

**PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* DAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* TERHADAP INTENSI INVESTASI INSTRUMEN
PASAR MODAL SYARIAH PADA *MOBILE BROKER APPS***



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA EKONOMI STRATA-1 (S1)**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**
Oleh:
Tubagus Fakhir Zulqarnaen
22108030079

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026

**PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* DAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* TERHADAP INTENSI INVESTASI INSTRUMEN
PASAR MODAL SYARIAH PADA *MOBILE BROKER APPS***



SKRIPSI

Oleh:

Tubagus Fakhir Zulqarnaen

22108030079

Pembimbing:

Rizaldi Yusfiarto S.PD.,M.M.

19901122 201903 012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Marsda Adiningsito Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Numero : B-1094/Un.02/DEB/PP.00.9008/2026

Tugas Akhir dengan judul :PENGARUH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE TERHADAP INTENSI INVESTASI INSTRUMEN PASAR MODAL SYARIAH PADA MOBILE BROKER APPS

yang diperlihatkan dan disusun oleh:

Nama : TUBAGUS FAKHER ZULQARNAEN
 Nomor Induk Mahasiswa : 22106030079
 Telah diujikan pada : Kamis, 23 Juli 2026
 Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Kernan Sidiyasa

Rizaldi Yusufarta, S.Pd.,M.M.
SIGNED

Validated by the KNOX/THS/

Paragaji 1

Dr. Mathamud Yarid Alendi, M.Ag.
SIGNED

1998

Valid till 31/12/2017

0000-0001-9300-0000 Pungaji H

Annisa Citra Pratiwi, S.E., M.A.

58.541

Toll-free 800-678-2296



Yogyakarta, 23 Juli 2026

UTN Suran Kalijaya

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Mimen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

SIGNED

[illegible]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Tubagus Fakhir Zulqarnaen
Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
DI Yogyakarta

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Tubagus Fakhir Zulqarnaen
NIM : 22108030079
Judul Skripsi : **Pengaruh *Technology Acceptance Model* dan *Artificial Intelligence* Terhadap Intensi Investasi Instrumen Pasar Modal Syariah Pada *Mobile broker apps***

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Keuangan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini saya mengharapkan agar skripsi di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Yogyakarta, 11 Juni 2026
Pembimbing


Rizaldi Yusfiarto S.PD.,M.M.
NIP. 19901122 201903 012

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tubagus Fakhir Zulqarnaen
NIM : 22108030079
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: "*Pengaruh Technology Acceptance Model dan Artificial Intelligence Terhadap Intensi Investasi Instrumen Pasar Modal Syariah Pada Mobile broker apps*" adalah benar benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 11 Juni 2026
Penulis



Tubagus Fakhir Zulqarnaen
NIM. 22108030079

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tubagus Fakhir Zulqarnaen
NIM : 22108030079
Jurusan/Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non *Eklusif (non-exclusive free right)* atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh *Technology Acceptance Model* dan *Artificial Intelligence* Terhadap Intensi Investasi Instrumen Pasar Modal Syariah Pada *Mobile broker apps*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 11 Juni 2026
Penulis

Tubagus Fakhir Zulqarnaen
22108030079

HALAMAN MOTTO

“PRESSURE IS PRIVILEGE”

(Dr. Gia Pratama Putra)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat-Nya dan sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya yang telah mendidik, mengasihi dan menyayangi saya dengan sangat tulus, yang rela menunda kebahagiaannya demi anaknya mencapai gelar sarjana, yang selalu menjadi sumber doa, kasih sayang, kekuatan, dan semangat dalam setiap langkah penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat, dukungan, dan kepercayaan yang tidak pernah berhenti diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini.

Skripsi ini juga penulis persembahkan kepada kakak dan keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, perhatian, dukungan, serta semangat selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini.

Kepada dosen pembimbing, seluruh dosen, almamater Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta semua pihak yang telah memberikan ilmu, arahan, bantuan, dan pengalaman berharga selama penulis menempuh pendidikan.

Semoga karya sederhana ini dapat menjadi bentuk kecil dari rasa terima kasih penulis kepada semua pihak yang telah hadir, mendoakan, dan mendukung perjalanan penulis hingga tahap ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ša'	Š	S (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hā'	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	K dan h
د	Dāl	D	De
ذ	Ẓāl	Ẓ	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sīn	S	Es

ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Sâd	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dâd	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Tâ'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Aīn	‘	Koma terbalik ke atas
غ	Gaīn	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	‘el
م	Mīm	M	‘em
ن	Nūn	N	‘en
و	Wāwu	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مُعَدَّة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbuttah

Semua *ta' marbuttah* ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tangan penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

اَ	Fathah	Ditulis	A
إِ	Kasrah	Ditulis	I
أُ	Dammah	Ditulis	U
فَعَلَ	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya" mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya" mati	Ditulis	I
كریم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang dipisahkan dengan Apostof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf qomariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”.

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al- Quran</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama syamsiyyah tersebut.

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذَوِي الْفُرُوض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kami panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Technology Acceptance Model* dan *Artificial Intelligence* Terhadap Intensi Investasi Instrumen Pasar Modal Syariah Pada *Mobile broker apps*”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) di Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam proses penyusunan skripsi ini, kami menyadari banyaknya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu per satu. Dengan ini penulis ingin mengucapkan rasa hormat dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, SE., M.Si., Ak., CA., ACPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Darmawan, SPd.,MAB., selaku Kepala Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.
4. Bapak Dr. mukhamad Yazid Afandi, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) penulis selama menjalani studi.
5. Bapak Rizaldi Yusfiarto, S.Pd.,M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS) yang telah memberikan arahan, bimbingan, kritik membangun, serta dukungan selama penulisan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu sepanjang perkuliahan.
7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu dalam proses administrasi selama perkuliahan.
8. Kedua orang tua tercinta, yang selalu menjadi sumber doa, kekuatan, dan semangat bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini. Terima kasih atas kasih

sayang, pengorbanan, dukungan, serta kepercayaan yang tidak pernah berhenti diberikan kepada penulis. Setiap proses yang dilalui dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari doa dan restu kedua orang tua, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan sebaik-baiknya. *I love you*

9. Kepada kakak–kakak saya khususnya Bakhtiar Ali Ramadhan terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, serta semangat yang telah diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan, doa, dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.
10. Teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan bantuan, dukungan, dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi dan perkuliahan ini. Khususnya Hasan Ipung, Febiyola, Mala, Ghazi, Akil, Lucki, dan Savira terima kasih atas kebersamaan, masukan, motivasi, candaan serta kesediaan untuk saling membantu dalam setiap proses yang dilalui. Dukungan dan kehadirannya menjadi bagian penting yang membantu penulis tetap bersemangat dari awal perkuliahan hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
11. Kepada teman KKN, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas pertemuan yang positif, kebersamaan, kerja sama, dukungan, serta pengalaman berharga yang telah diberikan selama pelaksanaan KKN hingga setelahnya.
12. Kepada Yosua dan Prima, yang telah menjadi seperti kakak bagi penulis selama berada di perantauan. Terima kasih atas segala perhatian, bantuan, nasihat, dan dukungan yang diberikan dengan tulus. Kehadiran kalian menjadi tempat bagi penulis untuk berbagi cerita, meminta arahan, dan menemukan semangat ketika menghadapi berbagai proses selama masa perkuliahan.
13. Kepada Deni, Wabi dan Ajay yang telah mengajak penulis naik gunung, terima kasih atas kebersamaan, perjalanan, cerita, dan pengalaman berharga yang telah diberikan. Momen tersebut menjadi salah satu cara bagi penulis untuk melepas penat, menenangkan pikiran, dan kembali menemukan semangat dalam menghadapi proses penyusunan skripsi ini.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA.....	16
A. Landasan Teori.....	16
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	16
2. <i>Artificial Intelligence (AI)</i>	18
3. Pasar Modal Syariah.....	21
4. <i>Perceived intelligence</i>	24
5. <i>Perceived anthropomorphism</i>	26
6. <i>Perceived Security and Privacy</i>	27
B. Penelitian Terdahulu.....	29

C. Pengembangan Hipotesis.....	34
D. Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Definisi Operasional Variabel.....	42
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	48
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Metode Analisis Data.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
B. Analisis Deskriptif.....	57
C. Hasil Penelitian.....	68
1. <i>Outer model</i>	68
2. <i>Inner Model</i>	74
3. Uji Hipotesis.....	77
D. Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP.....	93
A. Kesimpulan.....	93
B. Keterbatasan.....	94
C. Implikasi dan Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.
CURRICULUM VITAE.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel independen (X).....	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Dependen (Y).....	47
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	51
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Gender).....	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	63
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Investasi.....	64
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Familiaritas Konsep Pasar Modal Syariah.....	66
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Preferensi Instrumen Investor.....	68
Tabel 4. 8 Uji Validitas Konvergen dengan <i>Loading Factor</i>	69
Tabel 4. 9 Uji Validitas Konvergen dengan <i>Average Variance Extracted</i>	71
Tabel 4. 10 Uji Validitas Diskriminan dengan <i>Cross Loading</i>	72
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>R-Square</i>	75
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Multicollinearity</i>	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Coefficients Direct Effect</i>	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Investor Pasar Modal.....	7
Gambar 1. 2 Statistik Saham Syariah 2020-2025.....	8
Gambar 1. 3 Statistik Sukuk Korporasi 2020-2025.....	9
Gambar 1. 4 Statistik Reksadana Syariah 2020-2025.....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	58
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Gender).....	60
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	63
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Investasi.....	64
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Familiaritas Konsep Pasar Modal Syariah.....	66
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Preferensi Instrumen Investor.....	67
Gambar 4. 8 Hasil Output Model Struktural (Bootstrapping).....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	117
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Konvergen Dengan <i>Loading factor</i>	120
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Konvergen dengan AVE.....	120
Lampiran 5 Uji Validitas Diskriminan dengan <i>Cross Loading</i>	121
Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	121
Lampiran 7 Hasil Uji <i>R-Square</i>	121
Lampiran 8 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	121
Lampiran 9 Hasil Uji <i>Multicollinearity</i>	122
Lampiran 10 Hasil Uji <i>Coefficients</i>	122



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived intelligence*, *Perceived Anthropomorphism*, dan *Perceived Security and Privacy* terhadap intensi investasi instrumen pasar modal syariah pada *mobile broker apps*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 249 responden dan dianalisis menggunakan SEM-PLS melalui SmartPLS 4.1.1.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived intelligence*, dan *Perceived Security and Privacy* berpengaruh positif signifikan, sedangkan *Perceived Anthropomorphism* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi investasi.

