

ANALISIS e-SERVICE QUALITY TERHADAP e-LOYALTY MELALUI e-CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI MEDIATING PADA PENGGUNA APLIKASI MOST ONLINE TRADING (STUDI KASUS PADA PT XYZ)

Oleh :

Rianto Nurcahyo,

International Business Management,
Bina Nusantara University,
rurtjahjo@binus.edu

Damar Aji Irawan,

International Business Management,
Bina Nusantara University,
damaraji.irawan@yahoo.co.uk

Anastasia Georgina

International Business Management,
Bina Nusantara University
anastasia.georgina@gmail.com

Articel Info	Abstract
<i>Article History :</i> <i>Received 24 February - 2022</i> <i>Accepted 24 March - 2022</i> <i>Available Online 30 March - 2022</i>	<i>The aim of this study is to find out the indirect influence of service quality on e- loyalty of MOST Online Trading users through e-customer satisfaction of PT XYZ. This study is a quantitative research. Methods of data analysis used in this research is Partial Least Square-PLS with SmartPLS applications. Methods of data collection is using questionnaire which distributed to 162 respondents. The findings suggest that e-service quality has significant effect on e- service customer satisfaction; e-customer satisfaction is positively related to e- loyalty. The findings revealed that there is indirect influence between e-service quality and e-loyalty through e-customer satisfaction.</i>
<i>Keywords :</i> <i>e-Service Quality, e-Customer Satisfaction, e-Loyalty, Partial Least Square, Online Trading Application.</i>	

1. PENDAHULUAN

Keberadaan pasar modal memiliki peran peningkatan aktivitas ekonomi nasional karena dengan adanya pasar modal, perusahaan akan lebih mudah memperoleh dana sehingga mendorong perekonomian nasional menjadi lebih maju. Pasar modal memiliki fungsi sebagai wadah pengalokasian dana secara efisien antara investor dengan perusahaan dengan memperjualbelikan instrumen keuangan (Tambunan 2020). Bagi investor sendiri, pasar modal berfungsi sebagai alternatif berinvestasi yaitu dengan memberikan keuntungan dengan sejumlah risiko tertentu. Perkembangan dan pengaruh pasar modal sendiri

tidak terlepas dari peran broker dealer sekuritas sebagai anggota bursa. Pialang atau Broker merupakan perantara yang menghubungkan investor dengan sistem perdagangan di Bursa Efek Indonesia agar investor dapat melakukan perdagangan efek khususnya saham di Bursa (Ambarphati 2020), sedangkan menurut (Pengawas et al. 2009) perusahaan efek adalah Perusahaan yang telah mendapat izin dari Bapepam untuk melakukan kegiatan sebagai penjamin Emisi efek, perantara pedagang Efek, manajer investasi yang sesuai dengan ketentuan BAPEPAM.

Saat ini banyak perusahaan efek atau sekuritas telah mengadopsi teknologi informasi

untuk mendukung sistem online trading (Tarigan 2013) Menurut website resmi Bursa Efek Indonesia (idx.co.id, 2018) sejak tahun 2000 lalu sistem perdagangan tanpa warkat (*scripless trading*) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia, yakni sistem perdagangan jarak jauh (*remote trading*), dan terus berkembang hingga saat ini. Online trading atau perdagangan elektronik secara dramatis meningkatkan volume perdagangan dan likuiditas serta memangkas biaya intermediasi dan memperluas akses ke pasar (Badriatin 2019) sistem online membantu sekuritas menjangkau investor tanpa kantor cabang (Alawiyah and Setiyaningsih 2021);(Trading Saham Meningkat di Kala Pandemi COVID-19, Begini Alasannya - RHB Tradesmart n.d.)

Fasilitas online trading juga memudahkan client/investor untuk dapat melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja karena menggunakan perangkat komputer, portable dan akses internet sehingga memudahkan investor dalam pengambilan keputusan (Indonesia Stock Exchange 2020). Nilai transaksi dengan adanya online trading meningkat mencapai sekitar Rp7,3 triliun per hari dengan frekuensi sekitar 315.000 per hari. Sebelumnya, transaksi di pasar modal hanya sekitar Rp300 miliar per hari. (PT Bursa Efek Indonesia n.d.)

