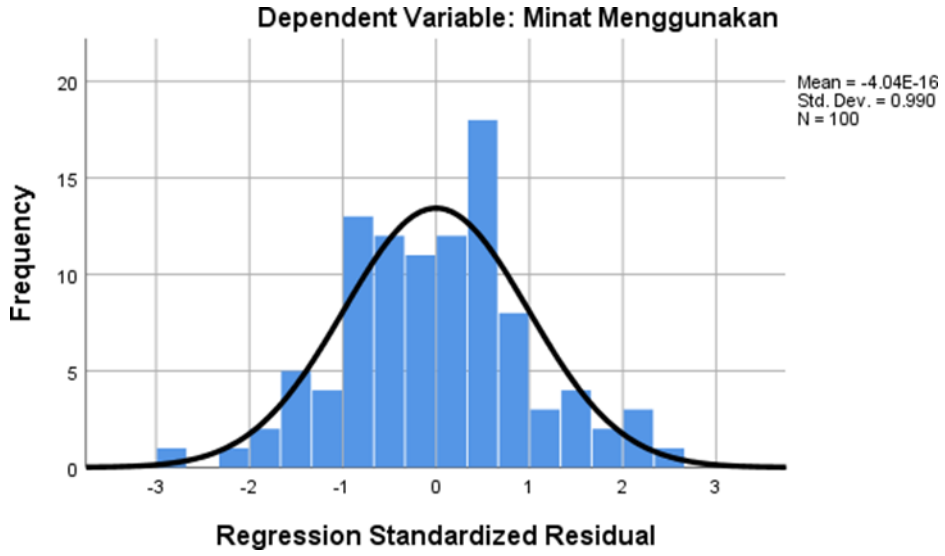
Uji normalitas bertujuan memverifikasi apakah data residual terdistribusi secara normal, yang merupakan syarat penting dalam analisis regresi. Penelitian ini menggunakan tiga pendekatan: uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov, grafik histogram, dan grafik P-P Plot.

Tabel 3. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov

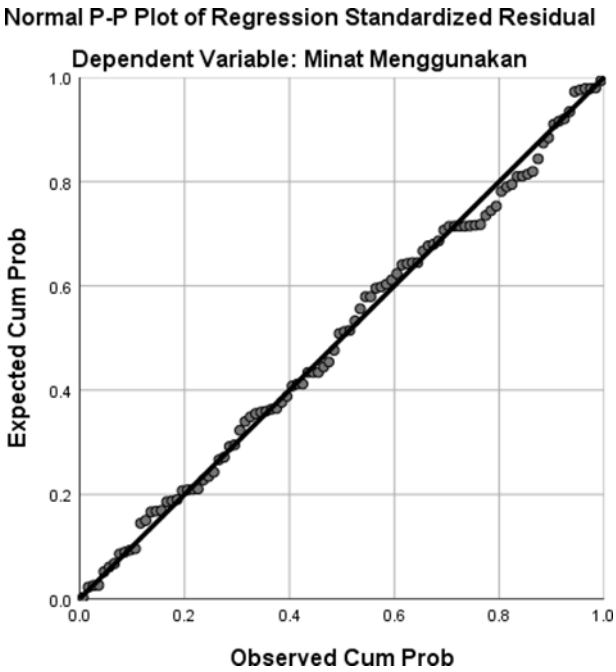
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.14010029
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.040
Test Statistic		.050
Asymp.Sig. (2-tailed)		.200
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga residual terdistribusi normal.



Gambar 1. Histrogram



Gambar 2. P-P Plot

Selain itu, grafik histogram (Gambar 1) menunjukkan bentuk lonceng simetris tidak ada kemiringan ke kiri atau kanan, mengonfirmasi distribusi normal. Grafik P-P Plot (Gambar 2) juga memperlihatkan titik-titik data yang mengikuti dan mendekati garis diagonal secara konsisten, yang semakin memperkuat kesimpulan bahwa data residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi adanya korelasi tinggi antar variabel independen (Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Pengguna). Metode yang digunakan adalah Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi bebas multikolinearitas jika nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

