



EKSPLORASI MINAT INVESTASI CRYPTOCURRENCY DARI DIMENSI KEPERILAKUAN

Gusi Putu Lestara Permana^{1(*)}, Driana Leniwati²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional,
Jl. Bedugul, Kota Denpasar, Bali, Indonesia.

Correspondence Author^(*): lestarapermana@undiknas.ac.id

Abstract

The rapid development of information technology and the advent of the Fourth Industrial Revolution have significantly transformed the way society conducts financial transactions. Cryptocurrency, as an innovation within the digital financial system, offers both convenience and efficiency; however, it also faces considerable challenges concerning security and privacy. This study aims to measure behavioral intentions toward cryptocurrency investment. Employing construct from theoretical approach based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) and the Theory of Planned Behavior (TPB), the research analyzes the influence of various behavioral factors on cryptocurrency investment interest. A purposive sample of 120 respondents from Java and Bali was surveyed using a Likert-scale questionnaire, and data were analyzed with Partial Least Squares (PLS) via SmartPLS. The results indicate that interest in cryptocurrency investment can be explained through behavioral dimensions assessed using the UTAUT 2 and TPB models. The key factors examined include trust, awareness, hedonic motivation, and social influence. Investment decisions in cryptocurrency media require strong personal trust and awareness; moreover, external influences, such as social factors, also significantly affect investment interest.

Keywords: *Investment decision; Cryptocurrency; Behavior; Investment interest.*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan revolusi industri 4.0 yang cukup pesat telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi keuangan. Cryptocurrency, sebagai salah satu bentuk inovasi dalam sistem keuangan digital, menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi, namun juga menghadapi tantangan terkait keamanan dan privasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur perilaku dalam melakukan investasi cryptocurrency. Penelitian ini menggunakan pendekatan teoritis berdasarkan konstruk model UTAUT 2 dan Theory of Planned Behaviour untuk menganalisis pengaruh berbagai faktor keperilakuan terhadap minat investasi cryptocurrency. Penelitian ini menggunakan sample dari pulau jawa dan bali yang dipilih dengan teknik purposive sampling dengan jumlah 120 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert, analisis data dilakukan dengan pendekatan Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan Software SmartPLS. Hasil dari penelitian menunjukkan minat investasi cryptocurrency dapat dilihat dari dimensi keperilakuan yang diukur menggunakan model UTAUT 2 dan teori planned behaviour. Beberapa faktor yang digunakan pada penelitian ini adalah kepercayaan, kesadaran, motivasi hedonis, dan faktor sosial. Keputusan berinvestasi pada media cryptocurrency diperlukan kepercayaan dan kesadaran yang kuat dari dalam diri seseorang, tidak hanya itu, pengaruh dari luar seperti faktor sosial juga mempengaruhi minat investasi cryptocurrency.

Kata Kunci: Keputusan investasi; Cryptocurrency; Keperilakuan; Minat investasi.

Cronicle of Article: Received (03 Oct 2024); Revised (13 April 2025); and Published (30 June 2025)
©2025 Jurnal Kajian Akuntansi Lembaga Penelitian Universitas Swadaya Gunung Jati.
Profile and corresponding author: Gusi Putu Lestara Permana from Program Studi Akuntansi,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan.

INTRODUCTION

Sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, era revolusi industri 4.0 merupakan fase industri digital di mana seluruh elemen dapat berinteraksi dan berkomunikasi secara langsung, kapan pun dan di mana pun, melalui teknologi informasi seperti internet, CPS, Internet of Things, dan IoS. Teknologi ini memungkinkan terciptanya inovasi baru atau optimalisasi lain yang lebih efektif dan efisien. (Pittaras et al., 2024). Teknologi siber dan teknologi otomatisasi bekerja sama dalam revolusi industri 4.0, yang juga disebut sebagai “cyber physical system”. Konsep penerapannya berpusat pada otomatisasi, dengan bantuan teknologi informasi. Berkurangnya keterlibatan tenaga manusia dalam prosesnya dapat menghasilkan peningkatan efisiensi dan efektivitas di tempat kerja. Internet of Things, Big Data, Artificial Intelligence, Cloud Computing, dan Additive Manufacturing merupakan lima teknologi kunci dalam revolusi industri 4.0 yang mendukung pengembangan industri menuju kesiapan digital (Huang et al., 2024)

Pengembangan Sekitar pertengahan 2010-an, teknologi Internet of Things dan kecerdasan buatan menjadi semakin populer, dan keduanya memainkan peran penting dalam mendorong perubahan industri yang lebih luas. Salah satu perubahan yang dipengaruhi yaitu aktivitas keuangan. Dalam kegiatan ekonomi, aktivitas keuangan sangat penting untuk mengelola keuangan masing-masing. Maka dari itu, masyarakat harus mengikuti perkembangan saat ini. Seperti beberapa tahun terakhir, disrupsi teknologi telah membawa perubahan besar pada cara masyarakat melakukan transaksi dan mengelola keuangan. Teknologi digital seperti e-money, mobile payment, dan cryptocurrency telah menggantikan uang konvensional dan memungkinkan transaksi lebih cepat, mudah, dan efisien. Namun, disrupsi teknologi juga membawa tantangan, seperti keamanan dan privasi data, serta perubahan pada struktur industri keuangan yang dapat mempengaruhi kinerja perbankan. Internet of Things (IoT) diharapkan menjadi ekosistem perangkat terkoneksi yang menggabungkan dunia maya dengan dunia nyata, agar menyediakan banyak layanan yang meningkatkan kualitas hidup manusia (Vasudeva, 2023)

Perkembangan teknologi menciptakan finansial teknologi yang mempermudah penggunaannya. Seperti fintech di Indonesia, dipicu oleh gaya hidup masyarakat yang berubah dengan cepat dan penggunaan teknologi. Fintech memudahkan berbagai proses dalam bidang keuangan, seperti pembayaran, investasi, dan perencanaan keuangan. Financial technology di Indonesia telah membantu masyarakat untuk lebih mudah mendapatkan akses terhadap produk keuangan dan meningkatkan literasi keuangan.

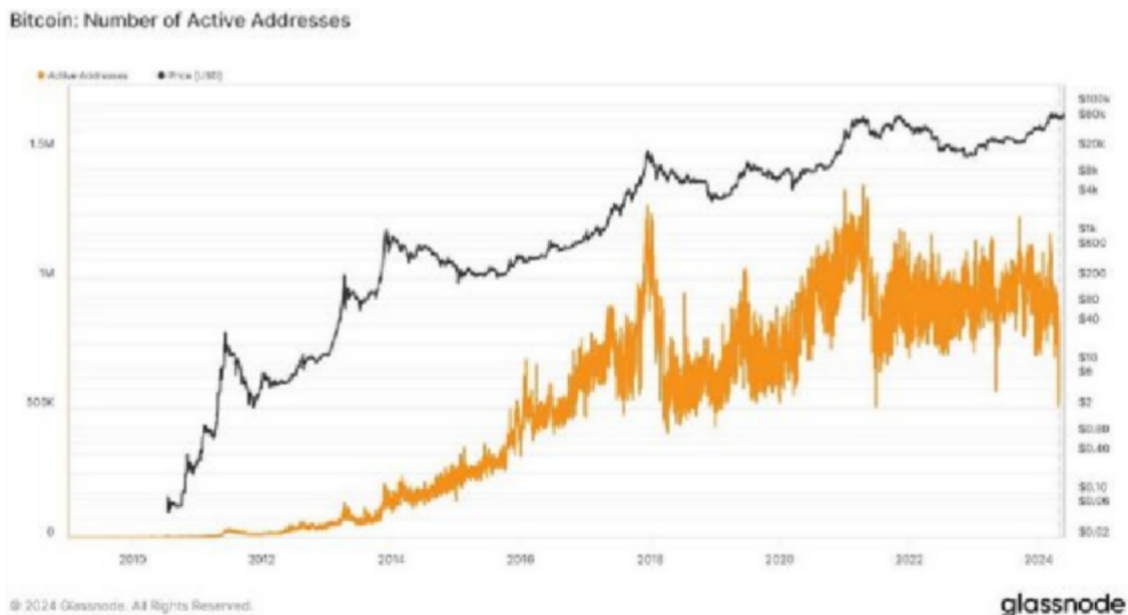
Industri fintech Indonesia mulai terlihat pertumbuhan yang cukup pesat sejak 2018. Selain itu, dilaporkan bahwa masyarakat semakin menyadari pentingnya regulasi fintech, jadi pemerintah harus merespon dengan membuat regulasi dan payung hukum yang lebih memberikan kepastian bagi industri untuk meningkatkan literasi keuangan (Vulpen et al., 2024).