Meningkatnya nilai transaksi di pasar modal Indonesia juga didukung oleh data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) telah mencatat realisasi investasi dalam kurun waktu Kuartal I 2018 (Januari-Maret) sebesar Rp 185,3 triliun. Nominal tersebut merupakan gabungan dari realisasi investasi Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN) dan Penanaman Modal Asing (PMA).

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Industri jasa di pasar modal Indonesia terutama perantara perdagangan efek (*securities*) dapat berperan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Namun, minat masyarakat untuk berinvestasi masih tergolong rendah di Indonesia sehingga diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Globalisasi menjadi sebuah tantangan bagi semua perusahaan yang ingin masuk ke pasar global, dengan adanya globalisasi, perusahaan dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran global sehingga akan berdampak pada keunggulan bersaing di pasar lokal (Simbolon 2013).

Bursa di Indonesia, salah satu indikator indeks yang berlaku di Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Persentase perubahan angka IHSG dalam suatu periode mencerminkan rata-rata tertimbang dari

imbal hasil (*return*) saham-saham di BEI dalam periode tersebut. Dari data yang ada sejak Januari 2001 hingga September 2011, IHSG memberikan rata-rata imbal hasil yang positif, bahkan pergerakan IHSG cenderung berfluktuasi positif yang terimbas oleh pergerakan indeks pasar luar negeri, karena dalam era globalisasi ini bursa saham Indonesia sudah terintegrasi dengan beberapa bursa di negara lain, dan masa depan BEI ikut ditentukan oleh prospek pasar saham global (Sembel, 1999) dalam (Adisetiawan 2017)

a. Pasar Modal

Undang-Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal mendefinisikan pasar modal sebagai “kegiatan yang bersangkutan dengan Penawaran Umum dan perdagangan Efek, Perusahaan Publik yang berkaitan dengan Efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek”. Pasar Modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (*investor*) (National and Pillars n.d.).(PT Bursa Efek Indonesia n.d.)

Instrumen keuangan yang diperdagangkan di pasar modal merupakan instrumen jangka panjang (jangka waktu lebih dari 1 tahun) seperti saham, obligasi, warant, *right*, reksa dana, dan berbagai instrumen derivatif seperti *option*, *futures*, dan lain-lain (National and Pillars n.d.). Pasar Modal memiliki peran karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (*investor*). Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja dan lain-lain. Kedua, pasar modal menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan seperti saham, obligasi, reksa dana, dan lain-lain. Dengan demikian, masyarakat dapat menempatkan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik keuntungan dan risiko masing-masing instrumen (PT Bursa Efek Indonesia n.d.)

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini jenisnya *verifikatif*. Menurut (Prof. Dr. Suryana 2012) untuk menguji teori yang sudah ada guna mendapatkan pengetahuan baru dengan menyajikan suatu pendekatan dengan data sebagai sumber teori.

Unit analisis yang dituju adalah investor,

yang berada di wilayah Tangerang Selatan dari PT XYZ dengan rentang waktu penelitian adalah *cross sectional*, Uma Sekaran (2007:315) dalam (Supriyanto and Iswandiri 2017) “penelitian *cross sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali (yang dilakukan selama periode hari, minggu atau bulan). Untuk menjawab pertanyaan”. dalam sebuah riset.

Terkait dengan hal itu, peneliti akan meneliti investor dari PT XYZ yang aktif dalam online trading pada tahun 2020. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis item-item pada kuesioner dengan *Partial Least Square (PLS)* dimana terdapat 2 model yaitu *outer model* dan *inner model*. Uji evaluasi model struktural (*outer model*) mencakup *uji validitas konvergen*, *validitas diskriminan*, *reliabilitas* dan *uji multicollinearity*. Untuk uji Validitas merupakan seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Selanjutnya, dilakukan pengujian model struktural (*inner model*). Pada pengujian evaluasi model mencakup uji R², dan uji *Path Coefficient*. Analisis jalur (*Path Analysis*) dibuat untuk mempresentasikan hubungan kausal antarvariabel (Caraka and Sugiarto 2017). Dalam penelitian ini yang merupakan unit analisisnya adalah pelanggan PT XYZ dimana yang menggunakan online trading MOST yang berlokasi di wilayah provinsi Tangerang Selatan dan berdasarkan data perusahaan, untuk populasi dari jumlah nasabah aktif adalah sebanyak 271 nasabah. Maka melalui rumus slovin untuk jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 162 sampel.

