

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 TAM (*Technology Acceptance Model*)

Penelitian ini berpijak pada kerangka penerimaan dan adopsi teknologi (*technology acceptance / technology adoption*), yang melihat keputusan individu untuk menerima suatu inovasi berbasis teknologi melalui niat berperilakunya (*behavioral intention*). *Technology Acceptance Model* (TAM) menempatkan keyakinan pengguna khususnya manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan sebagai pembentuk utama niat penggunaan atau adopsi suatu teknologi. Bitcoin layak dianalisis melalui kerangka ini karena bukan sekadar instrumen finansial: ia adalah inovasi digital berbasis *blockchain* yang menuntut pengguna mempertimbangkan kepercayaan pada sistem, manfaat yang dirasakan, dan tingkat risiko sebelum memutuskan terlibat atau memiliki aset (Sagheer et al., 2022; Ullah, 2025).

Dalam perkembangannya, kerangka penerimaan teknologi diperluas menjadi *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang menyatukan beberapa model sebelumnya. Model ini mengidentifikasi empat determinan utama niat berperilaku: *performance expectancy* (keyakinan bahwa teknologi membantu mencapai tujuan), *effort expectancy* (kemudahan penggunaan), *social influence* (tekanan normatif dari lingkungan), dan *facilitating conditions* (ketersediaan sumber daya dan infrastruktur pendukung). UTAUT juga mengakui bahwa pengaruh determinan-determinan ini dapat bervariasi menurut karakteristik pengguna usia, gender, pengalaman, maupun sifat kesukarelaan penggunaan sehingga model dianggap mampu menangkap variasi niat adopsi inovasi secara komprehensif.

Pengembangan UTAUT untuk konteks konsumen menghasilkan UTAUT2, yang memasukkan determinan-determinan yang lebih dekat dengan keputusan

individu (*consumer decision*) seperti motivasi dan evaluasi personal terhadap suatu inovasi digital. Dalam ranah aset kripto, kerangka UTAUT/UTAUT2 menjadi relevan karena keputusan terkait Bitcoin tidak murni teknis penilaian subjektif pengguna dan konteks sosialnya turut berperan kuat. Studi-studi adopsi *cryptocurrency* juga menemukan bahwa faktor sosial dan penilaian pribadi kerap menjadi pemicu utama niat (Abbasi et al., 2021; Bommer et al., 2023). Karena itu, UTAUT/UTAUT2 berfungsi sebagai payung teori yang menjelaskan terbentuknya niat investasi Bitcoin melalui interaksi penilaian personal dan dorongan sosial.

Atas dasar kerangka tersebut, penelitian ini menempatkan variabel-variabelnya sebagai pengembangan kerangka penerimaan teknologi yang disesuaikan dengan karakter Bitcoin sebagai aset digital. Kepercayaan (*trust*) mewakili keyakinan pengguna bahwa ekosistem dan mekanisme transaksi *cryptocurrency* dapat diandalkan dan aman keyakinan yang menurunkan hambatan psikologis untuk terlibat (Abbasi et al., 2021; Rahardja et al., 2023). *Social influence* menangkap pengaruh norma dan pandangan orang-orang penting maupun lingkungan sosial, yang pada konteks *cryptocurrency* terbukti relevan sebagai prediktor niat di sejumlah studi (Abbasi et al., 2021; Bommer et al., 2023; Ullah, 2025). Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) menangkap penilaian pengguna atas utilitas atau kegunaan praktis dari keterlibatan dengan *cryptocurrency*, literatur mencatat hubungan positifnya dengan niat adopsi maupun penggunaan (Sagheer et al., 2022; Ullah, 2025). Sebaliknya, persepsi risiko (*perceived risk*) merepresentasikan penilaian terhadap ketidakpastian dan potensi dampak negatif finansial, keamanan, atau regulasi yang cenderung menekan niat (Rahardja et al., 2023; Sagheer et al., 2022).