Saat ini keuangan digital berkembang dengan sangat pesat, dari uang logam dan kertas hingga sekarang uang digital. Akibatnya, banyak industri fintech berlomba-lomba untuk mengembangkan sistem keuangan dan pembayaran elektronik baru (Naution et al., 2021). Beberapa bentuk financial technology sudah sangat beragam. Seperti P2P Lending Service, Payment Gateway, Investasi, Dompot Digital, E-commerce, dan lain sebagainya. Menurut data dari Asosiasi Fintech Indonesia (IFA), Laporan Fintech Indonesia 2016 meningkat sebesar 78% dari tahun 2015 hingga 2016 (Kristianti et al., n.d.). Perkembangan pesat ini menunjukkan bahwa ada sistem teknologi yang lebih baik daripada yang sebelumnya. Perkembangan fintech ini juga membawa perubahan pada cara masyarakat mengelola uang, seperti dengan menggunakan aplikasi mobile untuk melakukan transaksi dan memantau keuangan.

Salah satu implementasi financial technology terjadi juga dalam bidang investasi, Pasca krisis keuangan global tahun 2008, kepercayaan masyarakat terhadap sistem perbankan konvensional adalah sebuah kekhawatiran. Secara khusus, tanda-tanda pertama gejolak ekonomi muncul pada bulan Maret 16 Agustus 2008, ketika Bear Stearns dan Lehman Brothers menyatakan bangkrut. Perkembangan teknologi blockchain memainkan peran penting dalam melakukan investasi, terutama dalam bidang keuangan digital. Teknologi blockchain mencatat setiap transaksi dalam sebuah jaringan yang terdiri dari banyak komputer atau node. Ini memungkinkan informasi dalam ledger yang didistribusikan disimpan secara permanen dan tidak dapat diubah oleh siapa pun (Rashidibajgan & Hupperich, 2024). Dalam konteks ini, blockchain dapat dianggap sebagai fondasi yang memungkinkan terjadinya transaksi cryptocurrency. Blockchain memungkinkan transaksi aset kripto dengan cara yang terdesentralisasi, aman, dan transparan, serta memungkinkan penggunaan teknologi kriptografi untuk mengamankan transaksi (Buterin et al., 2024).

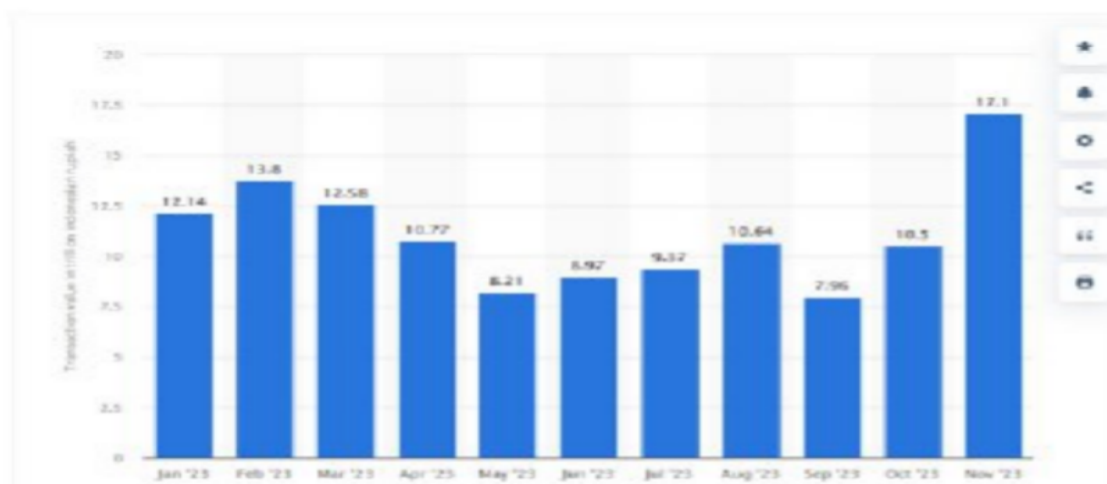
Cryptocurrency adalah jenis mata uang yang tidak konvensional dan luar biasa karena sifatnya yang terdesentralisasi. Namun tidak dapat digunakan sebagai pengganti mata uang yang sah (Agarwal, 2022). Cryptocurrency menjadi populer karena fitur-fiturnya seperti anonimitas, transfer uang lebih murah dan lebih cepat serta kesulitan untuk memalsukan atau membutuhkan pengeluaran, namun terdapat berbagai kelemahan seperti ketidakstabilan harga. Cryptocurrency punya memperoleh banyak keanehan dan pentingnya numismatology (Chohan, 2022). Cryptocurrency adalah inovasi pasar keuangan terkini dalam hal infrastruktur dan layanan pendukung penggunaan teknologi blockchain membedakannya dari investasi tradisional (Rahmawan et al., 2022)

Beberapa negara mulai mengadopsi regulasi yang mendukung penggunaan cryptocurrency, dan tingkat pengguna menjadi semakin meningkat. Berikut adalah lampiran statistik data on-chain bitcoin wallet yang aktif dari rentang tahun 2009 sampai 2024 yang dipublish oleh glassnode.



Gambar 1. Data Pengguna Bitcoin Wallet dan Harga Bitcoin dari Tahun 2010-2024.

Berdasarkan data statistik tersebut, bisa dilihat bahwa jumlah bitcoin wallet yang aktif setiap harinya mengalami perubahan yang tidak stabil, namun menunjukkan tren kenaikan dari tahun 2010 sampai tahun 2021, dan mengalami sedikit penurunan sampai tahun 2024. Tercatat jumlah bitcoin wallet yang aktif terbanyak pada tanggal 15 April 2021, sejumlah 1.367.772 juta wallet. Dari statistik ini kita bisa menyimpulkan, pengadopsian bitcoin terus meningkat dari tahun ke tahun, seiring berkembangnya edukasi & informasi tentang cryptocurrency khususnya bitcoin.



Gambar 2. Grafik Nilai Transaksi Cryptocurrency dari Bulan Januari-November 2023

Pada November 2023, total nilai transaksi cryptocurrency di Indonesia berjumlah 17,1 triliun rupiah Indonesia. Menurut Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi Indonesia (Bappebti), ada 18,25 juta pengguna cryptocurrency Indonesia pada November 2023. Karena meningkatnya minat terhadap mata uang digital, Indonesia secara resmi meluncurkan bursa cryptocurrency pertama yang didukung negara di dunia pada Juli 2023.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kajian mengenai cryptocurrency masih didominasi oleh perspektif penggunaan dan adopsi sebagai teknologi atau alat pembayaran, bukan sebagai instrumen investasi. Penelitian di Portugal menempatkan cryptocurrency terutama sebagai media pertukaran, bukan sebagai sarana investasi (Rodrigues et al., 2025), sementara studi di India (Gupta et al., 2025) menemukan bahwa adopsi cryptocurrency dipengaruhi secara signifikan oleh *perceived trust*, *price value*, dan *social influence* terhadap *intention to use*, serta dipengaruhi secara negatif oleh *perceived risk*, dengan *government regulations* memiliki peran ganda sebagai pendorong adopsi sekaligus penghambat konversi niat menjadi adopsi ketika bersifat ketat dan tidak jelas.

Penelitian lain menunjukkan bahwa niat menggunakan pembayaran cryptocurrency dalam sektor *hospitality* dipengaruhi secara positif oleh faktor pendorong seperti kebutuhan akan keunikan, kenyamanan, kebaruan teknologi, dan nilai utilitarian, serta dipengaruhi secara negatif oleh hambatan tradisional, risiko privasi, hambatan citra, dan risiko finansial, dengan sikap berperan sebagai mediator utama (Pillai et al., 2024). Sejalan dengan itu, studi dalam konteks platform perjalanan daring menemukan bahwa *experiential value* yang mencakup dimensi fungsional, emosional, dan kondisional berpengaruh signifikan terhadap *platform trust* dan *cryptocurrency trust*, serta mendorong *continuance use intention* melalui mekanisme *trust transfer* (Lee, 2026). Meskipun memberikan kontribusi penting, keseluruhan penelitian tersebut masih berfokus pada niat penggunaan, adopsi, dan keberlanjutan penggunaan cryptocurrency sebagai alat transaksi atau teknologi, sehingga belum secara komprehensif mengkaji minat investasi cryptocurrency sebagai keputusan finansial yang melibatkan proses psikologis dan keperilakuan investor, yang membuka ruang bagi penelitian lanjutan dari dimensi keperilakuan investasi.