Untuk teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan data yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Supardi 1993)

Digunakannya *purposive sampling* karena sampel yang digunakan adalah nasabah dari PT XYZ yang aktif menggunakan aplikasi *online trading MOST (Mandiri Sekuritas Online Trading)* sejak 2020. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% sehingga tingkat signifikansi atau $p\text{ value} = 5\% = 0,05$. Untuk Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

- a. **Hipotesis 1** = H_a : *e-Service Quality* (X) berpengaruh terhadap *e-Customer Satisfaction* (Y) H_o : Variabel *e-Service Quality* (X) tidak berpengaruh terhadap *e-Customer Satisfaction* (Y) bagi pengguna aplikasi MOST Online Trading pada PT XYZ di Tangerang Selatan.
- b. **Hipotesis 2** = H_a : *e-Service Quality* (X) berpengaruh terhadap *e-Loyalty* (Z), H_o :

Variabel *E-Service Quality* (X) tidak berpengaruh terhadap *e-Loyalty* (Z) bagi pengguna aplikasi MOST Online Trading pada PT XYZ di Tangerang Selatan.

- c. **Hipotesis 3** = H_a : *e-Customer Satisfaction* (Y) berpengaruh terhadap *e-Loyalty* (Z), H_o : *e-Customer Satisfaction* (Y) tidak berpengaruh terhadap *E-Loyalty* (Z) bagi pengguna aplikasi MOST Online Trading pada PT XYZ di Tangerang Selatan.
- d. **Hipotesis 4** = H_a : *e-Service Quality* (X) berpengaruh terhadap *e-Loyalty* (Z) melalui *e-Customer Satisfaction* (Y), H_o : *e-Service Quality* (X) tidak berpengaruh terhadap *e-Loyalty* (Z) melalui *e-Customer Satisfaction* (Y) bagi pengguna aplikasi MOST Online Trading pada PT XYZ di Tangerang Selatan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. XYZ adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa keuangan investasi. Dalam bidang pasar modal, Mandiri Sekuritas berperan untuk menjadi perantara perdagangan efek yang bersifat utang dan ekuitas bagi nasabah institusional dan ritel. Beberapa kegiatan yang ada di bidang pasar modal antara lain *Equity Capital Markets*, *Fixed Income Markets*, dan *Research*. Agar dapat mencapai layanan yang optimal PT XYZ bekerjasama dengan salah satu Bank dengan memberikan layanan MOST (Mandiri Sekuritas Online Trading diluncurkan sejak tahun 2011) hal ini untuk memudahkan nasabah bertransaksi dimanapun dan kapanpun dan dengan jangkauan internet, nasabah dapat melakukan transaksi di Bursa Efek Indonesia secara aman. MOST sendiri menyediakan informasi pasar secara real time, *trading ideas*, hasil riset, serta beragam berita terkini yang dapat menjadi pedoman nasabah dalam bertransaksi. MOST Tersedia pada berbagai platform antara lain MOST Web, MOST Aplikasi untuk PC/Laptop, dan MOST Mobile.

Berdasarkan hasil penelitian, dari 162 orang responden terdapat 61 orang responden yang memiliki tujuan investasi jangka panjang dengan persentase 37,7%, 57 orang responden yang memiliki tujuan investasi untuk pendapatan tambahan dengan jumlah persentase 35,2%, dan terdapat 44 orang responden yang memiliki tujuan investasi untuk mendapatkan keuntungan dengan jumlah persentase 27,2%. Sementara dari 162 responden terdapat 70 responden yang memilih jenis saham LQ45 yang biasa ditransaksikan, 22 responden memilih jenis saham Kompas-100, 43 orang responden memilih jenis saham *Fast Trade*, 6 responden memilih jenis saham IPO/Baru Listing, 16

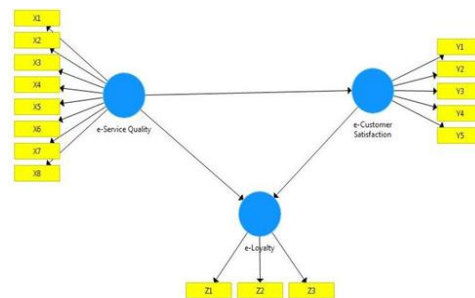
responden memilih jenis saham Syariah dan terdapat 5 responden memilih jenis saham lain-lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak jenis saham LQ45 sebagai saham yang biasa ditransaksikan.