Di luar empat faktor di atas, penelitian ini menambahkan persepsi nilai (*perceived value*) untuk menangkap dimensi investasi yang kuat melekat pada Bitcoin. *Perceived value* dipahami sebagai evaluasi menyeluruh individu atas potensi keuntungan, kerugian, dan nilai total yang dirasakan dari investasi *cryptocurrency*. Pada investor ritel, *perceived value* terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan adopsi *cryptocurrency* sebagai instrumen investasi, sehingga

faktor ini layak masuk dalam model niat investasi Bitcoin (Sukumaran et al., 2022). Berdasarkan kombinasi tersebut, niat investasi Bitcoin pada penelitian ini dipahami sebagai *behavioral intention* yang dipengaruhi oleh empat faktor pendorong kepercayaan, *social influence*, persepsi nilai, dan persepsi manfaat serta satu faktor penahan, yakni persepsi risiko (Abbasi et al., 2021; Bommer et al., 2023; Rahardja et al., 2023; Sagheer et al., 2022; Sukumaran et al., 2022; Ullah, 2025).

2.1.2 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan faktor psikologis yang menggambarkan keyakinan individu bahwa suatu sistem, pihak terkait, dan mekanisme transaksi dapat diandalkan untuk bertindak sesuai ekspektasi serta mampu melindungi kepentingan pengguna. Dalam konteks layanan berbasis teknologi, kepercayaan bersifat subjektif dan tercermin pada sejauh mana pengguna merasa pihak atau penyedia layanan dan transaksi dapat dilakukan secara aman. Literatur adopsi teknologi juga membedakan kepercayaan pada teknologi dan kepercayaan institusional, namun pada inovasi finansial yang relatif baru seperti *cryptocurrency*, pembentukan kepercayaan sering kali lebih banyak bertumpu pada persepsi terhadap mekanisme sistem dan keamanan teknologinya dibanding pengalaman institusional jangka panjang (Abbasi et al., 2021).

Pada aset kripto seperti Bitcoin, kepercayaan menjadi krusial karena karakteristiknya yang menuntut pengguna untuk yakin pada keamanan penyimpanan aset digital, reliabilitas proses verifikasi transaksi, serta integritas jaringan. Penelitian Rahardja et al. (2023) menegaskan bahwa kepercayaan dipahami sebagai keyakinan yang terbentuk dari ekspektasi dan kesediaan pihak-pihak dalam bertransaksi, serta berkembang dari pengalaman dan penilaian terhadap atribut pihak atau sistem yang dinilai dapat dipercaya. Kemudian, kepercayaan pada penggunaan *cryptocurrency* dapat bersumber dari *cryptographic guarantees* dan mekanisme keamanan yang melekat pada karakteristik *blockchain*, sehingga pengguna menilai sistem lebih sulit dimanipulasi dan memberikan rasa aman dalam penyimpanan dan akses aset digital.

Secara teoritis, kepercayaan berperan sebagai pendorong niat (*intention*) karena ketika individu menilai sistem dan ekosistem Bitcoin aman serta dapat diandalkan, hambatan psikologis untuk berpartisipasi menurun dan kecenderungan untuk mengadopsi dan meningkatkan keterlibatan menjadi lebih tinggi. Temuan empiris mendukung argumen ini: Rahardja et al. (2023) menunjukkan bahwa *perceived trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use cryptocurrency*, termasuk karena karakteristik *cryptocurrency* (misalnya desentralisasi, *immutability*, dan enkripsi algoritmik) yang memberi rasa aman sehingga pengguna percaya dompet kripto dapat dijaga dengan aman. Sejalan dengan itu, Abbasi et al. (2021) menekankan bahwa *trust* terbukti menjadi salah satu faktor yang paling kuat dalam menjelaskan *intention to adopt cryptocurrency*, sehingga penguatan aspek keamanan dan mitigasi ancaman menjadi penting untuk mendorong niat adopsi. Berdasarkan landasan tersebut, pada penelitian ini kepercayaan diposisikan sebagai keyakinan responden terhadap keamanan dan reliabilitas ekosistem Bitcoin (termasuk mekanisme transaksi dan penyimpanan), yang secara konseptual diharapkan meningkatkan niat investasi Bitcoin (Abbasi et al., 2021; Rahardja et al., 2023).