Kata kunci: TAM, *Artificial Intelligence*, Intensi Investasi, Pasar Modal Syariah, *Mobile broker apps*.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effects of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived intelligence, Perceived Anthropomorphism, and Perceived Security and Privacy on investment intention in Islamic capital market instruments through mobile broker apps. This research uses a quantitative approach with 249 respondents and is analyzed using SEM-PLS through SmartPLS 4.1.1.8. The results show that Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived intelligence, and Perceived Security and Privacy have positive and significant effects, while Perceived Anthropomorphism has no significant effect on investment intention.

Keywords: TAM, Artificial Intelligence, Investment Intention, Islamic Capital Market, Mobile broker apps.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era digital saat ini, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya investasi terus meningkat seiring dengan kemudahan akses terhadap layanan keuangan berbasis teknologi (Hajar dkk., 2024). Perkembangan *Financial Technology (Fintech)* telah membuat perubahan dalam aktivitas investasi, di mana masyarakat kini dapat melakukan investasi dengan lebih mudah melalui platform digital (Hafidz dkk., 2024). Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah adanya *mobile broker apps*, aplikasi ini merupakan sistem perdagangan daring berbasis aplikasi yang menghubungkan investor dengan broker pilihan serta memperoleh layanan tambahan untuk mendukung kebutuhan investasi (Fortagne dkk., 2023).

Aplikasi ini juga menawarkan kemudahan akses kapan saja dan dimana saja melalui perangkat digital, sehingga investor dapat memantau pergerakan pasar, melakukan analisis teknikal, serta mengeksekusi transaksi secara *real-time* tanpa harus dengan akses khusus (Chong dkk., 2021). Dengan kemudahan ini, aplikasi perdagangan berbasis *mobile* semakin banyak diadopsi masyarakat sebagai sarana berinvestasi (Amin dkk., 2025). Namun demikian, kemudahan akses yang ditawarkan oleh teknologi tidak menjamin bahwa masyarakat akan menggunakan *mobile broker apps* sebagai sarana investasi, karena keputusan penggunaan teknologi juga dipengaruhi oleh berbagai persepsi pengguna terhadap teknologi tersebut (Ling dkk., 2025).

Saat ini, sejumlah *mobile broker apps* tidak lagi sekedar alat untuk bertransaksi saja, tetapi juga sudah dilengkapi dengan teknologi kecerdasan buatan *Artificial Intelligence* (AI) yang dapat memberi saran investasi secara personal melalui *robo-advisor* berbasis profil pengguna, serta melakukan analisis portofolio secara otomatis (Khanna dan Jha, 2024; Lee dan Chen, 2022). *Robo-advisor* dapat dipahami sebagai layanan investasi otomatis yang memanfaatkan algoritma dan pemrosesan data untuk membantu menyusun rekomendasi portofolio, mengelola investasi, hingga menyesuaikan keputusan berdasarkan profil pengguna (Chong dkk., 2021; Hong dkk., 2023). Beberapa perusahaan sekuritas di Indonesia juga mulai mengadopsi *robo-advisor* dalam meningkatkan minat investasi, antara lain Bibit, Stockbit, Ajaib, Bareksa, Bambu dan Maybank (Burhan, 2021).

Meskipun fitur ini bertujuan untuk meningkatkan pengalaman dan memudahkan pengguna dalam mengambil keputusan investasi yang lebih bijak, kenyataannya teknologi secanggih apapun belum bisa menjamin bahwa semua orang menggunakannya dalam berinvestasi (Chua dkk., 2023). Teknologi dianggap cerdas jika bisa membaca preferensi pengguna, memproses data untuk menghasilkan rekomendasi yang relevan, dan merespons kebutuhan pengguna dengan cepat serta akurat (Lee dan Chen, 2022; Moussawi dkk., 2021). Penelitian lain menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kecerdasan dan kemiripan teknologi dengan manusia, semakin baik pula pengalaman dan kepercayaan pengguna terhadap sistem berbasis AI (Lee dkk., 2023).

Perkembangan teknologi berbasis AI mendorong para peneliti untuk memahami bagaimana karakteristik teknologi tersebut mempengaruhi perilaku pengguna (Chedrawi dkk., 2025). Beberapa studi menemukan karakteristik utama sistem AI, yaitu *Perceived intelligence* (kecerdasan sistem) dan *Perceived Anthropomorphism* (sistem menyerupai manusia) (Lee dan Chen, 2022; Moussawi dan Koufaris, 2019). Hal ini karena karakteristik utama sistem AI mempengaruhi persepsi pengguna saat menggunakan sistem tersebut (Balakrishnan dkk., 2022).

Selain karakteristik kecerdasan buatan, *perceived security and privacy* (keamanan dan privasi) juga menjadi faktor penting yang menyertai penggunaan AI dalam keuangan digital dalam adopsi teknologi finansial (Roca dkk., 2009; Leschanowsky dkk., 2024). Keamanan dan privasi menjadi prioritas utama pengguna *mobile broker apps* karena berhubungan dengan data sensitif dan transaksi finansial yang menyebabkan kekhawatiran akan kebocoran data, penyalahgunaan informasi, dan kejahatan siber sering menghambat adopsi teknologi ini (Amin dkk., 2025).

Tingginya sensitivitas data dan nilai transaksi dalam *mobile broker apps* menjadikan *perceived security and privacy* sebagai pertimbangan utama bagi investor sebelum memutuskan untuk menggunakan platform tersebut (Puteri, 2025). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat adopsi teknologi, khususnya pada layanan keuangan digital (Singh, 2024). Maka dari itu, kepercayaan pengguna terhadap keamanan sistem menjadi faktor keberhasilan teknologi tersebut.

Dalam upaya memahami mengapa seseorang bersedia atau tidak menggunakan suatu teknologi, para peneliti sering merujuk pada *Technology Acceptance Model* (TAM) dari Davis (1989) menjadi rujukan utama untuk memahami penerimaan seseorang terhadap teknologi. Model ini menyebutkan bahwa penerimaan teknologi ditentukan oleh dua hal yaitu *perceived usefulness* (persepsi kegunaan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan). *Perceived Usefulness* (PU) berkaitan dengan sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya, sedangkan *perceived Ease of Use* (PEOU) merujuk pada tingkat kemudahan penggunaan teknologi tanpa memerlukan usaha yang besar (Oktavia dkk., 2022). Hal yang sama juga terjadi pada layanan keuangan digital seperti *mobile broker apps* (Fortagne dkk., 2023).

Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* yang diperluas atau extended TAM, *perceived security and privacy* (PSP) dapat diposisikan sebagai variabel eksternal yang relevan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi, terutama pada layanan online trading dan layanan keuangan digital yang memiliki tingkat risiko informasi dan transaksi yang tinggi (Roca dkk., 2009; Venkatesh dan Davis, 2000). Dalam konteks layanan AI atau sistem cerdas, *perceived security and privacy* menjadi semakin penting karena layanan yang bersifat personal dan adaptif memerlukan pemrosesan data pengguna untuk memberikan respons, rekomendasi, atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna (Leschanowsky dkk., 2024).

Meskipun teknologi finansial menunjukkan pertumbuhan yang terus meningkat, tingkat adopsinya di kalangan masyarakat belum merata (Hafidz dkk., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu teknologi tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan fitur yang ditawarkan, tetapi soal bagaimana pengguna memandang teknologi tersebut (Akhter dkk., 2022). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keputusan seseorang dalam menggunakan layanan investasi digital juga dipengaruhi oleh berbagai persepsi terhadap teknologi, seperti seberapa bermanfaat, seberapa mudah digunakan, serta seberapa aman teknologinya (Amnas dkk., 2023; Singh, 2024).

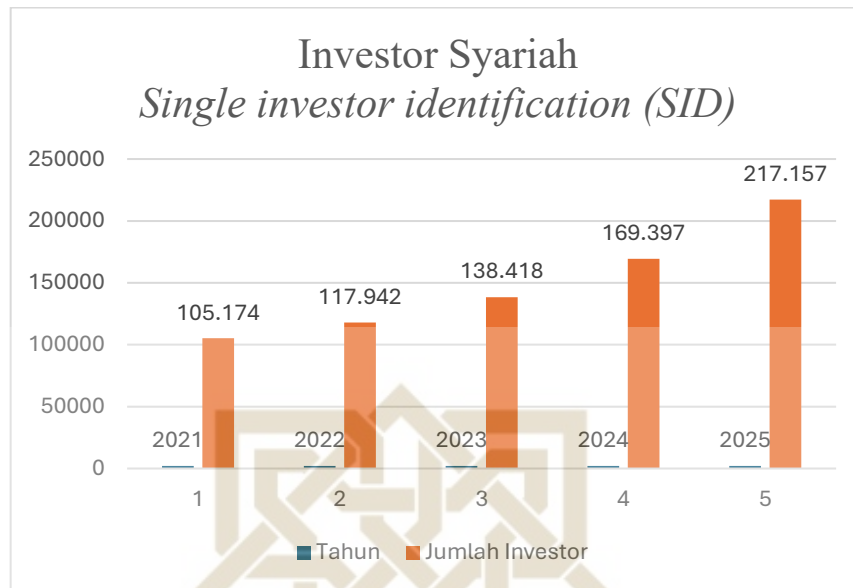
Penelitian lainnya juga mengungkapkan bahwa faktor seperti kepercayaan, persepsi risiko, serta keamanan masih menjadi pertimbangan utama dalam keputusan individu untuk menggunakan layanan keuangan digital (Gupta dkk., 2021; Patil dkk., 2020). Kekhawatiran data pribadinya bocor, penyalahgunaan informasi, dan kejahatan siber yang mengakibatkan mereka menjadi ragu untuk memanfaatkan layanan *fintech* (Fortagne dkk., 2023). Selain itu, risiko keamanan dan minimnya kepercayaan menjadi faktor penghambat adopsi *fintech* secara lebih luas walaupun teknologi semakin canggih (Jafri dkk., 2024). Ini menandakan bahwa keberhasilan teknologi tidak cukup hanya mengandalkan kemudahan dan kecanggihan, tetapi juga sejauh mana teknologi itu bisa membangun rasa aman dan kepercayaan pengguna (Roca dkk., 2009; Singh, 2024).

Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki dengan realisasi pemanfaatan layanan investasi berbasis digital (Gupta

dkk., 2021). Di sisi lain, Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim memiliki potensi besar dalam pengembangan pasar modal syariah (Irwandi, 2024). Oleh karena itu, diperlukan pemahaman faktor apa saja yang membuat masyarakat tertarik untuk memanfaatkan peluang investasi berbasis teknologi di pasar modal syariah.

Pasar modal syariah pada dasarnya adalah kegiatan di pasar modal yang dirancang sesuai dengan nilai-nilai Islam, di mana seluruh transaksinya harus terbebas dari unsur riba, gharar, dan maysir (Adewiyah dan Bawono, 2023). Tujuannya tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga menjunjung keadilan, transparansi, dan sesuai dengan prinsip islam (Vattikoti dan Razak, 2017). Dalam praktiknya, pasar modal syariah menyediakan berbagai produk investasi yang sudah diseleksi berdasarkan kriteria syariah, sehingga masyarakat mempunyai pilihan investasi yang halal dan sesuai dengan nilai agama (Selasi dkk., 2022).

Selain itu, adanya regulasi dan pengawasan dari OJK dan DSN-MUI juga membuat masyarakat lebih percaya soal keamanan dan kebenaran instrumen investasi yang tersedia (Batubara, 2020). Namun demikian, jika dibandingkan dengan potensi yang dimiliki, tingkat partisipasi masyarakat dalam pasar modal syariah masih relatif terbatas (Irwandi, 2024). Kondisi ini menandakan bahwa ada faktor diluar teknis, seperti persepsi terhadap teknologi, tingkat kepercayaan, serta pemahaman terhadap sistem investasi masih menjadi hambatan dalam mendorong minat masyarakat untuk berinvestasi (Aisyah dan Anggara, 2025).



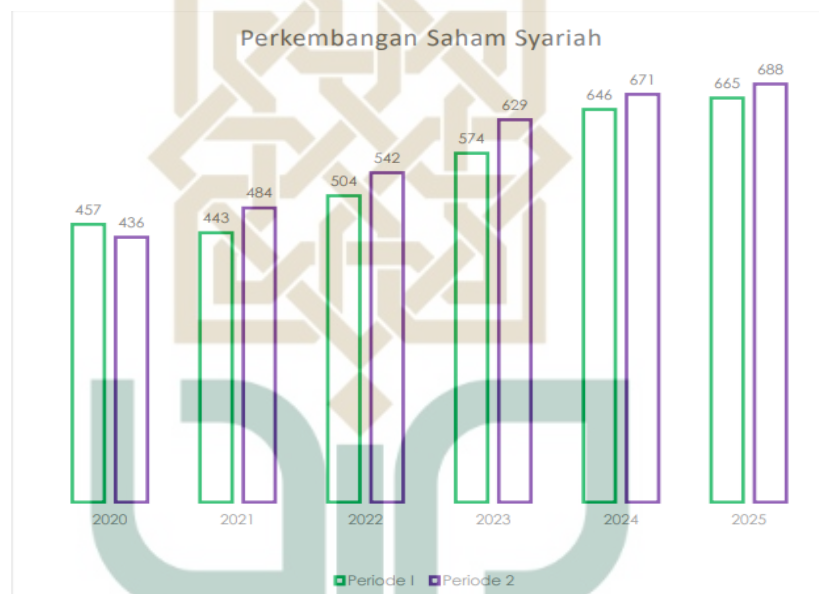
Gambar 1. 1 Jumlah Investor Pasar Modal

Sumber: *IDX Islamic*, diolah penulis

Perkembangan ekonomi islam yang semakin kompleks turut mendorong pertumbuhan pasar modal syariah di berbagai negara termasuk Indonesia (Meibie dan Indra, 2024). Di dalam negeri, pertumbuhan ini terlihat dari meningkatnya jumlah investor dan produk pasar modal syariah setiap tahunnya (Muslih dkk., 2023). Gambar 1.1 menunjukkan jumlah investor syariah dengan kepemilikan *Single Investor Identification* (SID) terus menunjukkan tren positif. Pada tahun 2021 tercatat 105.174 SID, meningkat menjadi 117.942 SID pada tahun 2022, kemudian naik lagi menjadi 138.418 SID di tahun 2023 dan melonjak menjadi 169.397 SID pada tahun 2024. Hingga tahun 2025, jumlah investor syariah diperkirakan terus bertambah seiring dengan kemudahan akses investasi berbasis digital (Arief dkk., 2025).

Meskipun mengalami peningkatan setiap tahunnya, jumlah investor syariah tersebut masih jauh tertinggal dibandingkan dengan investor pasar modal konvensional. (Arief dkk., 2025). Namun, tingginya jumlah investor

tersebut belum sepenuhnya mencerminkan partisipasi aktif dan kualitas keputusan investasi, terutama dalam penggunaan *mobile broker apps* (Utami, 2022). Oleh karena itu, meskipun jumlah investor terus meningkat, masih diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku dan keputusan investasi masyarakat, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital pada pasar modal syariah.

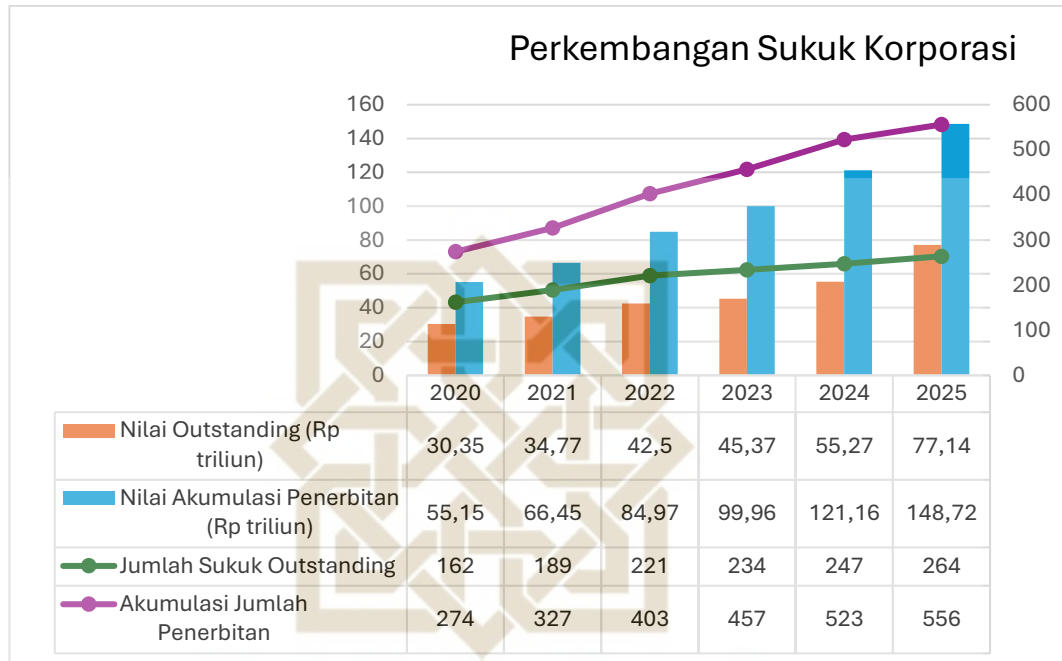


Gambar 1. 2 Statistik Saham Syariah 2020-2025

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, diolah penulis

Selain jumlah investor, perkembangan pasar modal syariah juga tercermin dari meningkatnya instrumen yang tersedia, tersedia tiga instrument utama dalam pasar modal syariah yaitu saham syariah, sukuk (obligasi syariah), dan reksadana syariah (Maulida dkk., 2023). Pada gambar 1. 2 menunjukkan saham syariah meningkat setiap tahunnya, di mana jumlahnya terus bertambah hingga tahun 2025, jumlah yang tercatat dalam Daftar Efek Syariah (DES) mencapai 688 saham yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Kenaikan ini juga menunjukkan bahwa pasar modal syariah di Indonesia terus mengalami

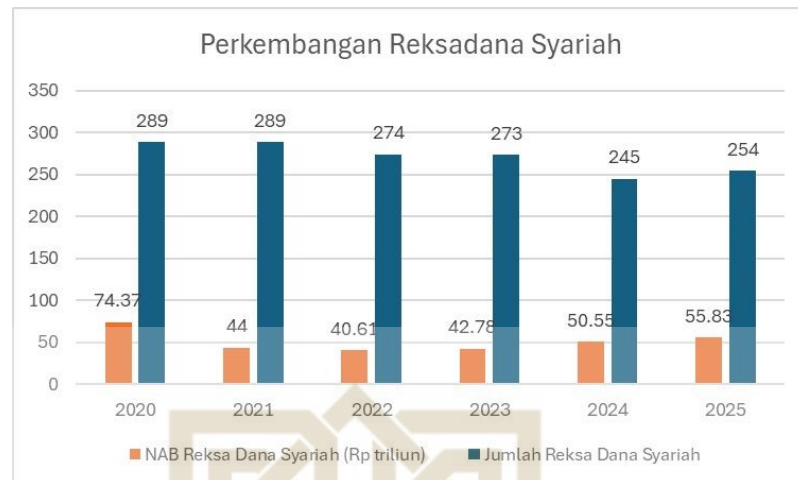
pengembangan instrumen, yang pada akhirnya memperluas pilihan investasi bagi para investor syariah (Supriani dkk., 2026).