Adapun yang dimaksud dengan saham LQ45 adalah jenis saham yang salah satu indeksnya diperbaharui setiap 6 bulan sekali di Bursa Efek Indonesia (BEI); (SAPURO 2016). Indeks LQ45 berisi daftar saham yang hanya terdiri dari 45 saham yang telah terpilih melalui berbagai kriteria pemilihan, sehingga akan terdiri dari saham-saham dengan likuiditas dan kapitalisasi pasar yang tinggi dari jumlah keseluruhan saham yang ada di Bursa Efek Indonesia (PT Bursa Efek Indonesia n.d.)

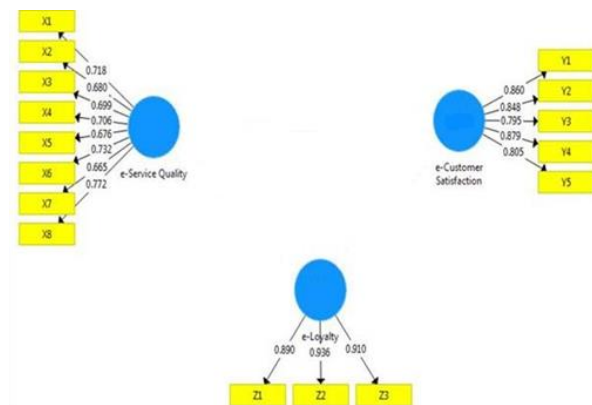
Sementara untuk jenis saham Kompas100 (Tristanto and Destiana 2020) merupakan suatu indeks saham dari 100 saham perusahaan publik yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia. Saham-saham yang terpilih untuk dimasukkan dalam indeks KOMPAS100 ini selain memiliki likuiditas yang tinggi, serta nilai kapitalisasi pasar yang besar, juga merupakan saham-saham yang memiliki fundamental dan kinerja yang baik. Saham-saham yang termasuk dalam KOMPAS100 diperkirakan mewakili sekitar 70-80 persen dari total Rp1,582 Triliun nilai kapitalisasi pasar seluruh saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Sementara untuk jenis saham Initial Public Offering (IPO) atau go public (Harahap 2011) atau penawaran umum perdana merupakan istilah hukum yang ditujukan bagi kegiatan suatu emiten untuk menawarkan dan akhirnya menjual efek-efek yang diterbitkannya dalam bentuk saham atau efeknya kepada masyarakat secara luas, dengan tujuan untuk pendanaan perusahaan yang berasal dari luar, yakni pendanaan yang bersifat penyertaan dalam bentuk (equity).

Metode analisis yang digunakan dengan menggunakan *Partial Least Square (PLS)*.

Partial Least Square merupakan model persamaan Structural Equation Modelling (SEM) yang berbasis komponen atau varian. PLS lebih bersifat predictive model. PLS merupakan metode analisis yang powerfull karena tidak didasarkan pada banyak asumsi misalnya data tidak harus berdistribusi normal, sampel tidak harus besar (Irwan and Adam 2015). Berikut dibawah ini adalah model penelitian :



Validitas konvergen digunakan untuk mengetahui validitas yang berdasarkan korelasi antara indikator dengan variabel laten. Indikator dikatakan valid jika nilai *loading factor* di atas 0,5.



Pengujian Hipotesis

Tahap pengujian hipotesis ini, maka akan di analisis apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dengan melihat path coefficients yang menunjukkan koefisien parameter dan nilai signifikansi T- statistik.

Batas untuk menolak dan menerima hipotesis yang diajukan yaitu menggunakan probabilitas 0,05. Nilai probabilitas (P values) harus lebih kecil dari 0,05 sementara nilai T-statistik harus diatas 1,96.

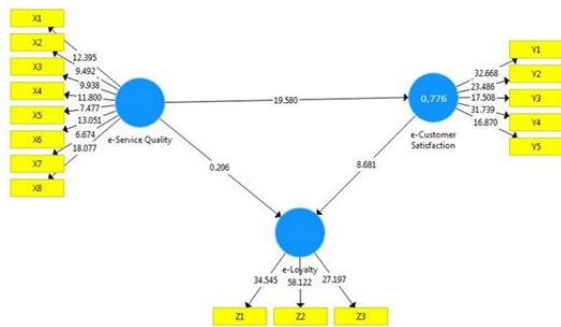
Untuk menguji hubungan antara e-service quality terhadap e-loyalty melalui e-customer satisfaction dapat dilihat pada tabel Specific Indirect Effect berikut:

Variabel	T - Statistik Indirect Effect	Tanda	Desired Value	Keputusan
X>Y>Z	7,743	>	1,96	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan nilai t-statistik dari variabel X (*e-service quality*) terhadap variabel Z (*e-loyalty*) melalui variabel Y (*e-customer satisfaction*) adalah 7,743. Nilai t-statistik 7,743 > 1,96 maka variabel Y menjadi efek mediasi penuh sehingga hipotesis mendukung. Sementara berdasarkan hasil uji nilai t- hitung pada program aplikasi SmartPLS, didapatkan gambar model uji pengaruh sebagai

berikut



Model Hubungan Kausal Antar Variabel
Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2020

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil dari pengolahan data adalah sebagai berikut: *e-service quality* (X) secara langsung mempengaruhi *e-customer satisfaction* (Y) sebesar 79.3%, *e-service quality* (X) secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap *e-customer loyalty* (Z) karena nilai probabilitasnya paling kecil sehingga dianggap tidak memiliki pengaruh secara langsung, sedangkan secara tidak langsung (melalui *e-customer satisfaction* (Y)) sebesar 64.1%, yang dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara tidak langsung dan lebih besar daripada pengaruh secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa, melalui peningkatan *e-customer satisfaction*, maka *e-service quality* dapat mempengaruhi tingkat *e-customer loyalty*. Sementara untuk variabel *e-customer satisfaction* (Y) secara langsung mempengaruhi *e-loyalty* (Z) sebesar 80.9%.

Pembahasan

Dari hasil penelitian diketahui bahwa *e-Service Quality* (X) berpengaruh secara signifikan terhadap *e-Customer Satisfaction* (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *p values* sebesar 0,00 sehingga memenuhi kriteria nilai signifikansi dibawah (0,05). Variabel *e-service quality* juga memiliki pengaruh positif terhadap variabel *e-customer satisfaction* yang dibuktikan berdasarkan output nilai T- Statistik sebesar yaitu 19,580 sehingga untuk pengujian hipotesis H1 dalam penelitian ini diterima. Untuk variabel *e-Customer Satisfaction* (Y) berpengaruh secara signifikan terhadap *E-Loyalty* (Z) dimana berdasarkan hasil pengujian *Path Coefficient* terdapat pengaruh secara signifikan antara *e-customer satisfaction* terhadap *e-loyalty*. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai *p values* sebesar 0,00. Untuk Variabel ini juga memiliki pengaruh positif terhadap variabel *e-loyalty* yang dibuktikan yang didasarkan pada output nilai T- Statistik sebesar 8,681. Dengan demikian pengujian untuk hipotesis H3 dapat diterima. Selanjutnya untuk variabel *e-Customer Satisfaction* (Y) yang memediasi pengaruh antara *e-*

Service Quality (X) terhadap *Customer Loyalty* (Z), dengan didasarkan dari hasil pengujian pada Uji T *Specific Indirect Effect*, maka terdapat pengaruh secara signifikan antara *e-service quality* terhadap *e-loyalty* melalui *e-Customer Satisfaction*, dengan nilai sebesar 7,743 sehingga memenuhi kriteria signifikansi $> 1,96$. Dengan demikian, pengujian hipotesis untuk Hipotesis 4 diterima.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian terhadap permasalahan dengan menggunakan metode analisis SEM-PLS yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, ada beberapa kesimpulan yang diperoleh, antara lain:

- e-Service Quality* (X) memiliki pengaruh signifikan dengan nilai sig 0.000 dan nilai pengaruh sebesar 79,3% terhadap *e-Customer Satisfaction* (Y) pengguna aplikasi MOST Online Trading nasabah PT XYZ di Tangerang Selatan.
- E-Service Quality* (X) tidak berpengaruh signifikan dengan nilai sig 0.837 yang mana lebih dari 0,05 terhadap *e-Loyalty* (Z) pengguna aplikasi MOST Online Trading nasabah PT XYZ di Tangerang Selatan.
- e-Customer Satisfaction* (Y) memiliki pengaruh signifikan dengan nilai sig 0.000 dan nilai pengaruh sebesar 80,9% terhadap *e-Loyalty* (Z) pengguna aplikasi MOST Online Trading nasabah PT XYZ di Tangerang Selatan.
- e-Service Quality* (X) secara tidak langsung mempengaruhi *E-Loyalty* (Z) melalui *e-Customer Satisfaction* (Y) pengguna aplikasi MOST Online Trading nasabah PT XYZ di Tangerang Selatan. sebesar 64,1%.

