

INTISARI

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor apasaja yang dapat mempengaruhi seseorang dalam niat menggunakan terus menerus robo advisor di Indonesia. Fokus penelitian tentang bagaimana pengguna menggunakan secara terus menerus robo advisor sebagai media investasi. Penelitian ini menggunakan teori expectation confirmation model untuk mengetahui bagaimana niat menggunakan terus menerus pada robo advisor di Indonesia. Peneliti menambahkan variabel pengetahuan keuangan sebagai keterbaruan pada penelitian ini. Variabel lainnya seperti kegunaan yang dirasakan, kepuasan, dan konfirmasi diharapkan mampu berpengaruh terhadap niat menggunakan terus menerus robo advisor di Indonesia. Data yang dikumpulkan dengan metode survei terhadap 100 pengguna robo advisor dari 6 aplikasi investasi di Indonesia yaitu Bareksa, Bibit, Reliance, Stockbit dan Halofina. Perhitungan menggunakan Structural Equation Model (SEM) PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, variabel pengetahuan keuangan, kegunaan yang dirasakan, konfirmasi dan kepuasan berpengaruh positif terhadap niat menggunakan terus menerus robo advisor sebagai media investasi di Indonesia. Keterbatasan yang dimiliki pada penelitian ini adalah data pengguna tidak secara langsung didapatkan dari perusahaan penyedia robo advisor di Indonesia.

Kata kunci: *Robo advisor*, ECM, pengetahuan keuangan, kepuasan, kegunaan yang dirasakan, harapan, niat menggunakan terus menerus.

ABSTRACT

This research discussed what factors can influence someone's intention to continuously use robo advisors in Indonesia. The research focused on how users continuously used robo advisors as an investment medium. This research used the expectation confirmation model theory to determine the intention to continue using robo advisors in Indonesia. Researchers added the financial knowledge variable as a novelty in this research. Other variables such as perceived usefulness, satisfaction, and confirmation were expected to influence the intention to continuously use robo advisors in Indonesia. The data were collected using a survey method of 100 robo advisor users from 6 investment applications in Indonesia, namely Bareksa, Bibit, Reliance, Stockbit, and Halofina. The calculations used the PLS Structural Equation Model (SEM). The results of this research showed that the financial knowledge variables, perceived usefulness, confirmation, and satisfaction had a positive effect on the intention to continuously use robo advisors as an investment medium in Indonesia. The limitation of this research is that user data were not directly obtained from companies providing robo advisors in Indonesia.

Keywords: *Robo advisor, ECM, financial knowledge, satisfaction, perceived usefulness, expectations, intention to continue using*