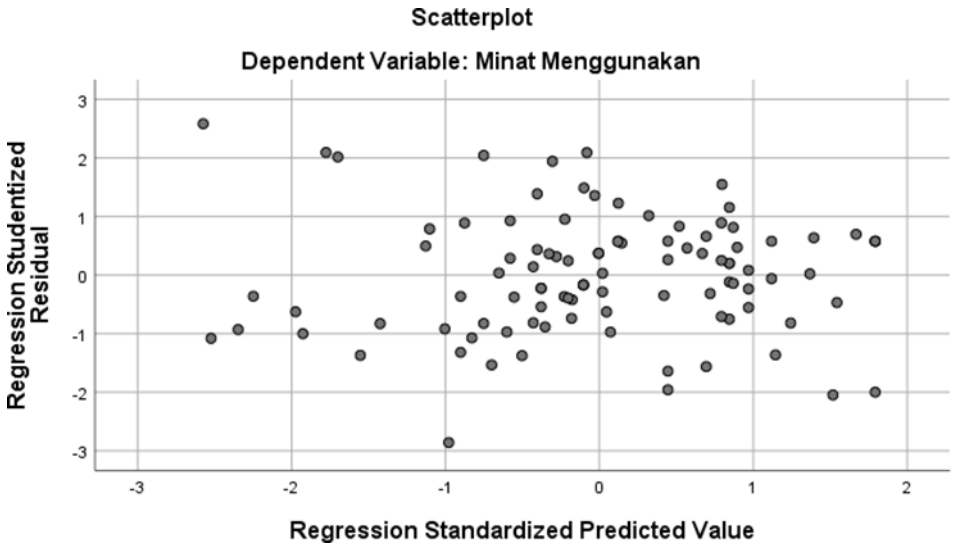
Variabel	Tolerance	VIF
Kemudahan Penggunaan (X_1)	0,628	1,593
Kepercayaan Pengguna (X_2)	0,628	1,593

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Nilai Tolerance kedua variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF hanya 1,593 (jauh di bawah 10), sehingga tidak terdapat multikolinearitas. Model regresi dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan memastikan tidak adanya ketidaksamaan varian residual antar pengamatan. Metode yang digunakan adalah analisis grafik Scatterplot residual terhadap prediksi nilai dependen. Model regresi bebas heteroskedastisitas jika titik-titik menyebar secara acak tidak ada membentuk pola tertentu.



Gambar 3. Scatterplot

Pada Gambar 3 (Uji Heteroskedastisitas), titik-titik residual tersebar merata di seluruh area, tidak membentuk corak melengkung, corong, atau konsentrasi pada sumbu tertentu. Penyebaran acak dari atas ke bawah sumbu nol menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi dapat diandalkan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur pengaruh dua variabel independen, yaitu Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Kepercayaan Pengguna (X_2), terhadap variabel dependen Minat Menggunakan (Y). Sebelumnya, hasil uji asumsi klasik telah menunjukkan bahwa model regresi yang dibentuk memenuhi semua persyaratan dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,828	2,481		3,961	0,000
Kemudahan Penggunaan (X_1)	0,373	0,089	0,388	4,180	0,000
Kepercayaan Pengguna (X_2)	0,449	0,109	0,381	4,112	0,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan tabel tersebut, persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah:

$$\mathbf{Y = 9{,}828 + 0{,}373\ X_1 + 0{,}449\ X_2}$$

Penjelasan persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 9,828 menunjukkan bahwa apabila nilai Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Kepercayaan Pengguna (X_2) sama dengan nol, maka nilai Minat Menggunakan (Y) diperkirakan sebesar 9,828 satuan.
2. Koefisien regresi Kemudahan Penggunaan (β_1) sebesar 0,373 berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) akan meningkatkan Minat Menggunakan (Y) sebesar 0,373 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Tanda positif pada koefisien ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara kemudahan penggunaan dan minat menggunakan aplikasi Ajaib. Semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan, semakin tinggi pula minat pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi tersebut.