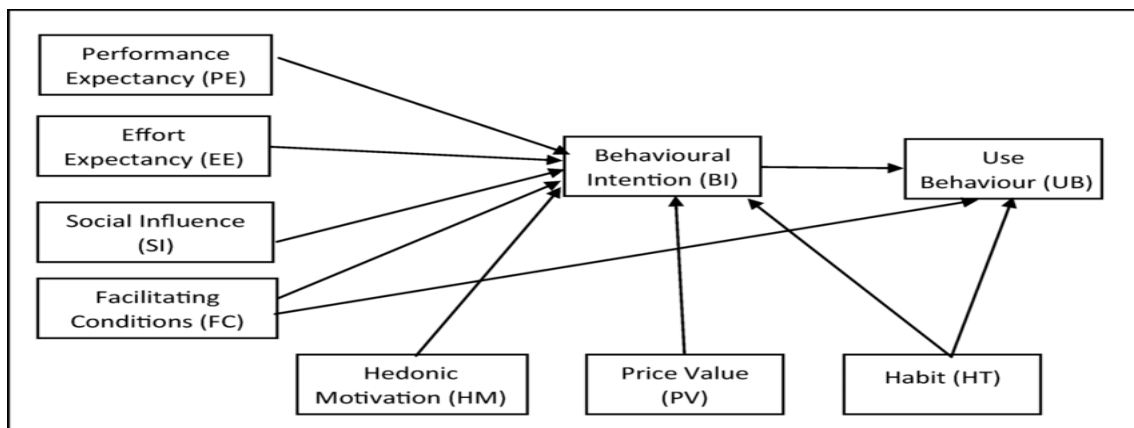
Penelitian ini dilakukan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana faktor-faktor keperilakuan membentuk minat investasi cryptocurrency, dengan tujuan mengidentifikasi peran keputusan investasi, kepercayaan, kesadaran, faktor sosial, dan motivasi hedonis dalam satu kerangka yang terintegrasi. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT 2)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* secara simultan dengan menempatkan keputusan investasi sebagai variabel antecedent yang memengaruhi kepercayaan dan kesadaran, yang selanjutnya membentuk faktor sosial dan minat investasi cryptocurrency. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang cenderung menganalisis pengaruh langsung masing-masing variabel terhadap minat investasi, penelitian ini menunjukkan bahwa minat investasi kripto terbentuk melalui proses psikologis bertahap.

Pada penelitian sebelumnya, fokus penelitian ini adalah pada kesadaran akan mata uang kripto, kepercayaan & legalitas mata uang kripto, stabilitas mata uang kripto, dan kemauan untuk menggunakan mata uang kripto. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, perkiraan masa depan masih misterius, kecuali para pengambil keputusan menyusun rencana strategis untuk menghadapi tren baru ini. Oleh karena itu, diperlukan lebih banyak penelitian mengenai hal ini untuk membantu menciptakan perdagangan mata uang yang aman. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi komponen keperilakuan yang mempengaruhi minat masyarakat untuk berinvestasi dalam cryptocurrency.

LITERATURE REVIEW

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) 2

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) memiliki empat konstruk utama yang memengaruhi niat perilaku dalam penggunaan teknologi, yaitu harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi yang memudahkan. Saat ini, UTAUT telah diperluas dari konteks organisasi ke konteks konsumen individu dalam bentuk UTAUT 2, yang menambahkan tiga konstruk baru: kebiasaan (habit), motivasi hedonis, dan nilai harga (*value of price*) (Venkatesh et al., 2012). Model UTAUT 2 mengakui pentingnya kebiasaan sebagai prediktor perilaku pengguna teknologi. Konstruk 'habit' dalam model ini mengacu pada kecenderungan seseorang untuk melakukan sesuatu secara otomatis sebagai hasil dari pengulangan.



Gambar 3. Model UTAUT 2

Minat Pemanfaatan (*Behavioral Intention*)

Minat pengguna untuk terus menggunakan sistem dengan asumsi adanya akses terhadap informasi disebut sebagai minat pemanfaatan teknologi informasi. Keinginan individu untuk terus memanfaatkan teknologi informasi didorong oleh keyakinan bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan efisiensi kerja, mempermudah tugas, dan memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar. Ketika pengguna meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja, mudah dilakukan, dan memberikan pengaruh positif terhadap lingkungan sekitarnya, maka mereka cenderung berminat untuk menggunakannya.

Perilaku Penggunaan (*Use Behavior*)

Perilaku penggunaan teknologi informasi, juga dikenal sebagai "perilaku penggunaan teknologi informasi", ditentukan oleh intensitas dan atau frekuensi penggunaan teknologi informasi oleh pengguna. Pengguna teknologi informasi akan menggunakan teknologi informasi jika mereka berminat dalam menggunakan teknologi informasi karena mereka percaya bahwa menggunakan teknologi informasi dapat meningkatkan.

Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

Tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem informasi akan mendukung kinerja pekerjaannya disebut sebagai ekspektasi kinerja. Ekspektasi kinerja yang positif tidak hanya mendorong pengguna untuk mencoba suatu sistem informasi baru, tetapi juga berperan penting dalam mempertahankan penggunaan sistem tersebut dalam jangka

panjang. Ketika pengguna merasa bahwa sistem tersebut telah memenuhi ekspektasi mereka, mereka akan lebih cenderung untuk terus menggunakannya dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seseorang yang percaya bahwa sistem informasi dapat menunjang pekerjaannya cenderung akan menggunakannya dalam jangka waktu yang lebih lama. Variabel-variabel dari model penelitian sebelumnya mengenai penerimaan dan penggunaan teknologi terintegrasi dalam konsep ini.

Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

Ekspektasi usaha mengacu pada sejauh mana seseorang mengharapkan kemudahan dalam menggunakan sistem. Teknologi informasi yang mudah digunakan cenderung membuat pengguna merasa bahwa sistem tersebut bermanfaat dan nyaman. Namun, jika sistem sulit digunakan, rasa nyaman akan berkurang, sehingga minat untuk terus menggunakannya pun dapat menurun.

Faktor Sosial (*Social Influence*)

Pengaruh sosial memengaruhi perilaku seseorang melalui tiga mekanisme utama: ketaatan (*compliance*), internalisasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*). Mekanisme pengaruh sosial seperti ketaatan, internalisasi, dan identifikasi dapat menjelaskan mengapa individu terdorong untuk mengadopsi teknologi informasi baru. Ketika individu merasa tekanan sosial yang kuat untuk menggunakan teknologi tertentu, mereka cenderung lebih terbuka untuk mencobanya. Dengan kata lain, semakin besar dorongan dari lingkungan sosial, semakin tinggi minat seseorang untuk berinteraksi dengan teknologi baru.

Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

Variabel yang secara langsung memengaruhi penggunaan sistem adalah kondisi pendukung, yang didefinisikan sebagai “tingkat keyakinan seseorang bahwa infrastruktur organisasi dan teknis mampu mendukung penggunaan sistem.” Pengguna yang memiliki kondisi pendukung rendah cenderung enggan menggunakan teknologi tersebut. Faktor seperti usia, jenis kelamin, dan pengalaman berperan sebagai moderator dalam kondisi pendukung ini. Konsumen yang lebih tua, misalnya, mungkin mengalami kesulitan lebih besar dalam memproses informasi baru.

Motivasi Hedonis (*Hedonisme Motivation*)

Motivasi hedonis adalah kesenangan atau kepuasan yang diperoleh dari penggunaan teknologi dan terbukti memainkan peran penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi oleh konsumen. Ketika seseorang menggunakan teknologi dan merasakan kesenangan atau kepuasan, hal ini akan memperkuat motivasi mereka untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Motivasi hedonis bekerja dengan cara menciptakan pengalaman yang menyenangkan, sehingga pengguna lebih cenderung mengulangi perilaku yang sama di masa depan. Oleh karena itu, memasukkan motivasi hedonis sebagai faktor dapat membantu memprediksi perilaku konsumen dalam penggunaan teknologi.

Nilai Harga (*Price Value*)

Struktur dari biaya dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan teknologi oleh konsumen. Ketika manfaat dari penggunaan teknologi dirasakan lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan, nilai harga dianggap positif. Nilai harga juga berkontribusi positif terhadap niat untuk menggunakan teknologi, sehingga dapat berfungsi sebagai prediktor perilaku. Menurut UTAUT, konsumen biasanya menanggung biaya sendiri, sedangkan karyawan tidak; ini menjadikan struktur biaya dan harga sebagai faktor penting dalam penggunaan teknologi oleh konsumen. Ini adalah perbedaan besar antara konteks penggunaan konsumen dan organisasi.