Gambar 1. 3 Statistik Sukuk Korporasi 2020-2025

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, diolah penulis

Statistik sukuk korporasi juga menunjukkan kenaikan yang cukup kuat, terlihat dari nilai *outstanding* yang naik dari Rp30,35 triliun pada 2020 menjadi Rp55,27 triliun pada 2024, lalu mencapai Rp77,14 triliun per Juni 2025. Pada saat yang sama, nilai akumulasi penerbitan sukuk juga meningkat dari Rp55,15 triliun pada 2020 menjadi Rp121,16 triliun pada 2024 dan Rp148,72 triliun per Juni 2025, yang menandakan penguatan pembiayaan syariah melalui instrumen pasar modal. pertumbuhan jumlah sukuk korporasi ini penting karena memperlihatkan bahwa instrumen pasar modal syariah semakin berkembang (Supriani dkk., 2026).



Gambar 1. 4 Statistik Reksadana Syariah 2020-2025

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, diolah penulis

Data OJK pada gambar 1. 4 menunjukkan bahwa jumlah reksadana syariah mengalami penurunan dari 289 produk pada 2020–2021 menjadi 245 produk pada 2024, lalu naik kembali menjadi 254 produk di tahun 2025. Meskipun jumlah produknya sempat menurun, Nilai Aktiva Bersih (NAB) reksadana syariah dari 74,37 triliun pada 2020 turun ke Rp40,61 triliun pada 2022, lalu pulih menjadi 50,55 triliun pada 2024 dan 55,83 triliun per Juni 2025. Ini menandakan bahwa pasar reksadana syariah mengalami penguatan dari sisi NAB, tetapi tetap menunjukkan pemulihan dari sisi jumlah produk walaupun sempat adanya penurunan (Syahputra, 2024).

Berdasarkan perkembangan tersebut, keberadaan teknologi digital menjadi semakin penting dalam mendukung akses masyarakat terhadap instrumen pasar modal syariah (Setyawati, 2025). Oleh karena itu, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* masih menjadi faktor penting dalam menjelaskan niat penggunaan

teknologi investasi digital, termasuk pada konteks *mobile broker apps* pasar modal syariah (Setyono dkk., 2025).

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa karakteristik AI, khususnya *perceived intelligence* dan *perceived anthropomorphism*, berperan dalam membentuk niat adopsi layanan keuangan digital karena teknologi yang dipersepsikan cerdas dan lebih manusiawi cenderung lebih mudah diterima oleh pengguna (Lee dkk., 2023; Lee dan Chen, 2022). Di sisi lain, *perceived security and privacy* juga menjadi faktor penting dalam layanan finansial digital karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi, keamanan transaksi, dan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi (Balapour dkk., 2020; Thapa dkk., 2024).

Penelitian sebelumnya sudah berkontribusi dalam memahami adopsi teknologi keuangan, masih ada beberapa celah yang perlu diperhatikan. Sebagian besar studi sebelumnya hanya berfokus pada layanan keuangan digital secara umum, seperti *mobile banking*, *mobile payment*, dan *fintech* sehingga belum secara spesifik membahas konteks investasi melalui *mobile broker apps*. Selain itu, penelitian yang menggabungkan karakteristik kecerdasan buatan seperti *perceived intelligence* dan *perceived anthropomorphism* dengan kerangka TAM dan extended TAM masih terbatas, terutama dalam menjelaskan bagaimana teknologi mempengaruhi keputusan investasi dalam pasar modal syariah.

Di sisi lain, kajian yang mengaitkan faktor teknologi, persepsi pengguna, serta konteks pasar modal syariah dalam satu model penelitian yang

menyeluruh juga belum banyak dilakukan. Padahal, karakteristik pasar modal syariah yang menekankan aspek kepercayaan, transparansi, dan kepatuhan terhadap prinsip Islam berpotensi mempengaruhi cara pengguna memandang dan menggunakan teknologi investasi (Hamdany dan Mahmood, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Technology Acceptance Model* dan *Artificial Intelligence* Terhadap Intensi Investasi Instrumen Pasar Modal Syariah Pada *Mobile broker apps*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini disusun sebagai berikut

1. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap intensi investasi pada instrumen pasar modal syariah?
2. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap intensi investasi pada instrumen pasar modal syariah?
3. Apakah *perceived intelligence* berpengaruh positif terhadap intensi investasi pada instrumen pasar modal syariah?
4. Apakah *perceived anthropomorphism* berpengaruh positif terhadap intensi investasi pada instrumen pasar modal syariah?
5. Apakah *perceived security and privacy* berpengaruh positif terhadap intensi investasi pada instrumen pasar modal syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *perceived usefulness* terhadap intensi investasi pada instrumen pasar modal syariah.
2. Untuk menganalisis pengaruh *perceived ease of use* terhadap intensi investasi pada instrumen pasar modal syariah.
3. Untuk menganalisis pengaruh *perceived intelligence* terhadap intensi investasi pada instrumen pasar modal syariah.
4. Untuk menganalisis pengaruh *perceived anthropomorphism* terhadap intensi investasi pada instrumen pasar modal syariah.
5. Untuk menganalisis pengaruh *perceived security and privacy* terhadap intensi investasi pada instrumen pasar modal syariah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang keuangan digital dan perilaku pengguna teknologi. Secara lebih spesifik, penelitian ini memperkaya literatur mengenai *Technology Acceptance Model* (TAM) dan pengembangan extended TAM dengan mengintegrasikan variabel karakteristik *Artificial Intelligence* (AI), dalam menjelaskan perilaku pengguna. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam

pengembangan kajian mengenai investasi pada pasar modal syariah dengan mengaitkan aspek teknologi, persepsi pengguna, dan nilai-nilai keuangan berbasis syariah dalam satu kerangka penelitian yang terpadu.

2. Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi investor dalam memahami faktor-faktor seperti *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, *perceived intelligence*, *perceived anthropomorphism*, dan *perceived security and privacy* sebelum memutuskan untuk menggunakan aplikasi *mobile broker* syariah sebagai sarana investasi di pasar modal syariah.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini disusun untuk memudahkan pembaca memahami alur penelitian. Secara keseluruhan, skripsi ini terdiri dari lima bab yang saling berkaitan.

BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisi hal-hal yang menjadi dasar dilakukannya penelitian. Dimulai latar belakang masalah yang menjelaskan fenomena dan kesenjangan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai, manfaat yang diharapkan, serta sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II: Landasan Teori

Bab ini memuat penjelasan landasan teori, penelitian terdahulu yang relevan, pengembangan hipotesis, serta kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini menjelaskan langkah-langkah teknis yang digunakan dalam penelitian. Mulai dari jenis penelitian, definisi operasional variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, hingga metode analisis data yang dipakai untuk menguji hipotesis.

BAB IV: Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini memuat temuan yang diperoleh dari analisis data. Hasil penelitian dijelaskan kemudian dibahas lebih lanjut.

BAB V: Penutup

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan yang ditemukan selama proses penelitian, serta saran yang dapat diberikan bagi peneliti selanjutnya.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived intelligence*, *Perceived Anthropomorphism*, dan *Perceived Security and Privacy* terhadap intensi investasi instrumen pasar modal syariah pada *mobile broker apps*. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan metode SEM-PLS melalui software SmartPLS 4.1.1.8, penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar variabel yang digunakan berpengaruh terhadap intensi investasi, kecuali variabel *Perceived Anthropomorphism*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna dari *mobile broker apps*, semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk berinvestasi pada instrumen pasar modal syariah. Selanjutnya, *Perceived Ease of Use* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi investasi, yang berarti kemudahan penggunaan aplikasi dapat mendorong pengguna untuk berinvestasi, meskipun pengaruhnya relatif lebih rendah dibandingkan variabel signifikan lainnya.

Selain itu, *Perceived intelligence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi investasi serta menjadi variabel dengan pengaruh paling besar dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa kecerdasan sistem dalam

memberikan informasi, rekomendasi, dan dukungan pengambilan keputusan menjadi faktor penting dalam meningkatkan intensi investasi pengguna *mobile broker apps*. Sementara itu, *Perceived Anthropomorphism* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi investasi, sehingga karakteristik aplikasi yang menyerupai manusia belum menjadi faktor utama dalam mendorong pengguna untuk berinvestasi melalui *mobile broker apps*.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *Perceived Security and Privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi investasi. Hal ini mengindikasikan bahwa rasa aman, perlindungan data pribadi, dan kepercayaan terhadap keamanan transaksi menjadi aspek penting dalam mendorong intensi pengguna untuk berinvestasi pada instrumen pasar modal syariah. Secara keseluruhan, intensi investasi melalui *mobile broker apps* lebih dipengaruhi oleh aspek manfaat, kemudahan, kecerdasan sistem, serta keamanan dan privasi, sedangkan unsur *anthropomorphism* belum terbukti memberikan pengaruh signifikan.

B. Keterbatasan

Penelitian ini menyadari adanya beberapa keterbatasan. Pertama, karena kuesioner disebarluaskan secara daring, ada kemungkinan terjadinya bias data dan komposisi responden yang kurang representatif jika dibandingkan dengan populasi investor secara umum. Kedua, penelitian ini menggunakan purposive sampling, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas kepada seluruh investor pasar modal syariah. Ketiga, penelitian ini tidak membatasi objek pada satu *mobile broker apps* tertentu, sehingga perbedaan

fitur dan pengalaman penggunaan antar aplikasi dapat memengaruhi persepsi responden. Keempat, ditemukan bahwa ada variabel tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada faktor-faktor lain di luar model penelitian ini yang ikut menentukan keputusan seseorang untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

C. Implikasi dan Saran

1. Bagi Investor

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pemanfaatan *mobile broker apps* dengan fitur berbasis AI yang cerdas, serta mudah digunakan dapat mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih baik. Meskipun demikian, para investor juga diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan, khususnya terkait prinsip-prinsip syariah, agar mampu memanfaatkan teknologi yang tersedia secara optimal dan meminimalkan potensi risiko. Investor disarankan untuk menggunakan fitur-fitur berbasis kecerdasan pada aplikasi sebagai alat bantu dalam mengambil keputusan yang rasional dan strategis, namun tetap mempertahankan sikap kritis terhadap setiap informasi yang diberikan oleh platform. Dengan demikian, para investor diharapkan dapat berpartisipasi secara lebih aktif, bijak, dan bertanggung jawab dalam pengembangan instrumen pasar modal syariah di Indonesia.