2.1.3 *Social Influence*

Social Influence merupakan faktor yang menjelaskan sejauh mana opini, norma, dan dorongan dari orang-orang di sekitar individu (misalnya teman, keluarga, komunitas, dan lingkungan sosial) mempengaruhi keputusan individu untuk menerima atau menggunakan suatu teknologi. Dalam konteks adopsi *cryptocurrency*, *social influence* dapat muncul melalui rekomendasi orang terdekat, tekanan norma kelompok, hingga paparan diskusi di komunitas yang pada akhirnya membentuk keyakinan bahwa penggunaan/ kepemilikan *crypto* adalah sesuatu yang wajar atau layak dilakukan (Ullah, 2025).

Pada penelitian adopsi *cryptocurrency*, *social influence* dipandang penting terutama ketika teknologi atau produk masih berkembang dan informasi yang dimiliki calon pengguna belum sepenuhnya kuat. Studi berbasis UTAUT/UTAUT2 menekankan bahwa *social influence* adalah “derajat pengaruh yang dirasakan

individu dari orang-orang terdekatnya untuk menggunakan teknologi”, dan dapat mendorong intensi adopsi ketika individu menerima dukungan sosial atau melihat orang penting di sekitarnya menyetujui penggunaan teknologi tersebut (Abbasi et al., 2021). Secara empiris, temuan meta-analisis juga menunjukkan bahwa *social influence* memiliki hubungan positif tingkat sedang dengan niat menggunakan *cryptocurrency* ($\rho \approx 0,54$), sehingga peran lingkungan sosial konsisten terlihat sebagai prediktor niat pada berbagai studi (Bommer et al., 2023).

Dalam penelitian ini, *social influence* diposisikan sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi niat investasi Bitcoin. Artinya, semakin kuat dukungan/ekspektasi sosial yang dirasakan responden (misalnya “orang yang penting di hidup saya mendorong saya memiliki Bitcoin”), semakin besar kecenderungan responden untuk berniat memiliki Bitcoin.

2.1.4 Persepsi Nilai

Persepsi nilai merupakan penilaian subjektif individu mengenai nilai yang diperoleh dari suatu produk/layanan/aset, yang dapat dipahami sebagai ukuran atas potensi manfaat maupun kerugian yang mungkin timbul dari penggunaan atau kepemilikan produk tersebut. Dalam konteks adopsi teknologi dan inovasi finansial, persepsi nilai dipandang sebagai faktor yang kompleks karena terbentuk dari evaluasi kegunaan yang dirasakan (*usefulness*) sekaligus pengalaman dan kenikmatan (*enjoyment*) yang dialami individu ketika berinteraksi dengan teknologi atau instrumen investasi tertentu. Dengan demikian, ketika individu menilai suatu aset digital memberikan nilai yang relevan bagi dirinya, kecenderungan untuk mengadopsi atau memilikinya akan meningkat.

Dalam konteks Bitcoin sebagai aset investasi, persepsi nilai tidak semata-mata diartikan sebagai harga murah atau mahal, melainkan sebagai penilaian apakah kepemilikan Bitcoin layak dan bernilai berdasarkan manfaat finansial maupun manfaat praktis yang dirasakan oleh individu. Sukumaran et al. (2022) mengoperasionalkan *perceived value* melalui indikator yang menekankan aspek: peningkatan efektivitas dan profitabilitas investasi, efisiensi biaya transaksi,

kontrol individu atas dana, kepuasan atas keputusan investasi, serta peluang untuk mencapai tujuan finansial yang penting. Artinya, semakin kuat individu merasakan bahwa Bitcoin memberikan nilai nyata bagi keputusan investasinya, semakin tinggi persepsi nilai yang terbentuk.