Kebiasaan (*Habit*)

Habit adalah elemen terakhir yang ditambahkan dalam model UTAUT. Pengalaman pengguna dibagi menjadi tiga tahap berdasarkan waktu: (1) pasca pelatihan, yaitu ketika sistem pertama kali tersedia untuk digunakan; (2) satu bulan setelah penggunaan; dan (3) tiga bulan setelah penggunaan. Tahap-tahap ini mencerminkan bagaimana pengalaman dengan sistem berkembang seiring berjalannya waktu, yang pada akhirnya membentuk kebiasaan atau habit dalam penggunaan teknologi.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)* menjelaskan faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tertentu. TPB biasanya digunakan untuk menggambarkan sikap atau niat seseorang terhadap perilaku tertentu, dengan mempertimbangkan tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Oleh karena itu, teori ini sangat relevan untuk digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan kewirausahaan, karena dapat menjelaskan sikap seseorang terhadap kewirausahaan yang didorong oleh faktor-faktor seperti keyakinan individu, pengaruh sosial, dan kontrol atas tindakan tersebut. (Ajzen, 1991). *Theory of Planned Behavior* memiliki tiga konsep:

Attitude towards the behavior

Perilaku seseorang yang timbul pada pembentukan evaluasi yang berakibat positif maupun negatif, kemudian pengambilan keputusan akan dilakukan berdasarkan keputusan tersebut.

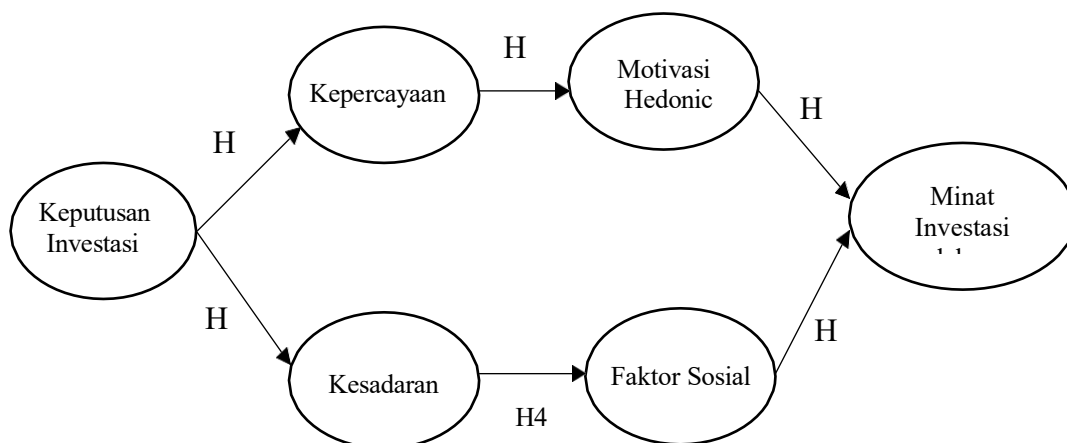
Subjective norm

Norma subyektif akan berpusat pada suatu tekanan sosial baik dari dalam maupun luar suatu individu sehingga akan timbul keinginan yang berkaitan pada individu itu sendiri. Seperti motivasi seseorang, pengetahuan seseorang, dan lain-lain.

Perceived behavioural control

Kontrol sikap yang dianggap mengacu pada kemampuan individu dalam melaksanakan sikap tertentu sehingga dapat mewujudkan suatu hasrat ataupun atensi seseorang dalam melaksanakan sesuatu.

Kerangka Penelitian dan Pengembangan Hipotesis



Gambar 4. Kerangka Penelitian

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kajian mengenai cryptocurrency hingga saat ini masih lebih banyak difokuskan pada aspek penggunaan dan adopsinya sebagai teknologi atau metode pembayaran, dibandingkan sebagai instrumen investasi. Studi yang dilakukan di Portugal memosisikan cryptocurrency terutama sebagai alat pertukaran dan belum menempatkannya sebagai sarana investasi (Rodrigues et al., 2025). Sementara itu, penelitian di India oleh Gupta et al. (2025) mengungkapkan bahwa adopsi cryptocurrency dipengaruhi secara signifikan oleh perceived trust, price value, dan social influence terhadap intention to use, serta dipengaruhi secara negatif oleh perceived risk, dengan regulasi pemerintah berperan secara ambivalen sebagai faktor pendorong adopsi sekaligus penghambat realisasi niat ketika regulasi tersebut bersifat ketat dan tidak jelas.

Penelitian lainnya menunjukkan bahwa dalam sektor hospitality, niat menggunakan pembayaran cryptocurrency didorong secara positif oleh faktor-faktor seperti kebutuhan akan keunikan, kenyamanan, kebaruan teknologi, dan nilai utilitarian, serta dipengaruhi secara negatif oleh hambatan tradisional, risiko privasi, hambatan citra, dan risiko finansial, dengan sikap berfungsi sebagai mediator utama (Pillai et al., 2024). Selaras dengan temuan tersebut, penelitian pada konteks platform perjalanan daring menemukan bahwa experiential value yang meliputi dimensi fungsional, emosional, dan kondisional berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan terhadap platform dan cryptocurrency, serta meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan melalui mekanisme trust transfer (Lee, 2026). Meskipun memberikan kontribusi penting bagi literatur, keseluruhan studi tersebut masih menitikberatkan pada niat penggunaan, adopsi, dan keberlanjutan penggunaan cryptocurrency sebagai alat transaksi atau teknologi, sehingga belum secara mendalam mengkaji minat investasi cryptocurrency sebagai keputusan finansial yang melibatkan proses psikologis dan berperilaku investor, yang membuka peluang bagi penelitian lanjutan dari perspektif berperilaku investasi.

Keputusan Investasi Terhadap Kepercayaan

Investor dapat mengambil sikap rasional atau irrasional selama proses pengambilan keputusan investasi. Sikap rasional ditunjukkan oleh investor yang menggunakan akal sehat dan literasi keuangan untuk membuat keputusan investasi, sedangkan sikap irrasional ditunjukkan oleh investor yang menggunakan faktor psikososial untuk

membuat keputusan. Seperti yang disebutkan di atas, keputusan investasi adalah keputusan yang dibuat oleh seseorang untuk menempatkan sebagian pendapatannya ke dalam pilihan investasi tertentu dengan harapan mendapatkan keuntungan dari peningkatan nilai aset yang akan membantu mereka hidup lebih baik di masa depan (Perayunda & Mahyuni, 2022). Kepercayaan dalam sebuah alat investasi sangat penting dimiliki untuk rasa percaya diri pada asset yang sudah dimiliki, bahwa asset tersebut dapat memperoleh keuntungan.

H₁: Keputusan investasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan.

Keputusan Investasi Terhadap Kesadaran

Keputusan investasi adalah tindakan yang diambil untuk menyimpan sebagian pendapatan yang dimiliki saat ini dengan harapan untuk memperoleh keuntungan dari kenaikan nilai aset di masa mendatang (Jessica Willyanto et al., 2022). Keputusan investasi juga bertujuan untuk meningkatkan nilai aset di masa depan (Ariefin Addinpujoartanto et al., 2020). Memilih investasi yang sesuai dengan tujuan investor, tingkat return, jangka waktu, dan risiko saat ini memungkinkan pengambilan keputusan yang efektif (Meero et al., 2021). Ketika seseorang telah memutuskan untuk berinvestasi, maka investor yang rasional mempunyai kecenderungan untuk memilih investasi yang beresiko rendah dengan tingkat return yang tinggi. Namun ketika seorang investor dihadapkan pada pilihan investasi, mereka cenderung melakukan perilaku yang tidak rasional sehingga mempengaruhi keputusan investasinya (Rejeb et al., 2021). Maka dari itu sikap dari kesadaran diri untuk mengambil Keputusan untuk berinvestasi sangat diperlukan.

H₂: Keputusan investasi berpengaruh positif terhadap kesadaran.

Kepercayaan Terhadap Faktor Sosial

Kepercayaan individu terhadap faktor sosial dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi. Bagi individu yang memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap faktor sosial cenderung mempunyai motivasi yang lebih tinggi juga untuk berinvestasi, karena mereka lebih percaya pada kemampuan faktor sosial dalam membantu mereka mencapai tujuan investasi. Ketika investor memiliki lebih banyak pengalaman, mereka lebih mampu mempertimbangkan risiko yang akan mereka hadapi (Rejeb et al., 2021). Interaksi sosial dan tekanan sosial, yang berasal dari dorongan orang-orang terdekat, merupakan faktor utama yang mempengaruhi minat investasi seseorang, karena sikap adalah faktor utama yang mempengaruhi minat investasi seseorang (Salisa, 2020). Theory of Planned Behavior menekankan faktor internal dan faktor sosial serta kontrol berperilaku yang diprediksi dapat mempengaruhi minat individu, terutama dalam investasi.