3. Koefisien regresi Kepercayaan Pengguna (β_2) sebesar 0,449 berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel Kepercayaan Pengguna (X_2) akan meningkatkan Minat Menggunakan (Y) sebesar 0,449 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Tanda positif pada koefisien ini juga menunjukkan hubungan positif antara kepercayaan pengguna dan minat menggunakan. Artinya, semakin tinggi tingkat kepercayaan pengguna terhadap aplikasi Ajaib, semakin besar pula minat mereka untuk terus menggunakannya sebagai sarana investasi *online*.

Secara keseluruhan, kedua variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai t yang tinggi dan probabilitas Sig. < 0,001 untuk masing-masing koefisien.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Pengujian dalam penelitian ini mencakup uji parsial (uji T), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (Adjusted R^2).

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% ($\alpha = 0,05$), dengan derajat bebas df = 97, sehingga nilai t tabel sebesar 1,984.

Tabel 6. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	9,828	2,481		3,961	0,000
Kemudahan Penggunaan (X_1)	0,373	0,089	0,388	4,180	0,000
Kepercayaan Pengguna (X_2)	0,449	0,109	0,381	4,112	0,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Hasil uji T menunjukkan:

1. Untuk Kemudahan Penggunaan (X_1): nilai t hitung = 4,180 > t tabel (1,984) dan Sig. = 0,000 < 0,05 → H_1 diterima. Variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y).
2. Untuk Kepercayaan Pengguna (X_2): nilai t hitung = 4,112 > t tabel (1,984) dan Sig. = 0,000 < 0,05 → H_2 diterima. Variabel ini juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y).

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai F tabel pada df (2,97) dan $\alpha = 0,05$ adalah 3,09.

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	887,277	2	443,639	44,084	0,000b
Residual	976,163	97	10,064		
Total	1.863,440	99			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan b. Predictors: (Constant), Kepercayaan Pengguna, Kemudahan Penggunaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Nilai F hitung = 44,084 > F tabel (3,09) dan Sig. = 0,000 < 0,05 → H_3 diterima. Variabel Kemudahan Penggunaan (X_1) dan Kepercayaan Pengguna (X_2) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi Minat Menggunakan (Y) yang dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,690	0,476	0,465	3,172

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Pengguna, Kemudahan Penggunaan b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Nilai R = 0,690 menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara variabel independen dan dependen. Nilai Adjusted R^2 = 0,465 berarti 46,5% variasi Minat Menggunakan dapat dijelaskan oleh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Pengguna, sedangkan sisanya (53,5%) dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Pembahasan

1. Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan

Hasil analisis regresi menunjukkan koefisien Kemudahan Penggunaan (X_1) sebesar 0,373, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif terhadap Minat Menggunakan (Y). Temuan ini sejalan dengan penelitian Indrayani (2024), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berperan penting dalam mendorong minat pengguna aplikasi Ajaib sebagai sarana investasi *online*. Semakin tinggi persepsi kemudahan, melalui indikator *easy to learn*, *controllable*, *clear features*, dan *flexible*, semakin besar pula dorongan responden untuk menggunakan platform tersebut.

Indikator-indikator tersebut mencerminkan pengalaman pengguna di Kota Medan: aplikasi mudah dipahami sejak pertama kali digunakan dengan tidak adanya bantuan panjang, navigasi dan transaksi dapat dikendalikan sesuai kebutuhan (misalnya membatalkan order atau mengatur notifikasi), fitur disajikan dengan jelas dan intuitif (seperti tab "Watchlist" dan grafik saham langsung terlihat), serta fleksibel di berbagai perangkat dan situasi (akses kapan saja via ponsel dengan responsif di jaringan seluler). Hasil uji T (t hitung = 4,180; Sig. = 0,000 < 0,05) mengonfirmasi pengaruh signifikan, sehingga hipotesis H_1 diterima.

2. Pengaruh Kepercayaan Pengguna terhadap Minat Menggunakan

Koefisien regresi Kepercayaan Pengguna (X_2) sebesar 0,449 menandakan pengaruh positif yang lebih kuat dibandingkan kemudahan penggunaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian Indrayani (2024) serta Gustiana dan Agustina (2023), yang menegaskan peran signifikan kepercayaan dalam membentuk minat menggunakan aplikasi Ajaib. Semakin tinggi tingkat kepercayaan melalui indikator *ability*, *benevolence*, dan *integrity*, semakin besar minat responden untuk terus memanfaatkan platform sebagai sarana investasi.