2. Bagi Provider

Bagi penyedia layanan *mobile broker apps*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, kecerdasan sistem,

serta keamanan dan privasi merupakan faktor penting dalam mendorong intensi investasi. Oleh karena itu, penyedia layanan disarankan untuk mengembangkan fitur yang bermanfaat, mudah digunakan, cerdas, responsif, serta didukung perlindungan data dan keamanan transaksi. Sementara itu, aspek interaksi yang menyerupai manusia dapat tetap dikembangkan sebagai fitur pendukung, tetapi bukan sebagai prioritas utama karena dalam penelitian ini belum terbukti berpengaruh signifikan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan penelitian ini, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperbaiki dan mengembangkan desain penelitian agar memperoleh hasil yang lebih menyeluruh. Pertama, untuk mengatasi potensi bias akibat metode distribusi kuesioner daring, peneliti berikutnya dapat mempertimbangkan penggunaan metode pengumpulan data yang lebih beragam, misalnya dengan kombinasi antara kuesioner daring dan tatap muka, sehingga komposisi demografis responden dapat lebih mencerminkan populasi secara keseluruhan. Kedua, karena terdapat variabel yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap intensi berinvestasi, peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi dan memasukkan variabel-variabel lain yang relevan, seperti literasi keuangan syariah, kepercayaan terhadap teknologi, faktor psikologis investor atau sosial budaya, yang kemungkinan juga berperan dalam memengaruhi keputusan individu untuk berinvestasi di pasar modal syariah. Dengan demikian, hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat memberikan

gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi intensi berinvestasi instrumen pasar modal syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adewiyah, R., & Bawono, A. (2023). The Effect Of Islamic Capital Market Instruments On Indonesia's Economic Growth Is Moderated By The Money Supply. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 14(1). <https://doi.org/10.32678/Ijei.V14i1.413>
- Adhi, N., Aji, D. P., & Winarni, W. (2021). REKSADANA SYARIAH Dan KONVENSIIONAL DI INDONESIA. *KEUNIS*, 9(2), 120. <https://doi.org/10.32497/Keunis.V9i2.2629>
- Adi, E., & Sfenrianto, S. (2024). Analysis Of Factors That Influence The Use Of Online Investment Applications (Ajaib). *Syntax Idea*, 6(8), 3486–3504. <https://doi.org/10.46799/Syntax-Idea.V6i8.4237>
- Agung, D. A., & Widyarini, L. A. (2021). Multi-Group Analysis Innovation Diffusion Dan Technology Acceptance Factors Terhadap Niat Mengadopsi Wearable Technology Dengan Gender Sebagai Moderator. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 189–204. <https://doi.org/10.31842/Jurnalinobis.V4i2.177>
- Ahmad Kharisul Muslih, M. Ahsan Taufiki, & Agus Eko Sujianto. (2023). Peran Pertumbuhan Pasar Modal Syariah Dalam Peningkatan Perekonomian Indonesia. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 2(2), 155–166. <https://doi.org/10.58192/Populer.V2i2.869>
- Akhter, F., Waqas, M., & Sohaib, S. (2022). FACTORS AFFECTING THE ADOPTION OF FINTECH SERVICES FOR BANK CLIENTS. *Journal Of Social Sciences And Humanities*, 61(1), 45–67. <https://doi.org/10.46568/Jssh.V61i1.597>
- Alam, Md. M., Akbar, C. S., Shahriar, S. M., & Elahi, M. M. (2017). The Islamic *Shariah* Principles For Investment In Stock Market. *Qualitative Research In Financial Markets*, 9(2), 132–146. <https://doi.org/10.1108/QRFM-09-2016-0029>
- Alfiqri, M. R. (2024). Financial Instruments In The Capital Market. *Journal Of Accounting And Management*, 1(2), 23–30. <https://doi.org/10.70963/Jam.V1i2.366>
- Al-Hamdany, A., & Fadhil Mahmood, A. (2023). Fintech Innovations, Scope, Challenges, And Implications In Islamic Finance: A Systematic Analysis. *International Journal Of Computing And Digital Systems*, 13(1), 1–15. <https://doi.org/10.12785/Ijcds/130147>
- Almaiah, M. A., Al-Otaibi, S., Shishakly, R., Hassan, L., Lutfi, A., Alrawad, M., Qatawneh, M., & Alghanam, O. A. (2023). Investigating The Role Of Perceived Risk, Perceived Security And Perceived Trust On Smart M-Banking Application Using SEM. *Sustainability*, 15(13), 9908. <https://doi.org/10.3390/Su15139908>
- Amnas, M. B., Selvam, M., Raja, M., Santhoshkumar, S., & Parayitam, S. (2023). Understanding The Determinants Of Fintech Adoption: Integrating UTAUT2 With

- Trust Theoretic Model. *Journal Of Risk And Financial Management*, 16(12), 505. <https://doi.org/10.3390/Jrfm16120505>
- Andrade, C. (2021). The Inconvenient Truth About Convenience And Purposive Samples. *Indian Journal Of Psychological Medicine*, 43(1), 86–88. <https://doi.org/10.1177/0253717620977000>
- Aprilia, C., & Amalia, R. (2022). How Perceived Security Influences Continuance Intention To Use Mobile Wallet. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 9(2), 271–288. <https://doi.org/10.24252/Minds.V9i2.30083>
- Apuke, O. D. (2017). Quantitative Research Methods : A Synopsis Approach. *Kuwait Chapter Of Arabian Journal Of Business And Management Review*, 6(11), 40–47. <https://doi.org/10.12816/0040336>
- Arief, F., Abdullah, M. W., K., A., Meylianingrum, K., & Muhajir, M. N. A. (2025). INTEGRATION OF THE MAQASHID SHARIAH INDEX AND THE RGEC METHOD IN ASSESSING THE FINANCIAL PERFORMANCE OF ISLAMIC BANKS. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 8(1), 38–48. <https://doi.org/10.30863/Al-Tsarwah.V8i1.8332>
- Asutay, M., Wang, Y., & Avdukic, A. (2022). Examining The Performance Of Islamic And Conventional Stock Indices: A Comparative Analysis. *Asia-Pacific Financial Markets*, 29(2), 327–355. <https://doi.org/10.1007/S10690-021-09351-7>
- Auliah, S., Vidiati, C., Selasi, D., & Pratama, G. (2024). Peran Tranformasi Digital Dalam Pengembangan Pasar Modal Syariah Di Indonesia. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(12), 1020–1025. <https://doi.org/10.59188/Jurnalsostech.V3i12.1074>
- Balakrishnan, J., Abed, S. S., & Jones, P. (2022). The Role Of Meta-UTAUT Factors, Perceived Anthropomorphism, Perceived Intelligence, And Social Self-Efficacy In Chatbot-Based Services? *Technological Forecasting And Social Change*, 180, 121692. <https://doi.org/10.1016/J.Techfore.2022.121692>
- Balapour, A., Nikkhah, H. R., & Sabherwal, R. (2020). Mobile Application Security: Role Of Perceived Privacy As The Predictor Of Security Perceptions. *International Journal Of Information Management*, 52, 102063. <https://doi.org/10.1016/J.Ijinfomgt.2019.102063>
- Balli, F., Billah, M., Balli, H. O., & De Bruin, A. (2022). Spillovers Between Sukuks And Shariah-Compliant Equity Markets. *Pacific-Basin Finance Journal*, 72, 101725. <https://doi.org/10.1016/J.Pacfin.2022.101725>
- Bartneck, C., Kulić, D., Croft, E., & Zoghbi, S. (2009). Measurement Instruments For The Anthropomorphism, Animacy, Likeability, Perceived Intelligence, And Perceived Safety Of Robots. *International Journal Of Social Robotics*, 1(1), 71–81. <https://doi.org/10.1007/S12369-008-0001-3>

- Batubara, Y. (2020). ANALISIS MASLAHAH: PASAR MODAL SYARIAH SEBAGAI INSTRUMEN INVESTASI DI INDONESIA. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.30829/Hf.V7i2.7246>
- Belanche, D., Casaló, L. V., & Flavián, C. (2019). Artificial Intelligence In Fintech: Understanding Robo-Advisors Adoption Among Customers. *Industrial Management & Data Systems*, 119(7), 1411–1430. <https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2018-0368>
- Benmamoun, M., & Sobh, R. (2024). *An Islamic Perspective On AI Ethics: A Case Study Of Wahed Invest Robo Advisory*. Neilsonjournals Publishing. <https://doi.org/10.4135/9798348853785>
- Berndt, A. E. (2020). Sampling Methods. *Journal Of Human Lactation*, 36(2), 224–226. <https://doi.org/10.1177/0890334420906850>
- Bollen, K. A., & Davis, W. R. (2009). Two Rules Of Identification For Structural Equation Models. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 16(3), 523–536. <https://doi.org/10.1080/10705510903008261>
- Carlos Roca, J., José García, J., & José De La Vega, J. (2009b). The Importance Of Perceived Trust, Security And Privacy In Online Trading Systems. *Information Management & Computer Security*, 17(2), 96–113. <https://doi.org/10.1108/09685220910963983>
- Casteel, A., & Bridier, N. (2021). Describing Populations And Samples In Doctoral Student Research. *International Journal Of Doctoral Studies*, 16, 339–362. <https://doi.org/10.28945/4766>
- Chedrawi, C., Haddad, G., Tarhini, A., Osta, S., & Kazoun, N. (2025). Exploring The Impact Of Responsible AI Usage On Users' Behavioral Intentions. *Journal Of Innovation & Knowledge*, 10(6), 100813. <https://doi.org/10.1016/J.Jik.2025.100813>
- Chong, L.-L., Ong, H.-B., & Tan, S.-H. (2021c). 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>
- Chua, A. Y. K., Pal, A., & Banerjee, S. (2023). AI-Enabled Investment Advice: Will Users Buy It? *Computers In Human Behavior*, 138, 107481. <https://doi.org/10.1016/J.Chb.2022.107481>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Elfakhani, S. (2025). Islamic, Ethical And Conventional Mutual Funds: A Comparative Study (1990–2022). *Journal Of Islamic Accounting And Business Research*, 16(8), 1370–1393. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2023-0105>