H₃: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap faktor sosial.

Kesadaran Terhadap Motivasi Hedonisme

Kesadaran dalam melakukan suatu hal harus didasari atas pengetahuan yang luas. Dengan pengetahuan yang luas, terdapat juga pengalaman yang dapat dijadikan panduan dalam melakukan suatu hal, seperti berinvestasi. Pengalaman investasi yang berulang-ulang memungkinkan investor untuk mengumpulkan pengetahuan yang lebih dalam tentang dinamika pasar, risiko investasi, dan berbagai instrumen keuangan. Pengetahuan yang diperoleh ini akan meningkatkan kemampuan mereka dalam membuat keputusan investasi yang lebih informatif dan rasional (Rejeb et al., 2021). Kesadaran individu

terhadap kebutuhan dan tujuan mereka dalam berinvestasi dapat mempengaruhi motivasi hedonis mereka. Individu yang memiliki kesadaran yang lebih tinggi tentang kebutuhan mereka cenderung memiliki motivasi hedonisme yang lebih rendah, karena mereka lebih fokus pada tujuan yang lebih praktis dan rasional. Sebaliknya, individu yang memiliki kesadaran yang lebih rendah tentang kebutuhan mereka cenderung memiliki motivasi hedonisme yang lebih tinggi, karena mereka lebih fokus pada pengalaman dan kesenangan yang diperoleh dari berinvestasi.

H₄: Kesadaran berpengaruh positif terhadap motivasi hedonisme.

Motivasi Hedonisme Terhadap Minat Investasi Dalam Cryptocurrency

Konsumsi produk yang didasarkan pada keinginan untuk menjadi puas dan puas, yang berdampak pada emosi (Handayani et al., 2021) Menurut pendapat lain, faktor yang mempengaruhi motivasi hedonis konsumen adalah faktor kesenangan. Faktor-faktor ini termasuk kebutuhan psikologis seperti kepuasan, gengsi, emosi, dan perasaan subjektif lainnya. Menurut beberapa orang, kesenangan dapat meningkatkan kepuasan instan yang terkait dengan pembelian impulsif.

H₅: Motivasi hedonisme berpengaruh positif terhadap minat investasi dalam cryptocurrency.

Faktor Sosial Terhadap Minat Investasi Dalam Cryptocurrency

Faktor sosial dapat didefinisikan sebagai "interaksi formal dan informal pada masyarakat yang relatif tetap yang anggotanya memiliki keinginan dan perilaku yang sama untuk memperoleh tujuan bersama", menurut Kotler (2016:153). Faktor sosial adalah sekelompok orang yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi perilaku individu dalam membuat kebiasaan.

H₆: Faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat investasi dalam cryptocurrency.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini adalah di pulau jawa dan bali, dikarenakan penetrasi investasi cryptocurrency terpusat di kedua pulau ini, berdasarkan data dari CoinDesk Indonesia menunjukkan rangking 10 provinsi di Indonesia dengan minat bitcoin tertinggi 1 tahun terakhir, sebagai berikut.

Tabel 1. Rangking 10 Provinsi Dengan Minat Bitcoin Tertinggi

No.	Provinsi
1.	Bali
2.	DKI Jakarta
3.	Kepulauan Riau
4.	Banten
5.	Kepulauan Bangka Belitung
6.	Daerah Istimewa Yogyakarta
7.	Kalimantan Barat
8.	Jawa Barat
9.	Aceh
10.	Sumatera Utara

Sumber: Data Coindesk, 2024.

Berdasarkan informasi diatas, populasi penelitian ini adalah individu yang mempunyai aset kripto di pulau jawa dan bali. Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling, yang mana sampel ditentukan berdasarkan kriteria (Amin, 2023). Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik

purposive sampling, yang mana sampel ditentukan berdasarkan kriteria. adapun kriteria yang ditentukan adalah sebagai berikut : (1) Pernah berinvestasi minimal 1 kali pada produk crypto. (2) Aset crypto tidak diambil dalam jangka waktu 3 bulan. Karena jumlah populasi tidak diketahui maka sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Hair untuk menghitung jumlah sampel minimum (Hair, 2014):

$$N = (5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}) = 5 \times 24 = 120$$

Dari perhitungan di atas, maka di peroleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 120 responden. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini menghasilkan temuan empiris yang menjawab pertanyaan penelitian secara spesifik. Dan mengandalkan data primer yang dikumpulkan secara mandiri, penelitian ini mampu memberikan informasi yang orisinal dan relevan dengan konteks penelitian. Dengan mengumpulkan data langsung dari individu melalui survey atau kuesioner yang dirancang untuk mengukur pengetahuan, persepsi, dan minat terhadap investasi di cryptocurrency Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui formulir Google form. Kuesioner yang dibangun dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan 5 skor.

Untuk menganalisis data peneliti ini menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan software SmartPLS 4.0. Dua model yang digunakan: Outer Model dan Inner Model yang dievaluasi dari tiga tahapan. Pada Outer Model dilakukan uji Validitas Konvergen dengan menggunakan nilai loading factor, Validitas Diskriminan dengan menggunakan nilai cross loading, dan Uji Reliabilitas menggunakan composite reliability dan cronbach's alpha. Pada Inner Model menggunakan pengukuran R-Square dan *Path Coefficients*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh dalam penelitian yaitu sebanyak 120 orang responden melalui penyebaran kuesioner. Responden telah terkumpul dalam waktu 10 hari yang disebarkan kepada komunitas cryptocurrency melalui Instagram dan discord. Berikut adalah paparan karakteristik responden berdasarkan umur, jumlah investasi, jenis produk crypto, dan aplikasi yang digunakan:

Tabel 2. Karakteristik Responden

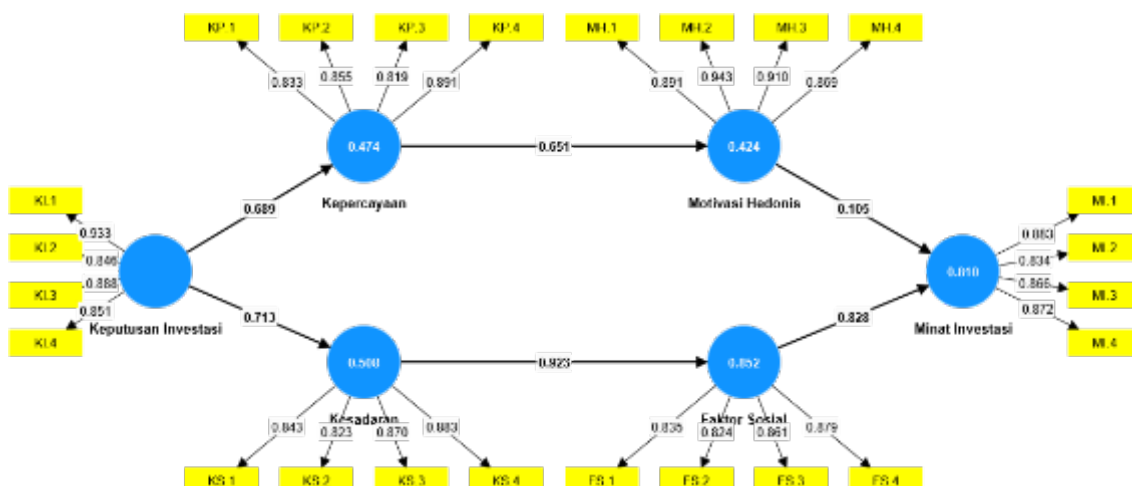
Karakteristik	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Umur	<20 Tahun	11	9,2%
	20-29 Tahun	69	57,5%
	30-39 Tahun	35	29,2%
	40-49 Tahun	5	4,2%
	>50 Tahun	0	0%
	Jumlah Responden		120
Jumlah Investasi	< Rp 1.000.000	21	17,5%
	Rp 1.000.000 – Rp 10.000.000	77	62,4%
	Rp 10.000.000 – Rp 10.000.000	13	10,8%
	Rp 20.000.000 – Rp 10.000.000	2	1,7%
	Rp 30.000.000 – Rp 10.000.000	2	1,7%
	Rp 40.000.000 – Rp 10.000.000	2	1,7%
	>Rp 50.000.000	3	2,5%
Jumlah Responden		120	100%
Jenis Coin	Bitcoin (BTC)	88	73,3%
	Ethereum (ETH)	54	45%
	Stable Coin (USDT,USDC)	44	36,7%

Karakteristik	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Aplikasi Yang Digunakan	Altcoin	42	35%
	Meme Coin	18	15%
	Jumlah Responden	120	100%
	<i>Binance</i>	67	55,8%
	<i>Coinbase</i>	43	35,8%
	<i>Kraken</i>	52	43,3%
	<i>Crypto.com</i>	46	38,3%
	Indodax	50	41,7%
	TokoCrypto	28	23,3%
	Kukoin	5	4,2%
	Lainnya	4	3,3%
Jumlah Responden	120	100%	

Sumber: Data Coindesk, 2024.