Indikator tersebut terwujud dalam pengalaman responden: aplikasi dinilai mampu menjalankan transaksi secara andal dan aman (*ability*), menunjukkan perhatian terhadap kepentingan pengguna melalui edukasi, transparansi biaya, dan notifikasi bermanfaat (*benevolence*), serta konsisten memenuhi janji layanan dengan informasi jujur dan performa stabil (*integrity*). Hasil uji T (t hitung = 4,112; Sig. = 0,000 < 0,05) membuktikan pengaruh signifikan, sehingga hipotesis H_2 diterima.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Pengguna secara Simultan terhadap Minat Menggunakan

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,465 menunjukkan bahwa 46,5% variasi Minat Menggunakan dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Pengguna, sementara sisanya (53,5%) dipengaruhi faktor lain. Hasil uji F (F hitung = 44,084; Sig. = 0,000 < 0,05) mengonfirmasi pengaruh simultan yang signifikan, sehingga hipotesis H_3 diterima.

Secara keseluruhan, kedua variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Ajaib sebagai sarana investasi *online*. Responden mayoritas berusia 21–24 tahun (Generasi Z), mahasiswa (55%), dengan pendapatan menengah rendah dan frekuensi transaksi masih rendah (61% hanya 2–5 kali), mencerminkan tahap awal adopsi investasi digital. Temuan ini selaras dengan Wulansari et al. (2024) yang menyoroti ketertarikan Generasi Z pada teknologi finansial karena sifat inovatif dan adaptif mereka. Kepercayaan terbentuk cepat bahkan dari pengalaman singkat, melalui keandalan layanan, transparansi, dan itikad baik perusahaan (Mardhiyah & Safrin, 2023).

Dengan demikian, kemudahan penggunaan dan kepercayaan menjadi kunci utama dalam mendorong minat Generasi Z untuk mengadopsi Ajaib, sekaligus membangun rasa aman dan keyakinan di era investasi digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dan kepercayaan pengguna berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi Ajaib sebagai sarana investasi *online* di Kota Medan. Semakin intuitif dan mudah aplikasi digunakan, melalui antarmuka sederhana, proses cepat, serta fleksibilitas transaksi, semakin tinggi minat pengguna, khususnya generasi muda yang akrab dengan teknologi digital. Demikian pula, tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan data, transparansi informasi, dan kualitas layanan memperkuat dorongan untuk terus memanfaatkan platform tersebut. Mayoritas responden berusia 18–24 tahun (Generasi Z), sebagian besar mahasiswa dengan penghasilan terbatas, menunjukkan meningkatnya literasi keuangan di kalangan muda meskipun pengalaman investasi masih tahap awal, didukung kemudahan akses dengan tidak ada batas minimum deposit dari Ajaib.

Bagi pengembang Ajaib, disarankan terus meningkatkan kemudahan penggunaan melalui panduan interaktif, simulasi investasi (*paper trading*), serta antarmuka yang lebih intuitif bagi pemula, sekaligus memperkuat kepercayaan dengan transparansi risiko yang lebih jelas, respons layanan pelanggan yang cepat, dan penguatan keamanan sistem agar minat awal berubah menjadi loyalitas jangka panjang. Bagi masyarakat, khususnya calon dan pengguna aplikasi investasi *online*, dianjurkan tidak hanya mengandalkan kemudahan dan kepercayaan semata, melainkan juga meningkatkan literasi keuangan, memahami risiko investasi secara mendalam, serta memprioritaskan keputusan rasional yang selaras dengan tujuan keuangan jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

CNBC Indonesia. (2021, October 3). Raih US$153 Juta, Ajaib Jadi Unicorn ke-7 di Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211004110337-37-281171/raih-us-153-juta-ajaib-jadi-unicorn-ke-7-di-indonesia

Fadhlurrahman, I. (2024, December 18). 16% Penduduk Sumatera Utara ada di Kota Medan pada Juni 2024. https://databoks.katadata.co.id/kependudukan/statistik/7409487743d3154/16-penduduk-sumatera-utara-ada-di-kota-medan-pada-juni-2024

Gustiana, R., & Agustina, R. (2023). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Dana pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi STIE Nasional Banjarmasin. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(1), 72–89.