- Elkaseh, A. M., Wong, K. W., & Fung, C. C. (2016). Perceived Ease Of Use And Perceived Usefulness Of Social Media For E-Learning In Libyan Higher Education: A Structural Equation Modeling Analysis. *International Journal Of Information And Education Technology*, 6(3), 192–199. <https://doi.org/10.7763/IJiet.2016.V6.683>
- Elkhatibi, Y., & Benabdelouahed, R. (2024). Innovation And Artificial Intelligence: Towards A Better Understanding Of The Two Strategies. *International Journal Of Innovative Research In Multidisciplinary Education*, 03(04). <https://doi.org/10.58806/Ijirme.2024.V3i4n09>
- Fahmi Ahmad Burhan. (2021, November 2). Bibit Hingga Bareksa, 6 Fintech Yang Pakai Teknologi Robo Advisor Artikel Ini Telah Tayang Di Katadata.Co.Id Dengan Judul “Bibit Hingga Bareksa, 6 Fintech Yang Pakai Teknologi Robo Advisor” , <https://katadata.co.id/digital/fintech/618124ca5f5ea/bibit-hingga-bareksa-6-fintech-yang-pakai-teknologi-robo-advisor> . Katadata.
- Faiqatul Munawwarah, Halimatus Sa’diyah, Iik Timamah, & Faridatul Jannah. (2025). Essential Components Of Quantitative Research: A Guide For Beginner Researchers. *INTERDISIPLIN: Journal Of Qualitative And Quantitative Research*, 2(1), 53–62. <https://doi.org/10.61166/Interdisiplin.V2i1.63>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error. *Journal Of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Fortagne, M. A., Reith, R., Nguyen, K., & Lis, B. (2023). Technology Acceptance Of Neo-Broker Applications: An Empirical Investigation. *International Journal Of Innovation And Technology Management*, 20(05). <https://doi.org/10.1142/S0219877023500293>
- Fretika, T. A., & Rohman, A. (2025). The Role Of Sharia Capital Markets And Sharia Banking Financing In Indonesia’s Economic Growth. *Rihlah Iqtishad: Jurnal Bisnis Dan Keuangan Islam*, 2(1), 8–13. <https://doi.org/10.61166/Rihlah.V2i1.23>
- Gaspar, R. M., & Oliveira, M. (2024). Robo Advising And Investor Profiling. *Fintech*, 3(1), 102–115. <https://doi.org/10.3390/Fintech3010007>
- Gautam, S., & Malik, P. (2022). Importance Of Perceived Security, Perceived Privacy And Website Design Of Active Online Investors: An Indian Market Perspective. *International Journal Of Electronic Finance*, 11(1), 30. <https://doi.org/10.1504/IJEF.2022.120349>
- Gupta, S., Justy, T., Kamboj, S., Kumar, A., & Kristoffersen, E. (2021). Big Data And Firm Marketing Performance: Findings From Knowledge-Based View. *Technological Forecasting And Social Change*, 171, 120986. <https://doi.org/10.1016/J.Techfore.2021.120986>

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When To Use And How To Report The Results Of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Han, R., Lam, H. K. S., Zhan, Y., Wang, Y., Dwivedi, Y. K., & Tan, K. H. (2021). Artificial Intelligence In Business-To-Business Marketing: A Bibliometric Analysis Of Current Research Status, Development And Future Directions. *Industrial Management & Data Systems*, 121(12), 2467–2497. <https://doi.org/10.1108/IMDS-05-2021-0300>
- Haneffa Muchlis Gazali, Junisa Jumadi, Noor Rasyidah Ramlan, Nurmaisarah Abd Rahmat, Siti Nor Hazilawati Mohd Uzair, & Amirah Norliyana Mohid. (2020). Application Of Artificial Intelligence (AI) In Islamic Investments. *Journal Of Islamic Finance*, 9(2), 70–78. <https://doi.org/10.31436/Jif.V9i2.485>
- Hanif, H., Nadlifatin, R., Hutama, R. R., Ali, A. H. N., & Persada, S. F. (2024). Determinant Factors Of Mobile Investment App Users Among Generation Z Indonesia. *International Journal Of Electrical And Computer Engineering (IJECE)*, 14(3), 3073. <https://doi.org/10.11591/Ijece.V14i3.Pp3073-3083>
- Hidayat, R., & Patricia Wulandari. (2022). Structural Equation Modelling (SEM) In Research: Narrative Literature Review. *Open Access Indonesia Journal Of Social Sciences*, 5(6), 852–858. <https://doi.org/10.37275/Oaijss.V5i6.141>
- Hoepner, A. G. F., Rammal, H. G., & Rezec, M. (2011). Islamic Mutual Funds' Financial Performance And International Investment Style: Evidence From 20 Countries. *The European Journal Of Finance*, 17(9–10), 829–850. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2010.538521>
- Hong, X., Pan, L., Gong, Y., & Chen, Q. (2023). Robo-Advisors And Investment Intention: A Perspective Of Value-Based Adoption. *Information & Management*, 60(6), 103832. <https://doi.org/10.1016/J.Im.2023.103832>
- Huang, C.-Y., Wang, H.-Y., Yang, C.-L., & Shiau, S. J. H. (2020). A Derivation Of Factors Influencing The Diffusion And Adoption Of An Open Source Learning Platform. *Sustainability*, 12(18), 7532. <https://doi.org/10.3390/Su12187532>
- Hyun Baek, T., & Kim, M. (2023). Ai Robo-Advisor Anthropomorphism: The Impact Of Anthropomorphic Appeals And Regulatory Focus On Investment Behaviors. *Journal Of Business Research*, 164, 114039. <https://doi.org/10.1016/J.Jbusres.2023.114039>
- Ibnu Habib Wahyudi, Imsar, & Harahap, M. I. (2024). Blockchain Strategy In Improving Transaction Security In The Sharia Capital Market. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2), 958–969. <https://doi.org/10.33096/Jmb.V11i2.862>

- Ibrahim, M. H., Putri, A. L. A., Hasanah, I., Agustin, A. D., & Rosyida, A. (2025). ENHANCING PARTICIPATION IN INDONESIA'S ISLAMIC CAPITAL MARKET: EXPLORING TECHNOLOGY ACCEPTANCE, SOCIO-PSYCHOLOGICAL FACTORS, AND ISLAMIC FINANCIAL LITERACY. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 22(1). <https://doi.org/10.7454/Jaki.V22i1.1975>
- Imran Ul Amin, Ishfaq Hussain Bhat, Itoo, R. A., & Jan, A. (2025). Behavioural Intention To Adopt Mobile Trading Apps: An Integrated Theoretical And Digital Framework, Privacy Concerns, And Information Richness Model. *Sri Lanka Journal Of Social Sciences*, 47(02), 123–144. <https://doi.org/10.4038/Sljss.V47i02.8945>
- Irwandi, A. (2024). Islamic Capital Market Investment In Indonesia. *Journal Of Accounting And Management*, 1(1), 9–12. <https://doi.org/10.70963/Jam.V1i1.369>
- Jafri, J. A., Mohd Amin, S. I., Abdul Rahman, A., & Mohd Nor, S. (2024). A Systematic Literature Review Of The Role Of Trust And Security On Fintech Adoption In Banking. *Heliyon*, 10(1), E22980. <https://doi.org/10.1016/J.Heliyon.2023.E22980>
- Jamie, N. H. A. (2023). *Artificial Intelligence For Easing Financial Analyses* (Hlm. 98–107). https://doi.org/10.1007/978-3-031-42455-7_9
- Jeckmans, A. J. P., Beyne, M., Erkin, Z., Hartel, P., Legendijk, R. L., & Tang, Q. (2013). *Privacy In Recommender Systems* (Hlm. 263–281). https://doi.org/10.1007/978-1-4471-4555-4_12
- Jin, S., Noh, M., Yang-Wallentin, F., & Lee, Y. (2021). Robust Nonlinear Structural Equation Modeling With Interaction Between Exogenous And Endogenous Latent Variables. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 28(4), 547–556. <https://doi.org/10.1080/10705511.2020.1857255>
- Johri, A., Wasiq, M., Kaur, H., & Asif, M. (2023). Assessment Of Users' Adoption Behaviour For Stock Market Investment Through Online Applications. *Heliyon*, 9(9), E19524. <https://doi.org/10.1016/J.Heliyon.2023.E19524>
- Khairiyah, I. (2024). INTEGRASI TEKNOLOGI CANGGIH DALAM INVESTASI: CARA MENINGKATKAN KEUNTUNGAN DAN MENGELOLA RISIKO DENGAN EFEKTIF. *INVESTI: Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 587–600. <https://doi.org/10.32806/Ivi.V5i1.187>
- Khanna, P., & Jha, S. (2024). AI-Based Digital Product 'Robo-Advisory' For Financial Investors. *Vision: The Journal Of Business Perspective*. <https://doi.org/10.1177/09722629241298399>
- Khoirunisa, N., Amijaya, R. N. F., & Santoso, E. (2025). DO SHARIA MUTUAL FUNDS, SHARIA BONDS (SUKUK), AND SHARIA STOCKS AFFECT INDONESIA'S ECONOMIC GROWTH? *Airlangga International Journal Of Islamic Economics And Finance*, 8(02), 160–174. <https://doi.org/10.20473/Aijief.V8i02.76697>