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 11 individu atau 9,2% dari total populasi berusia di bawah 20 tahun. Kelompok usia dominan adalah 20 hingga 29 tahun, yang mencakup 69 orang atau 57,5% dari keseluruhan. Selanjutnya, 35 orang atau 29,2% berada pada rentang usia 30 hingga 39 tahun. Kelompok usia 40 hingga 49 tahun merupakan kelompok dengan jumlah terkecil, terdiri dari 5 orang atau 4,2% dari populasi. Dan usia di atas 50 tahun berjumlah 0 atau tidak ada. Secara keseluruhan, populasi ini terdiri dari 120 orang, dan distribusi persentase dari setiap kelompok usia mencapai total 100%. Usia 20 hingga 29 tahun merupakan kelompok usia yang paling banyak terwakili, sedangkan kelompok usia 40 hingga 49 tahun paling sedikit. Selanjutnya data responden menunjukkan bahwa dari total 120 responden, sebanyak 21 individu atau 17,5% memiliki investasi cryptocurrency di bawah Rp 1.000.000. Kelompok terbesar, yang terdiri dari 77 individu atau 62,4%, memiliki jumlah investasi dalam rentang Rp 1.000.000 hingga Rp 10.000.000. Sebanyak 13 orang atau 10,8% memiliki investasi dalam kisaran Rp 10.000.000 hingga Rp 20.000.000. Sementara itu, kelompok dengan jumlah investasi lebih besar, yaitu antara Rp 20.000.000 hingga Rp 50.000.000, hanya diwakili oleh 2 individu pada masing-masing rentang, atau sekitar 1,7% untuk setiap kelompok. Sebanyak 3 individu, atau 2,5% dari total populasi, memiliki investasi di atas Rp 50.000.000. Secara keseluruhan, distribusi investasi ini menunjukkan bahwa mayoritas investor berada pada rentang investasi kecil hingga menengah, dengan jumlah investasi yang lebih besar hanya diwakili oleh sebagian kecil responden.

Selanjutnya terdapat 120 responden yang mayoritas memilih Bitcoin (BTC) sebagai produk investasi, dengan jumlah 88 orang atau 73,3%. Ethereum (ETH) menjadi pilihan kedua terbanyak, dipilih oleh 54 orang atau 45%. Stable Coin seperti USDT dan USDC serta Altcoin masing-masing dipilih oleh 44 orang, mewakili 36,7% dari total responden. Sementara itu, Meme Coin menjadi pilihan bagi 18 orang atau 15%. Data ini menunjukkan bahwa Bitcoin mendominasi pilihan produk investasi di kalangan investor, diikuti oleh Ethereum, sementara jenis produk lainnya memiliki pangsa yang lebih kecil. Selanjutnya aplikasi yang paling sering digunakan oleh para pengguna adalah Binance, dengan 67 orang atau 55,8% dari total responden. Coinbase dipilih oleh 43 responden atau 35,8%, sedangkan Kraken digunakan oleh masing-masing 52 orang atau 43,3%. Crypto.com menjadi pilihan 46 orang, yang mewakili 38,3% dari total. Indodax digunakan sebanyak 50 orang atau 41,7%. TokoCrypto digunakan oleh 28 responden, atau 23,3%. Sementara itu, Kukoin hanya digunakan oleh 5 orang atau 4,2%, dan aplikasi yang dikategorikan sebagai lainnya dipilih oleh 4 orang, atau 3,3% dari total.



Gambar 5. Outer Model.

Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen instrumen penelitian ini diuji menggunakan analisis korelasi pada 120 responden. Pengujian dilakukan terhadap indikator-indikator reflektif dengan membandingkan skor item atau komponen menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Suatu indikator reflektif dianggap memiliki validitas konvergen yang tinggi jika nilai korelasi antara indikator tersebut dengan konstruk latennya melebihi 0,7 (Ghozali, 2014). Hasil analisis menunjukkan bahwa berdasarkan 6 variabel dengan jumlah 24 pernyataan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Konvergen (Outer Model)

	Faktor Sosial	Keputusan Investasi	Kepercayaan	Kesadaran	Motivasi Hedonis	Minat Investasi
FS.1	0,835					
FS.2	0,824					
FS.3	0,861					
FS.4	0,879					
KI.1		0,933				
KI.2		0,846				
KI.3		0,888				
KI.4		0,851				
KP.1			0,833			
KP.2			0,855			
KP.3			0,819			
KP.4			0,891			
KS.1				0,843		
KS.2				0,823		
KS.3				0,870		
KS.4				0,883		
MH.1					0,891	
MH.2					0,943	
MH.3					0,910	
MH.4					0,869	
MI.1						0,883
MI.2						0,834
MI.3						0,866
MI.4						0,872

Sumber: Data diolah, 2024.

Hasil analisis menunjukkan hubungan yang kuat antara indikator dan konstruk latennya; semua indikator mempunyai nilai loading factor di atas 0,7 (Ghozali, 2014). Dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas konvergen yang baik. Penggabungan indikator-indikator tersebut dalam model PLS-SEM sejalan dengan kaidah-kaidah yang berlaku dalam analisis SEM-PLS.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Konvergen (*Average Variance Extracted*)

Konstruk	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Faktor Sosial	0,723
Kepercayaan	0,722
Keputusan Investasi	0,775
Kesadaran	0,731
Minat Investasi	0,747
Motivasi Hedonis	0,817

Sumber: Data diolah, 2024.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yaitu variabel 'Faktor Sosial' memiliki nilai R^2 sebesar 0,852. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel 'Faktor Sosial' dapat dijelaskan sebesar 85,2% oleh faktor 'Kesadaran'. Artinya, semakin sadar seseorang kepada investasi crypto, semakin besar kemungkinan mereka akan membahasnya dan mensosialisasikannya. Namun, masih ada sekitar 14,8% (100% - 85,2%) faktor lain, seperti faktor pribadi atau lingkungan yang lain. Secara keseluruhan, model yang digunakan dalam penelitian ini baik dalam memprediksi dampak faktor sosial terhadap minat investasi cryptocurrency. Selain itu, hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel 'Faktor Sosial' memiliki nilai R^2 sebesar 0,474. Hasil penelitian menemukan bahwa variabel 'Kepercayaan' dapat dijelaskan sebesar 47,4% oleh Keputusan Investasi. Ini berarti bahwa sejauh mana seseorang percaya pada dunia cryptocurrency, maka semakin yakin Keputusan mereka untuk berinvestasi di crypto. Hasil ini menunjukkan bahwa model yang digunakan adalah moderat.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kesadaran dapat dijelaskan sebesar 50,8% oleh variabel Keputusan investasi. Lalu sebesar 48,2%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diamati dalam penelitian ini. Nilai R^2 yang diperoleh menunjukkan kekuatan prediksi model yang moderat. Ini berarti bahwa sejauh mana seseorang sadar pada dunia cryptocurrency, maka semakin yakin keputusan mereka untuk berinvestasi di cryptocurrency. Selanjutnya, variabel Minat investasi juga menunjukkan hubungan yang signifikan dengan kombinasi variabel Motivasi Hedonis dan Faktor Sosial. Sekitar 81% dari variabilitasnya, sisanya, 19%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Nilai R^2 untuk variabel minat investasi melebihi 0,66, yang mengindikasikan kekuatan prediksi model yang Baik. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung hipotesis bahwa faktor sosial dan motivasi hedonis merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi minat investasi cryptocurrency bagi penggunaannya. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel motivasi hedonis dapat dijelaskan sebesar 42,4% oleh variabel kesadaran. Ini berarti bahwa variabel tersebut secara signifikan berkontribusi terhadap minat investasi. Sisanya, sekitar 57,6%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini. Dengan nilai R^2 sebesar 0,424, kekuatan prediksi model dapat dikategorikan moderat.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

	Hipotesis	Original sample (O)	T statistics ((O/STDEV))	P values	Keterangan
H1	Keputusan Investasi -> Kepercayaan	0,689	6,857	0,000	Diterima
H2	Keputusan Investasi -> Kesadaran	0,713	7,496	0,000	Diterima
H3	Kepercayaan -> Motivasi Hedonis	0,651	6,174	0,000	Diterima
H4	Kesadaran -> Faktor Sosial	0,923	29,784	0,000	Diterima
H5	Motivasi Hedonis -> Minat Investasi	0,105	1,457	0,145	Ditolak
H6	Faktor Sosial -> Minat Investasi	0,828	11,400	0,000	Diterima

Sumber: Data Diolah, 2024.