Harahap, N. F. H., Syahputri, O., & Agus, R. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Penggunaan E-Commerce di Era New Normal. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (Konsep)*, 3(1), 577–588.

Himawan, H., & Yanu, F. M. (2020). *Interface User Experience*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat.

Indrayani, Y. I. (2024). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Kepercayaan, Brand Ambassador, dan Iklan pada Media Sosial terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Ajaib sebagai Wadah Berinvestasi Secara Online* [Skripsi]. Universitas Islam Indonesia.

Jakpat. (2022, August 4). 2022 Investment Trend – Jakpat Survey Report 2022. https://insight.jakpat.net/2022-investment-trend-jakpat-survey-report-2022/

KSEI. (2025). Statistik Pasar Modal Indonesia. www.ksei.co.id

Kim, J., & Yum, K. (2024). Enhancing Continuous Usage Intention in E-Commerce Marketplace Platforms: The Effects of Service Quality, Customer Satisfaction, and Trust. *Applied Sciences*, 14(17), 7617. https://doi.org/10.3390/app14177617

Mardhiyah, A., & Safrin, F. A. (2023). The Influence of Marketing Mix and Trust on Smartphone Brand Switching. *3*(4), 258–274.

Nasri, K., & Siregar, O. M. (2022). Analisis Peningkatan Pembelian Saham Oleh Milenial Kota Medan Pada Saat Pandemi Covid-19. Journal Of Social Research, 1, 729–742. https://doi.org/10.55324/josr.v1i7.144

Nasution, D. S., Aminy, M. M., & Ramadani, L. A. (2019). *Ekonomi Digital*. Mataram: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram.

Nurmiati. (2024). *Manajemen Investasi*. Bandung: Widina Media Utama.

Pristy, K. L. (2022, March 15). Pandemi Covid-19 dan Dampaknya terhadap Ekonomi Digital. https://feb.ugm.ac.id/id/berita/3558-pandemi-COVID-19-dan-dampaknya-terhadapekonomi-digital

Purwanti, T. (2023, July 6). Digunakan Lebih dari 3 Juta Investor, Begini Strategi Ajaib. https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230705174902-37-451667/digunakan-lebih-dari-3-juta-investor-begini-strategi-ajaib

Ramadhani, S., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Perceived Usefulness dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Kembali E-Wallet DANA: (Studi Pada Mahasiswa Kota Medan). Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital, 1, 229–238. https://doi.org/10.55047/jekombital.v1i2.333

Saleh, R., Masnoni, Bangsawan, A., Ghozali, Z., Hendrich, M., Trianto, A., Iqbal, M., & Afini, V. (2025). *Perilaku Investasi: Menuju Digital Investasi*. Palembang: Literasi Langsung Terbit.

Santika, E. F. (2025, January 23). eFishery Masih Masuk Daftar Startup dengan Valuasi Terbesar di RI 2025. https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/679256ab0b8e5/efishery-masih-masuk-daftar-startup-dengan-valuasi-terbesar-di-ri-2025

Simanjuntak, P. D. A., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kebiasaan terhadap Penggunaan E-Wallet Dana (Studi pada Mahasiswa di UPN "Veteran" Jawa Timur). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4, 6970–6980. https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.2178

Wulansari, P., Saputra, A. J., & Ikhlash, M. (2024). Analisis Ketertarikan Gen Z di Indonesia terhadap Investasi di Pasar Modal. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 8(1), 109–115.

Yosefanita, G., Hanggara, B. T., & Rokhmawati, R. I. (2022). Analisis Perbandingan Pengalaman Pengguna pada Aplikasi Investasi dengan Menggunakan UX Curve (Studi pada Bibit dan Ajaib). *9*(7). https://doi.org/10.25126/jtiik.202296749