- Klemens Katterbauer, & Philippe Moschetta. (2022). A Robo-Advisory Framework For Islamic And Environmental, Social And Governance (ESG) Compliance – A Benchmark Study On The S&P 500 Stock Index. *The Journal Of Muamalat And Islamic Finance Research*, 34–46. <https://doi.org/10.33102/Jmifr.V19i1.408>
- Kowalewski, O., & Pisany, P. (2023). The Rise Of Fintech: A Cross-Country Perspective. *Technovation*, 122, 102642. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2022.102642>
- Kumala, D. C., Pranata, J. W., & Thio, S. (2020). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, PERCEIVED EASE OF USE, TRUST, DAN SECURITY TERHADAP MINAT PENGGUNAAN GOPAY PADA GENERASI X DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(1), 19–29. <https://doi.org/10.9744/jmp.6.1.19-29>
- Kumar, A., Adlakha, A., & Mukherjee, K. (2018). The Effect Of Perceived Security And Grievance Redressal On Continuance Intention To Use M-Wallets In A Developing Country. *International Journal Of Bank Marketing*, 36(7), 1170–1189. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2017-0077>
- Lee, J.-C., & Chen, X. (2022b). Exploring Users' Adoption Intentions In The Evolution Of Artificial Intelligence Mobile Banking Applications: The Intelligent And Anthropomorphic Perspectives. *International Journal Of Bank Marketing*, 40(4), 631–658. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2021-0394>
- Lee, J.-C., Tang, Y., & Jiang, S. (2023). Understanding Continuance Intention Of Artificial Intelligence (AI)-Enabled Mobile Banking Applications: An Extension Of AI Characteristics To An Expectation Confirmation Model. *Humanities And Social Sciences Communications*, 10(1), 333. <https://doi.org/10.1057/S41599-023-01845-1>
- Leschanowsky, A., Rech, S., Popp, B., & Bäckström, T. (2024). Evaluating Privacy, Security, And Trust Perceptions In Conversational AI: A Systematic Review. *Computers In Human Behavior*, 159, 108344. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108344>
- Lestari, E., & Jusmaliani, J. (2018). Syari'ah Investment. *Journal Of Indonesian Social Sciences And Humanities*, 2, 179–190. <https://doi.org/10.14203/jissh.V2i0.28>
- Lim, S. H., Kim, D. J., Hur, Y., & Park, K. (2019). An Empirical Study Of The Impacts Of Perceived Security And Knowledge On Continuous Intention To Use Mobile Fintech Payment Services. *International Journal Of Human-Computer Interaction*, 35(10), 886–898. <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1507132>
- Lin, R. R., Zheng, Y., & Lee, J. C. (2023). Artificial Intelligence-Based Pre-Implementation Interventions In Users' Continuance Intention To Use Mobile Banking. *International Journal Of Mobile Communications*, 21(4), 518–540. <https://doi.org/10.1504/IJMC.2023.131165>

- Ling, L.-S., Ling, P.-S., Lee, K. Y. M., Tiong, A. E. L., & Ngian, E. T. (2025). Public's Adoption Intention On Mobile Investment Platform In An Extended MTAM Framework. *International Review Of Management And Marketing*, 15(5), 266–273. <https://doi.org/10.32479/Irm.19829>
- Ling, P.-S., Lee, K. Y. M., Ling, L.-S., & Mohd Suhaimi, M. K. A. (2024). Investors' Intention To Use Mobile Investment: An Extended Mobile Technology Acceptance Model With Personal Factors And Perceived Reputation. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2295603>
- Malhotra, G., & Ramalingam, M. (2025). Perceived Anthropomorphism And Purchase Intention Using Artificial Intelligence Technology: Examining The Moderated Effect Of Trust. *Journal Of Enterprise Information Management*, 38(2), 401–423. <https://doi.org/10.1108/JEIM-09-2022-0316>
- Manser Payne, E. H., Peltier, J., & Barger, V. A. (2021). Enhancing The Value Co-Creation Process: Artificial Intelligence And Mobile Banking Service Platforms. *Journal Of Research In Interactive Marketing*, 15(1), 68–85. <https://doi.org/10.1108/JRIM-10-2020-0214>
- Mat Rahim, S. R., & Mohamad, Z. Z. (2018). Green Sukuk For Financing Renewable Energy Projects. *Turkish Journal Of Islamic Economics*, 5(2), 129–144. <https://doi.org/10.26414/M031>
- Maulida, A. Z., Risdiana, R., & Purnomo, A. (2023). Performance Of Indonesia's Sharia Capital Market For The 2022 Period. *Journal Of Islamic Economics And Philanthropy*, 5(4), 97–113. <https://doi.org/10.21111/Jiep.V6i2.9369>
- Meibie, M., & Yetti Afrida Indra. (2024). PERAN PENTING PASAR MODAL SYARIAH DALAM PEREKONOMIAN DI INDONESIA. *Journal Of Management And Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2(1), 1723–1732. <https://doi.org/10.70248/Jmie.V2i1.1433>
- Mohapatra, N., Shekhar, S., Singh, R., Khan, S., Santos, G., & Carvalho, S. (2025). Unveiling The Nexus Between Use Of AI-Enabled Robo-Advisors, Behavioural Intention And Sustainable Investment Decisions Using PLS-SEM. *Sustainability*, 17(9), 3897. <https://doi.org/10.3390/Su17093897>
- Molnár, L., Nagy, S., & Hajdú, N. (2025). Factors Influencing The Intention To Use Robo-Advisors: A Hungarian Perspective. *Acta Polytechnica Hungarica*, 22(7), 263–283. <https://doi.org/10.12700/APH.22.7.2025.7.14>
- Morandín-Ahuerma, F. (2022). What Is Artificial Intelligence? *International Journal Of Research Publication And Reviews*, 03(12), 1947–1951. <https://doi.org/10.55248/Gengpi.2022.31261>

- Moussawi, S., & Koufaris, M. (2019). *Perceived Intelligence And Perceived Anthropomorphism Of Personal Intelligent Agents: Scale Development And Validation*. <https://doi.org/10.24251/HICSS.2019.015>
- Moussawi, S., Koufaris, M., & Benbunan-Fich, R. (2021). How Perceptions Of Intelligence And Anthropomorphism Affect Adoption Of Personal Intelligent Agents. *Electronic Markets*, 31(2), 343–364. <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00411-w>
- Moussawi, S., Koufaris, M., & Benbunan-Fich, R. (2023). The Role Of User Perceptions Of Intelligence, Anthropomorphism, And Self-Extension On Continuance Of Use Of Personal Intelligent Agents. *European Journal Of Information Systems*, 32(3), 601–622. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.2018365>
- Novita Hajar, Alfathisya Regina Putri Bahri, & Rudi Sanjaya. (2024). Peran Digitalisasi Dalam Membangun Literasi Inklusi Pasar Modal. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 2(4), 01–06. <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v2i4.4124>
- Nur Aisyah, A., & Anggara, B. (2025). Perkembangan Pasar Modal Syariah Di Era Digital: Peluang Dan Problematika Yang Dihadapi. *Mauriduna: Journal Of Islamic Studies*, 6(1), 439–446. <https://doi.org/10.37274/Mauriduna.V6i1.1373>
- Oktavia, T., Devano, E., Alghifari, A., Andrian, W., Wahyudi, V., & Suharlin, F. M. (2022). Analysis Of User Acceptance Of Indonesian Society To Use Online Investment Application. *2022 International Conference On Information Management And Technology (Icimtech)*, 671–675. <https://doi.org/10.1109/Icimtech55957.2022.9915120>
- Pambudi, I. A. S., Roswinanto, W., & Meiria, C. H. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Dan Perceived Enjoyment Terhadap Minat Untuk Terus Menggunakan Aplikasi Investasi Di Indonesia. *Journal Of Management And Business Review*, 20(3), 482–501. <https://doi.org/10.34149/Jmbr.V20i3.577>
- Park, N., Roman, R., Lee, S., & Chung, J. E. (2009). User Acceptance Of A Digital Library System In Developing Countries: An Application Of The Technology Acceptance Model. *International Journal Of Information Management*, 29(3), 196–209. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2008.07.001>
- 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>
- Pu, Y. (2025). The Application Of Artificial Intelligence In The Investment Field. *Journal Of Economics & Management Research*, 6(5), 1–3. [https://doi.org/10.47363/JESMR/2025\(6\)295](https://doi.org/10.47363/JESMR/2025(6)295)

