

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi generasi z di wilayah Jabodebek dalam berinvestasi melalui *peer to peer* (P2P) *lending*. Variabel yang diuji terdiri dari lima variabel independen yaitu *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Used*, *Perceived Risk*, *Perceived Knowledge*, *Perceived Trust* dan satu variabel *intervening* yaitu *Attitude Toward Behaviour* terhadap variabel dependen yaitu *Investment Intention* pada *Platform Peer to Peer Lending*. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 115 orang yang pernah berinvestasi di *peer-to-peer lending*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SEM PLS yang diolah menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* (PU), *Perceived Trust* (PT), dan *Perceive Knowledge* (PK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Attitude Toward Behaviour*; kemudian *Perceived Risk* berpengaruh negatif signifikan terhadap *Attitude Toward Behaviour*. Lalu *Attiitude Toward Behaviour* dan *Perceived Usefulness* (PU) juga berpengaruh positif signifikan terhadap *Investment Intention*. Sedangkan *Perceived Ease of Use* (PE) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *Attitude Toward Behaviour* dan *Investment Intention*.

Kata Kunci: *Investment Intention*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Peer to Peer Lending*.