Secara empiris, Sukumaran et al. (2022) juga menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh signifikan dan positif terhadap adopsi investasi *cryptocurrency* pada investor ritel (H2 didukung), yang menegaskan bahwa penilaian nilai menjadi pendorong utama dibandingkan sekadar pertimbangan risiko. Oleh karena itu, dalam penelitian ini persepsi nilai diposisikan sebagai salah satu determinan psikologis yang mendorong niat investasi Bitcoin, yakni semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan individu terhadap Bitcoin, semakin tinggi pula niat individu untuk memiliki Bitcoin sebagai aset investasi.

2.1.5 Persepsi Manfaat

Pada inti penerimaan teknologi, persepsi manfaat menggambarkan sejauh mana individu meyakini bahwa mengadopsi suatu teknologi akan membawa keuntungan bagi dirinya terutama dari sisi peningkatan produktivitas atau kinerja. Logika ini sederhana, pengguna cenderung menerima teknologi baru ketika mereka menilai teknologi tersebut benar-benar membantu memperoleh manfaat yang nyata. Sagheer et al. (2022) merangkum *perceived usefulness* sebagai keyakinan bahwa adopsi teknologi baru bermanfaat untuk meningkatkan produktivitas.

Pada ranah *cryptocurrency*, faktor ini menjadi penting karena Bitcoin dan aset kripto lainnya kerap dilihat bukan hanya sebagai inovasi teknologi, melainkan juga sebagai instrumen yang memberi utilitas tertentu. Sagheer et al. (2022) menegaskan posisi *perceived usefulness* sebagai salah satu determinan utama TAM dalam mempengaruhi niat perilaku, sementara literatur *cryptocurrency*/Bitcoin secara konsisten memosisikan faktor ini sebagai elemen esensial yang turut membentuk niat penggunaan termasuk pada konteks transaksional seperti pembayaran dengan mata uang virtual.

Bukti empiris pun mendukung. Memakai kerangka *extended TAM*, Ullah (2025) menemukan *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use cryptocurrency*, dan secara eksplisit merumuskannya sebagai hubungan positif terhadap niat. Implikasinya jelas, semakin tinggi manfaat yang dirasakan dari *cryptocurrency*, semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk berpartisipasi.

Mengacu pada landasan tersebut, persepsi manfaat dalam penelitian ini didefinisikan sebagai penilaian responden atas sejauh mana kepemilikan Bitcoin memberikan manfaat yang relevan dengan tujuan finansial atau investasinya misalnya membantu pengambilan keputusan investasi, memberi utilitas dalam pengelolaan aset digital, atau manfaat praktis lain yang dirasakan langsung.

2.1.6 Persepsi Risiko

Menurut Rahardja et al. (2023), persepsi risiko dapat dipahami sebagai penilaian individu bahwa suatu perilaku atau aktivitas mengandung ketidakpastian dan berpotensi menimbulkan kerugian, persepsi ini dapat berbeda antarindividu, jenis produk, maupun layanan. Dalam konteks transaksi kripto, risiko dinilai lebih menonjol karena lingkungan perdagangan yang tidak sepenuhnya pasti (misalnya asimetri informasi) dan fakta bahwa transaksi kripto banyak dilakukan melalui platform daring sehingga pengguna sulit mengenali identitas pihak lain dan mengevaluasi “produk” secara langsung; kondisi ini mendorong munculnya persepsi risiko yang lebih tinggi (Rahardja et al., 2023).

Selain itu, Rahardja et al. (2023) merangkum bahwa persepsi risiko dapat dijelaskan melalui beberapa dimensi utama, yaitu: risiko finansial (*financial risk*) terkait potensi kerugian uang dan batas toleransi individu saat mengambil keputusan finansial, lalu risiko keamanan (*security risk*) yakni kemungkinan kerugian akibat peristiwa eksternal yang tidak terduga (misalnya ancaman keamanan sistem), risiko waktu (*time risk*) berkaitan dengan ketidakpastian waktu, kebutuhan waktu, serta proses yang harus dilalui untuk menggunakan layanan, dan terakhir risiko psikologis (*psychological risk*) berupa ketidakpuasan atau frustrasi

ketika ekspektasi tidak terpenuhi yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keputusan.