- Puteri, H. E. (2025). *Financial Technology*
- Putri, G. A., Widagdo, A. K., & Setiawan, D. (2023). Analysis Of Financial Technology Acceptance Of Peer To Peer Lending (P2P Lending) Using Extended Technology Acceptance Model (TAM). *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 9(1), 100027. <https://doi.org/10.1016/J.Joitmc.2023.100027>
- Putri Utami, R. A. S. (2022). The Financial Literacy, Investment Knowledge, Investment Motivation On Investment Interest In The Capital Market Using Bibit And Ajaib Applications (Study On Faculty Of Economics And Business Students At Bhayangkara Jakarta Raya University). *Journal Of Sustainable Community Development (JSCD)*, 4(2), 92–104. <https://doi.org/10.32924/Jscd.V4i2.74>
- Pylypenko, H. M., Pylypenko, Yu. I., Dubiei, Yu. V., Solianyk, L. G., Pazynich, Yu. M., Buketov, V., Smoliński, A., & Magdziarczyk, M. (2023). Social Capital As A Factor Of Innovative Development. *Journal Of Open Innovation: Technology, Market, And Complexity*, 9(3), 100118. <https://doi.org/10.1016/J.Joitmc.2023.100118>
- Rahman, M., Ming, T. H., Baigh, T. A., & Sarker, M. (2023). Adoption Of Artificial Intelligence In Banking Services: An Empirical Analysis. *International Journal Of Emerging Markets*, 18(10), 4270–4300. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-06-2020-0724>
- Raja Kasim, R. S. (2023). A SMART SHARIAH-BASED DECISION-MAKING IN ISLAMIC FINTECH. *I-Iecons E-Proceedings*, 731–737. <https://doi.org/10.33102/Iiecons.V10i1.77>
- Raut, R. K., & Kumar, S. (2024). An Integrated Approach Of TAM And TPB With Financial Literacy And Perceived Risk For Influence On Online Trading Intention. *Digital Policy, Regulation And Governance*, 26(2), 135–152. <https://doi.org/10.1108/DPRG-07-2023-0101>
- Regmi, P. R., Waithaka, E., Paudyal, A., Simkhada, P., & Van Teijlingen, E. (2017). Guide To The Design And Application Of Online Questionnaire Surveys. *Nepal Journal Of Epidemiology*, 6(4), 640–644. <https://doi.org/10.3126/Nje.V6i4.17258>
- Roongruangsee, R., & Patterson, P. (2024). Engaging Robo-Advisors In Financial Advisory Services: The Role Of Psychological Comfort And Client Psychological Characteristics. *Australasian Marketing Journal*, 32(4), 339–354. <https://doi.org/10.1177/14413582231195990>
- Sarstedt, M., & Cheah, J.-H. (2019). Partial Least Squares Structural Equation Modeling Using Smartpls: A Software Review. *Journal Of Marketing Analytics*, 7(3), 196–202. <https://doi.org/10.1057/S41270-019-00058-3>

- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. Dalam *Handbook Of Market Research* (Hlm. 1–40). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1
- Schrank, J. (2025). The Impact Of Artificial Intelligence On Behavioral Intentions To Use Mobile Banking In The Post-COVID-19 Era. *Frontiers In Artificial Intelligence*, 8. <https://doi.org/10.3389/frai.2025.1649392>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business (7th Ed.)*. Willey.
- Selasi, D., Muzayyanah, M., Tatmimah, I., Sari, F., & Indriyani, R. (2022). Contribution Of Islamic Capital Market To National Capital Market. *INCOME: Innovation Of Economics And Management*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.32764/Income.V2i1.2558>
- Setia, M. (2016). Methodology Series Module 3: Cross-Sectional Studies. *Indian Journal Of Dermatology*, 61(3), 261. <https://doi.org/10.4103/0019-5154.182410>
- Setyanta, B., & Kadi, D. C. A. (2020). The Effect Of Perceived Ease Of Use, Investment Knowledge, And Perceived Risk On Intentions To Purchase Of Share In Generation Y. *AMAR (Andalas Management Review)*, 4(2), 60–72. <https://doi.org/10.25077/Amar.4.2.60-72.2020>
- Setyawati, A. (2025). Investment Motivation, Technological Advancement, And Financial Literacy On Investment Interest In The Capital Market. *Journal Of Applied Business, Taxation And Economics Research*, 4(6), 1006–1020. <https://doi.org/10.54408/Jabter.V4i6.525>
- Setyono, J., Yusfiarto, R., Qoyum, A., Zaelina, F., & Febriyanto, A. (2025). Exploring Technology Adoption In The Islamic Capital Market: How Neo-Brokers Shape Investment Behavior? *Journal Of Islamic Accounting And Business Research*, 1–20. <https://doi.org/10.1108/JIABR-06-2025-0333>
- She, L., Ray, A., Karim, S., & Ma, L. (2026). Drivers Of Financial App Usage In China: An Integrated Theoretical Model. *Financial Innovation*, 12(1), 60. <https://doi.org/10.1186/S40854-025-00861-1>
- Singh, M., & Farozan. (2024). The Future Of Investing: Analysing The Influence Of Trading Applications On Investors. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND ANALYSIS*, 07(04). <https://doi.org/10.47191/Ijmra/V7-I04-38>
- Singh, N. (2024). Data Security And Consumer Trust In Fintech Innovations Using Technology Adoption Method. *INTERANTIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT*, 08(05), 1–5. <https://doi.org/10.55041/IJSREM33015>
- Singh, S., Sahni, M. M., & Kovid, R. K. (2021). *Exploring Antecedents Of Fintech Adoption Using Adapted Technology Acceptance Model* (Hlm. 337–352). https://doi.org/10.1007/978-981-15-8025-3_34

- Sofya, A., Novita, N. C., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Metode Survey: Explanatory Survey Dan Cross Sectional Dalam Penelitian Kuantitatif. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1696–1708. <https://doi.org/10.56832/Edu.V4i3.556>
- Sourirajan, S., & Perumandla, S. (2022). Do Emotions, Desires And Habits Influence Mutual Fund Investing? A Study Using The Model Of Goal-Directed Behavior. *International Journal Of Bank Marketing*, 40(7), 1452–1476. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2021-0540>
- Stanley, W., Sari, R., & Deniswara, K. (2024). Analysis Of The Effect Of Using Online Trading And Investment Mobile Applications On The Purchase Decision Of Indonesian People In Investing In The Indonesian Capital Market. *2024 International Conference On Information Management And Technology (Icimtech)*, 735–740. <https://doi.org/10.1109/Icimtech63123.2024.10780916>
- Supriani, I., Fianto, B. A., & Alshater, M. M. (2026). Islamic Capital Markets: A Hybrid Review. *International Journal Of Islamic And Middle Eastern Finance And Management*, 19(1), 202–240. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-08-2024-0399>
- Suryaningsih, I. B., Dewi, A. P., Singgih, M., Sumani, S., & Putri, R. A. S. I. (2023). The Mediating Role Of Consumer Trust In Influencing Student Orientation To Invest Using Ajaib App: A Framework Based On SEM-PLS. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(2), 137–143. <https://doi.org/10.26905/Jmdk.V11i2.10390>
- Syahputra, A. D. (2024). Prospect Of Performance Development Sharia Mutual Funds In The Indonesian Capital Market. *Jurnal Ekonomi Islam, Akuntansi, Dan Manajemen*, 1(1). <https://doi.org/10.70963/Jeiam.V1i1.82>
- Teresa, C., Lim, N., La, D., Rhey, J., & De La, B. P. (2025). Unraveling The AI Banking Frontier: How Perceived Intelligence And Anthropomorphism Is Revolutionizing Philippine Mobile Banking? *Review Of Integrative Business And Economics Research*, 14, 14.
- Thapa, S., Panda, S., Ghimire, A., & Kim, D. J. (2024). From Engagement To Retention: Unveiling Factors Driving User Engagement And Continued Usage Of Mobile Trading Apps. *Decision Support Systems*, 183, 114265. <https://doi.org/10.1016/J.Dss.2024.114265>
- Trimulato, T., & Ismawati, I. (2021). THE OPTIMIZATION OF SHARIA FINANCIAL INSTITUTION AS AGENT OF SALE FOR SUKUK PRODUCT. *Islamic Economics, Finance, And Banking Review*, 1(1). <https://doi.org/10.12928/Iefbr.V1i1.4745>
- Turner, D. P. (2020). Sampling Methods In Research Design. *Headache: The Journal Of Head And Face Pain*, 60(1), 8–12. <https://doi.org/10.1111/Head.13707>

- Tusseyeva, I., Sandygulova, A., & Rubagotti, M. (2024). Perceived Intelligence In Human-Robot Interaction: A Review. *IEEE Access*, 12, 151348–151359. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2024.3478751>
- Vattikoti, & Razak. (2017). The Role Of Islamic Capital Market In The Economic Growth And Development Of Global Economy – A Select Study. *Journal Of Business And Hotel Management*, 03(01). <https://doi.org/10.4172/2324-9129.1000107>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/Mnsc.46.2.186.11926>
- Watson, R. (2015). Quantitative Research. *Nursing Standard*, 29(31), 44–48. <https://doi.org/10.7748/Ns.29.31.44.E8681>
- Yin, L.-X., & Lin, H.-C. (2022). Predictors Of Customers' Continuance Intention Of Mobile Banking From The Perspective Of The Interactivity Theory. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 35(1), 6820–6849. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2053782>
- Yu, J. (2025). *The Evolution And Latest Trends Of AI Technology* (Hlm. 1–15). https://doi.org/10.1007/978-981-96-9005-3_1
- Yuan, S., Liu, Y., Yao, R., & Liu, J. (2016). An Investigation Of Users' Continuance Intention Towards Mobile Banking In China. *Information Development*, 32(1), 20–34. <https://doi.org/10.1177/0266666914522140>
- Yusfiarto, R., Nugraha, S. S., Mutmainah, L., Berakon, I., Sunarsih, S., & Nurdany, A. (2023). Examining Islamic Capital Market Adoption From A Socio-Psychological Perspective And Islamic Financial Literacy. *Journal Of Islamic Accounting And Business Research*, 14(4), 574–594. <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2022-0037>
- Zaineldeen, S., Hongbo, L., Koffi, A. L., & Hassan, B. M. A. (2020). Technology Acceptance Model' Concepts, Contribution, Limitation, And Adoption In Education. *Universal Journal Of Educational Research*, 8(11), 5061–5071. <https://doi.org/10.13189/Ujer.2020.081106>
- Zhang, Q., Liu, S., Xu, J., Ji, X., Zhang, Y., & Liu, Y. (2022). *Designing For Perceived Intelligence In Human-Agent Interaction: A Systematic Review* (Hlm. 713–720). https://doi.org/10.1007/978-3-031-19682-9_91
- Zhu, H., Sallnäs Pysander, E.-L., & Söderberg, I.-L. (2023). Not Transparent And Incomprehensible: A Qualitative User Study Of An AI-Empowered Financial Advisory System. *Data And Information Management*, 7(3), 100041. <https://doi.org/10.1016/J.Dim.2023.100041>
- Zulkhibri, M. (2015). A Synthesis Of Theoretical And Empirical Research On Sukuk. *Borsa Istanbul Review*, 15(4), 237–248. <https://doi.org/10.1016/J.Bir.2015.10.001>