Pembahasan

Hasil uji hipotesis diketahui bahwa variabel keputusan investasi dengan variabel kepercayaan menunjukkan $p < 0,05$ lalu nilai original sample sebesar 0.689 dengan nilai t yaitu 6,857. Karena nilai t lebih tinggi dari t tabel yaitu 1,64. Hasil ini berarti keputusan investasi (KI) memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan. Keputusan investasi merupakan tindakan yang sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan investor. Semakin tinggi tingkat kepercayaan investor terhadap pasar, perusahaan, atau dirinya sendiri, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan investasi. Kepercayaan ini dapat mengurangi ketidakpastian dan mendorong investor untuk mengambil keputusan yang lebih berani. Sebaliknya, kurangnya kepercayaan dapat menyebabkan investor menjadi lebih berhati-hati atau bahkan menghindari investasi sama sekali (Perayunda & Mahyuni, 2022). Dalam penelitian investasi, memahami hubungan antara keputusan investasi dan kepercayaan sangat penting untuk menjelaskan perilaku investor dan membuat model prediksi yang lebih akurat. Ini karena hal-hal seperti kinerja pasar sebelumnya, reputasi perusahaan, dan kondisi ekonomi secara umum dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan investor.

Variabel keputusan investasi dengan variabel kesadaran menunjukkan $p < 0,05$ serta nilai original sample 0.713 dengan nilai t sebesar 7,496. Karena nilai tersebut lebih tinggi dari t tabel yaitu 1,64. Hasil ini berarti keputusan investasi (KI) memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran. Keputusan investasi merupakan tindakan yang sangat dipengaruhi oleh tingkat kesadaran investor. Kesadaran di sini merujuk pada pemahaman mendalam tentang berbagai aspek investasi, mulai dari pengetahuan tentang produk investasi, risiko yang terkait, hingga mekanisme pasar (Adam & Siharis, 2023). Semakin tinggi tingkat kesadaran seseorang, semakin baik pula kualitas keputusan investasi yang diambil. Investor yang memiliki kesadaran yang tinggi cenderung lebih rasional dalam memilih instrumen investasi, mampu mengelola risiko dengan lebih baik, dan memiliki kepercayaan diri yang lebih besar dalam menghadapi ketidakpastian pasar.

Variabel kepercayaan dengan variabel motivasi hedonis menunjukkan $p < 0,05$ serta nilai original sample 0.651 dengan nilai t 6,174. Karena nilai tersebut lebih tinggi dari t tabel yaitu 1,64. Ini berarti Kepercayaan (KP) memiliki pengaruh positif terhadap Motivasi Hedonis (MH). Kepercayaan dan motivasi hedonis memiliki hubungan yang saling mempengaruhi dalam konteks keputusan pembelian. Kepercayaan, dalam hal ini, merujuk pada tingkat keyakinan konsumen terhadap suatu merek, produk, atau layanan (Mustika, 2023). Sementara itu, motivasi hedonis mengacu pada dorongan konsumen untuk membeli suatu produk karena alasan kesenangan atau kepuasan pribadi, bukan semata-mata karena utilitas atau kebutuhan. Konsumen yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap suatu merek cenderung lebih termotivasi untuk membeli produk dari merek tersebut, termasuk karena alasan hedonis. Kepercayaan yang kuat dapat menciptakan ikatan emosional antara konsumen dan merek, sehingga konsumen lebih terbuka untuk mencoba produk baru dari merek tersebut, bahkan jika produk tersebut tidak memiliki manfaat yang sangat fungsional. Sebaliknya, konsumen yang memiliki motivasi hedonis yang tinggi juga cenderung lebih mudah percaya pada merek yang menawarkan pengalaman belanja yang menyenangkan atau produk yang memberikan kepuasan emosional.

Variabel kesadaran dengan variabel faktor sosial menunjukkan $p < 0,05$ nilai original sample 0.923 dengan nilai t 29,784. Karena nilai tersebut lebih tinggi dari t tabel yaitu 1,64. Ini berarti Kesadaran (KS) memiliki pengaruh positif terhadap Faktor Sosial (FS). Kesadaran dan faktor sosial saling terkait erat dalam membentuk perilaku individu, termasuk dalam pengambilan keputusan. Kesadaran, dalam konteks ini, merujuk pada pemahaman individu tentang suatu isu atau masalah. Sementara itu, faktor sosial mencakup pengaruh dari lingkungan sosial, kelompok referensi, dan norma-norma sosial yang berlaku (Andriyanty, 2021). Tingkat kesadaran seseorang seringkali dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Informasi, nilai, dan sikap yang diperoleh dari keluarga, teman, komunitas, dan media massa dapat membentuk persepsi dan pemahaman individu terhadap suatu isu. Misalnya, jika lingkungan sosial seseorang sangat peduli terhadap isu lingkungan, maka individu tersebut cenderung memiliki kesadaran yang tinggi terhadap masalah lingkungan dan perilaku yang berkelanjutan.

Variabel Motivasi Hedonis dengan variabel Minat Investasi menunjukkan p value sebesar 0,145 yang berarti tidak signifikan atau $p > 0,05$ serta nilai original sample sebesar 0.105 dengan nilai t sebesar 1,457. Karena nilai tersebut lebih rendah dari t tabel yaitu 1,64. Hasil ini berarti Motivasi Hedonis (MH) tidak berpengaruh positif terhadap Minat Investasi (MI) yang berarti tidak sesuai dengan hipotesis kelima. Motivasi hedonis mengacu pada dorongan individu untuk mencari kesenangan dan kepuasan pribadi. Dalam konteks investasi cryptocurrency, motivasi hedonis dapat muncul dari berbagai faktor, seperti ekspektasi keuntungan cepat, keinginan untuk menjadi bagian dari tren, atau sekadar mencari sensasi dan keseruan. Individu dengan motivasi hedonis yang tinggi cenderung memiliki minat yang lebih besar untuk berinvestasi dalam cryptocurrency. Beberapa individu mungkin lebih tertarik pada cryptocurrency bukan karena elemen kesenangan atau sensasi, tetapi karena potensi keuntungan finansial yang besar. Mereka yang berorientasi pada keuntungan finansial lebih cenderung melihat cryptocurrency sebagai peluang investasi jangka panjang atau sebagai alternatif portofolio investasi (Huda, 2023). Dengan ditolaknya hipotesis ini, implikasinya adalah bahwa upaya untuk meningkatkan minat investasi dalam cryptocurrency sebaiknya tidak hanya fokus pada aspek-aspek yang memikat secara emosional atau menyenangkan. Strategi pemasaran dan

edukasi di bidang cryptocurrency mungkin lebih efektif jika disertai dengan informasi yang jelas tentang potensi keuntungan, risiko, dan strategi investasi yang tepat.

Variabel Faktor Sosial dengan variabel Minat Investasi menunjukkan $p < 0,05$ serta nilai original sample 0.828 dengan nilai t 11,400. Karena nilai tersebut lebih tinggi dari t tabel yaitu 1,64. Hasil ini berarti Faktor Sosial (FS) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Investasi (MI). Hubungan antara faktor sosial dan minat investasi cryptocurrency seringkali kompleks dan kontekstual. Faktor sosial, seperti pengaruh keluarga, teman, atau komunitas, dapat menjadi pendorong kuat bagi seseorang untuk berinvestasi dalam cryptocurrency. Norma sosial memainkan peran penting dalam membentuk minat dan keputusan finansial seseorang. Ketika investasi cryptocurrency mulai dianggap sebagai tren atau norma di kalangan tertentu, individu dalam kelompok tersebut mungkin merasa terdorong untuk berinvestasi agar tetap sesuai dengan lingkungan sosialnya. Faktor sosial tidak hanya meliputi dorongan atau contoh dari teman dan keluarga, tetapi juga termasuk dukungan dalam bentuk pengetahuan dan informasi tentang investasi. Anggota keluarga atau teman yang memiliki pengalaman lebih dalam investasi cryptocurrency dapat membantu individu yang baru mengenal investasi ini untuk memahami risiko dan manfaatnya, sehingga minat mereka pun meningkat (Vasudeva, 2023). Dengan diterimanya hipotesis bahwa faktor sosial berpengaruh positif terhadap minat investasi dalam cryptocurrency, penelitian ini mengindikasikan bahwa lingkungan sosial adalah salah satu variabel kunci dalam mendorong seseorang untuk memulai investasi ini. Dukungan, contoh, dan norma sosial dalam lingkup terdekat berperan penting dalam mengatasi ketidakpastian dan memberikan dorongan untuk terlibat dalam investasi cryptocurrency.