6. REFERENSI

- Adisetiawan, R. 2017. "Globalisasi Pasar Modal Dunia Dan Pengaruhnya Terhadap Pasar Modal Indonesia." *EKONOMIS : Journal of Economics and Business* 1(1): 10.
- Alawiyah, Tuti, and Rozi Fery Setyaningsih. 2021. "Analisis Syariah Online Trading System (Sots) Atas Kinerja Indeks Saham Syariah Indonesia Selama Pandemi Covid-19 Di Pasar Modal." *Jurnal Riset Keuangan dan Akuntansi* 7(1): 13–22. <https://www.journal.uniku.ac.id/index.php/jrka/article/view/4398>.
- Ambarphati, Sasha. 2020. "Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Sekuritas (Studi Komparatif PT. Phintraco Sekuritas Mataram Dan PT. Indo Primer Sekuritas Mataram)." *JURNAL SCHEMATA Pascasarjana UIN*

- Mataram* 9(1): 103–24.
- Badriatin, T. 2019. “Metode Online Trading Dengan Relitrade Sebagai Literasi Dalam Pengembangan Pembelajaran Mata Kuliah Pasar Modal.” *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 7(2): 69–75. <https://core.ac.uk/download/pdf/270210025.pdf>.
- Caraka, Rezzy Eko, and S. Sugiarto. 2017. “Path Analysis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prestasi Siswa.” *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan* 5(2): 212.
- Harahap, Agus Salim. 2011. “Proses Initial Public Offering (IPO) Di Pasar Modal Indonesia.” *Forum Ilmiah* 8(2): 131–38.
- Indonesia Stock Exchange. 2020. “Digital Capabilities To Advance Further.” *Laporan Tahunan 2020 Annual Report* 434.
- Irwan, and Khaeryna Adam. 2015. “Metode Partial Least Square (PLS) Dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone).” *Teknosains* 9(1): 53–68.
- National, Gross, and Happiness Pillars. “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title.” : 79–88.
- Pengawas, Badan et al. 2009. “Know Your Customer).” : 21–22.
- Prof. Dr. Suryana, MSi. 2012. “Metodologi Penelitian: Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif.” *Universitas Pendidikan Indonesia*: 1–243.
- “PT Bursa Efek Indonesia.” <https://www.idx.co.id/perusahaan-tercatat/laporan-keuangan-dan-tahunan/> (February 12, 2022).
- SAPURO, JAMES T. 2016. “No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title.” *Euphytica* 18(2): 22280. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jplph.2009.07.006> %0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.neps.2015.06.001%0Ahttps://www.abebooks.com/Trease-Evans-Pharmacognosy-13th-Edition-William/14174467122/bd.
- Simbolon, Freddy. 2013. “Strategi Pemasaran Global Di Pasar Indonesia.” *Binus Business Review* 4(1): 405–13.
- Supardi, Supardi. 1993. “Populasi Dan Sampel Penelitian.” *Unisia* 13(17): 100–108.
- Supriyanto, Wahyu, and Rini Iswandiri. 2017. “Kecenderungan Sivitas Akademika Dalam Memilih Sumber Referensi.” *Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi* 13(1): 79–86.
- Tambunan, Diana. 2020. “Investasi Saham Di Masa Pandemi COVID-19.” *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen* 4(2): 117–23.
- Tarigan, Riswan Efendi. 2013. “Peranan Sistem Informasi Dengan Online Trading Terhadap Pertumbuhan Pasar Modal Di Indonesia.” *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications* 4(2): 803.
- “Trading Saham Meningkatkan Di Kala Pandemi COVID-19, Begini Alasannya - RHB Tradesmart.” <https://rhbtradesmart.co.id/article/trading-saham-meningkat-di-kala-pandemi-covid-19-begini-alasannya/> (February 12, 2022).
- Tristanto, Triyono Adi, and Destiana Destiana. 2020. “Analisis Portofolio Optimal Dengan Pendekatan Model Indeks Tunggal Pada Saham Idx30 Di Bursa Efek Indonesia.” *Mediastima* 26(2): 223–39.