Dalam literatur adopsi teknologi dan keputusan pembelian, persepsi risiko juga dipandang sebagai keyakinan atau evaluasi atas risiko yang melekat pada suatu perilaku, yang dapat mempengaruhi sikap dan keputusan individu. *Perceived risk* didefinisikan sebagai persepsi konsumen atas tingkat ketidakpastian dan kemungkinan dampak negatif ketika menggunakan atau membeli suatu produk, karena itu, *perceived risk* sering dikaitkan dengan minat membeli serta kemungkinan menggunakan teknologi baru. Pada konteks investasi kripto, penelitian Sukumaran et al. (2022) menempatkan *perceived risk* untuk memahami bagaimana investor ritel menilai risiko ketika mengadopsi investasi kripto dan menegaskan arah relasi teoritisnya yang cenderung menurunkan adopsi atau intensi (Sukumaran et al., 2022).

Selaras dengan penjelasan tersebut, bukti empiris pada penelitian Rahardja et al. (2023) menunjukkan bahwa *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap *intention to use* (niat penggunaan), dengan arah koefisien yang negatif pada pengujian jalur; artinya, semakin tinggi risiko yang dipersepsikan, kecenderungan niat untuk menggunakan kripto cenderung menurun.

Implikasi untuk penelitian ini: persepsi risiko didefinisikan sebagai penilaian responden terhadap ketidakpastian dan potensi konsekuensi negatif terkait kepemilikan dan keputusan bertransaksi Bitcoin, yang secara konseptual dapat tercermin melalui dimensi finansial, keamanan, waktu, dan psikologis (Rahardja et al., 2023). Dengan demikian, secara teoritis diharapkan menjadi faktor yang dapat menghambat niat investasi, karena meningkatnya risiko yang dirasakan menurunkan kesiapan individu untuk mengambil keputusan terkait aset kripto (Abbasi et al., 2021; Rahardja et al., 2023; Sukumaran et al., 2022).

2.1.7 Niat Investasi

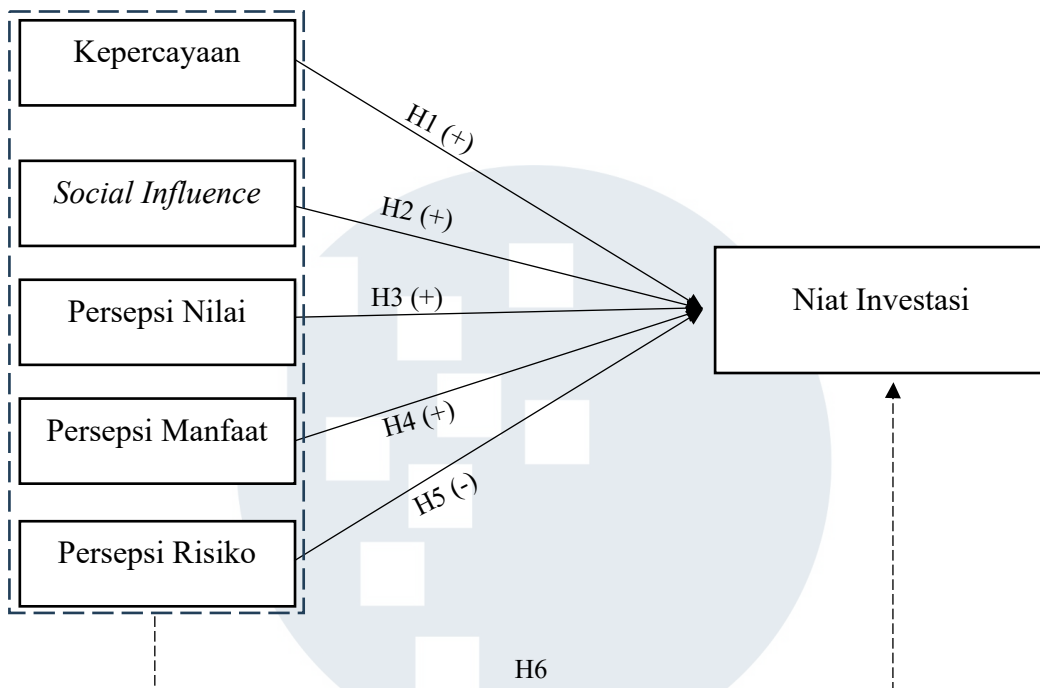
Niat Investasi Bitcoin merepresentasikan kesiapan psikologis individu untuk melakukan suatu perilaku di masa mendatang, yaitu keinginan dan rencana yang