SIMPULAN

Minat investasi cryptocurrency dipengaruhi oleh dimensi keperilakuan, yang dianalisis menggunakan konstruk dari model UTAUT 2 dan Theory of Planned Behaviour menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh adalah kepercayaan, kesadaran, motivasi hedonis, dan faktor sosial. Minat investasi lebih cenderung dipengaruhi oleh kepercayaan diri, kesadaran, dan pengaruh sosial, sedangkan motivasi hedonis terbukti tidak berpengaruh. Hal ini karena investasi cryptocurrency membutuhkan toleransi risiko tinggi dan pemahaman mendalam tentang pasar dan teknologi blockchain, berbeda dengan konsumsi biasa yang memberikan kepuasan instan.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti merekomendasikan agar studi di masa depan memperluas kajian tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi, baik dalam cryptocurrency maupun jenis investasi lain. Penelitian selanjutnya diharapkan juga mengkaji aspek regulasi dan kebijakan pemerintah secara komprehensif untuk relevansi yang lebih kontekstual. Selain itu, penelitian mendatang disarankan untuk fokus lebih spesifik pada jenis cryptocurrency lain, tidak hanya bitcoin, agar pandangan mengenai aset crypto menjadi lebih menyeluruh. Dimensi penelitian juga dapat dikembangkan atau diganti untuk memperkaya pemahaman terkait minat investasi cryptocurrency.

REFERENCES

- Adam, R., & Siharis, A. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Personal Interest Terhadap Kesadaran Investasi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Tidar Angkatan 2018. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(5), 1579–1588. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i5.854>.
- Agarwal, N. (2022). How to obtain the fair value for cryptocurrency and digital assets. *International Journal of Blockchains and Cryptocurrencies*, 3(1), 16. <https://doi.org/10.1504/ijbc.2022.10047463>.
- Agus Widarjono, Ph. D. (2018). *Ekonometrika (Edisi Kelima)*.
- Ajzen. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 179–211.
- Amin, N. F. (2023). 10624-33580-1-PB. Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian, 14.
- Andriyanty, R. D. D. U. (2021). Faktor-Faktor Sosial Yang Mempengaruhi Kesadaran Gaya Hidup Cinta Produk Dalam Negeri Generasi Muda Indonesia.
- Ariefin Addinpujoartanto, Nur Darmawan, & Surya. (2020). Pengaruh Overconfidence, Regret Aversion, Loss Aversion, Dan Herding Bias Terhadap Keputusan Investasi Di Indonesia. In *Sejarah Artikel: Diterima*. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jreb>.
- Buterin, V., Illum, J., Nadler, M., Schär, F., & Soleimani, A. (2024). Blockchain privacy and regulatory compliance: Towards a practical equilibrium. *Blockchain: Research and Applications*, 5(1). <https://doi.org/10.1016/j.bcr.2023.100176>.
- Chohan, U. W. (2022). *Crypto Winters*. <https://ssrn.com/abstract=4142885> Ghazali. (2014). *Structural Equation Modeling (Edisi 4)*.
- Gupta, D., Rambhateri, & Rani, T. (2025). Examining factors influencing cryptocurrency adoption in India: Moderating role of government regulations. *Strategic Business Research*, 1(1), 100016. <https://doi.org/10.1016/j.sbr.2025.100016>.
- Hair. (2014). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Handayani, F., Parlyna, R., & Yusuf, M. (2021). Peran Ketersediaan Uang dalam Memoderasi Pengaruh Motivasi Hedonis dan Motivasi Utilitarian Terhadap Pembelian Impulsif Pada E-Commerce (Vol. 2, Issue 1).
- Huang, R., Chen, J., Wang, Y., Bi, T., Nie, L., & Zheng, Z. (2024). An overview of Web3 technology: Infrastructure, applications, and popularity. *Blockchain: Research and Applications*, 5(1). <https://doi.org/10.1016/j.bcr.2023.100173>.
- Huda, N., Lake, Y., Ray, D., Sitorus, H., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Timor, U. (2023). Strategi Investasi pada Aset Cryptocurrency. *Moneter Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10, 49–53. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/moneter49>.
- Jessica Willyanto, Grace Vannesa Wijaya, & Evelyn. (2022). Pengaruh Bias Terhadap Keputusan Investasi Saham Pada Investor Muda Di Surabaya. *Jurnal Akuntansi Pajak*.

- Kristianti, I., Tulenan, V., Ekonomika, F., Bisnis, D., Kristen, U., & Wacana, S. (n.d.). Dampak financial technology terhadap kinerja keuangan perbankan. 18(1), 2021–2057. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>.
- Lee, J. (2026). Cryptocurrency travel revolution: Unraveling the mystery of consumer trust in market environment volatility. *International Journal of Hospitality Management*, 133. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104506>.
- Meero, A., Aziz, A., & Rahman, A. (2021). Degree Of Trustiness And Awareness Of Cryptocurrency: Factors Affecting The Future Currency In The Gulf Cooperation Council (GCC). <https://www.researchgate.net/publication/353323734>.
- Mustika, W., Kurniawati, M., & Sari, M. P. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Kategori Produk Fashion Online Pada Marketplace (Vol. 21, Issue 1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>.
- Naution, D. A., Reni, R., Hasibuan, A., & Prayoga, R. (2021). Tingkat Perkembangan Fintech (Financial Technology), Pemahaman Fintech (Financial Technology) dan Minat Mahasiswa UIN Sumatera Utara. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5, 9080–9090. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2423>.
- Perayunda, I. G. A. D., & Mahyuni, L. P. (2022a). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Cryptocurrency Pada Kaum Milenial. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5224>.
- Perayunda, I. G. A. D., & Mahyuni, L. P. (2022b). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Cryptocurrency Pada Kaum Milenial. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5224>.
- Pillai, R., Preet, R., Sivathanu, B., & Rana, N. P. (2024). Assessing factors influencing intentions to use cryptocurrency payments in the hospitality sector. *Information Technology and People*. <https://doi.org/10.1108/ITP-07-2023-0673>.
- Pittaras, I., Fotiou, N., Karapapas, C., Siris, V. A., & Polyzos, G. C. (2024). Secure smart contract-based digital twins for the Internet of Things. *Blockchain: Research and Applications*, 5(1). <https://doi.org/10.1016/j.bcra.2023.100168>.
- Rahmawan, B. A., Robbani, N. A., & Mafruhah, A. Y. (2022). Dampak Cryptocurrency Terhadap Sistem Moneter: Sebuah Tinjauan Pustaka Sistematis.
- Rashidibajgan, S., & Hupperich, T. (2024). Utilizing blockchains in opportunistic networks for integrity and confidentiality. *Blockchain: Research and Applications*, 5(1). <https://doi.org/10.1016/j.bcra.2023.100167>.
- Rejeb, A., Rejeb, K., & G. Keogh, J. (2021). Cryptocurrencies in Modern Finance: A Literature Review. *ETIKONOMI*, 20(1), 93–118. <https://doi.org/10.15408/etk.v20i1.16911>.
- Rodrigues, P., Sousa, A., & Brochado, A. (2025). Cryptocurrencies in Portugal: trust and adoption among young adults. *International Journal of Bank Marketing*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2024-0266>.

- Salisa, N. R. (2020). Jurnal Akuntansi Indonesia 182 Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Di Pasar Modal: Pendekatan Theory Of Planned Behaviour (TPB). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 9(2), 182–194.
- Van Vulpen, P., Siu, J., & Jansen, S. (2024). Governance of decentralized autonomous organizations that produce open source software. *Blockchain: Research and Applications*, 5(1). <https://doi.org/10.1016/j.bcra.2023.100166>.
- Vasudeva, S. (2023). Cryptocurrency as an investment or speculation: a bibliometric review study. *Business Analyst Journal*, 44(1), 34–50. <https://doi.org/10.1108/baj-07-2022-0008>.
- Venkatesh, Thong, & Xu. (2012). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View.