disadari untuk memiliki Bitcoin. Dalam riset adopsi *cryptocurrency*, faktor *intention* umum digunakan sebagai variabel endogen yang menggambarkan seberapa kuat kecenderungan seseorang untuk mengadopsi dan menggunakan aset kripto, karena niat dipandang sebagai proksi paling dekat sebelum perilaku aktual terjadi (Ullah, 2025). Dengan demikian, semakin tinggi niat investasi, semakin besar peluang individu benar-benar mengambil keputusan untuk memiliki Bitcoin ketika kondisi (informasi, keyakinan, risiko, dan manfaat yang dirasakan) mendukung.

Dalam penelitian ini, niat investasi Bitcoin didefinisikan sebagai tingkat kecenderungan, tekad, dan rencana individu untuk memiliki Bitcoin pada periode waktu mendatang. Operasionalisasi faktor ini dapat diadaptasi dari indikator *behavioral intention* yang lazim dipakai dalam studi niat penggunaan *cryptocurrency*, dengan penyesuaian objek dari *cryptocurrencies* menjadi Bitcoin serta penekanan konteks dari *use* menjadi *own* (Sholi et al., 2025).

Selain itu, penelitian terdahulu menegaskan bahwa *intention* merupakan indikator yang stabil untuk menangkap kecenderungan perilaku pada konteks adopsi *cryptocurrency*, karena keputusan aktual sering membutuhkan waktu, informasi tambahan, serta pertimbangan kondisi eksternal. Dengan demikian, pengukuran niat investasi dapat digunakan untuk melihat kecenderungan responden dalam mengambil keputusan memiliki Bitcoin meskipun perilaku aktualnya mungkin belum terjadi pada saat pengisian kuesioner. Secara konseptual, niat investasi juga dipahami sebagai hasil evaluasi kognitif-individu terhadap berbagai faktor persepsi seperti kepercayaan, *social influence*, manfaat, nilai, dan risiko yang membentuk kesiapan responden untuk mengambil keputusan kepemilikan. Kerangka ini sejalan dengan literatur adopsi *cryptocurrency* yang menempatkan *behavioral intention* sebagai *outcome* utama yang dipengaruhi oleh faktor-faktor penerimaan teknologi dan faktor psikologis, sehingga relevan dijadikan variabel dependen pada penelitian ini (Abbasi et al., 2021; Bommer et al., 2023).

2.2 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Model pada Gambar 2.1 disusun untuk mengurai faktor-faktor pembentuk niat investasi Bitcoin (Y) pada masyarakat Indonesia melalui pengaruh lima variabel independen: kepercayaan (X1), *social influence* (X2), persepsi nilai (X3), persepsi manfaat (X4), dan persepsi risiko (X5). Pemilihan kelimanya berpijak pada literatur adopsi *cryptocurrency* yang menunjukkan bahwa niat individu terhadap aset kripto dibentuk oleh kombinasi keyakinan akan keamanan sistem (*trust*), dukungan lingkungan sosial (*social influence*), evaluasi nilai investasi (*perceived value*), penilaian manfaat (*perceived usefulness*), dan pertimbangan risiko (*perceived risk*) (Abbasi et al., 2021; Bommer et al., 2023; Rahardja et al., 2023; Sagheer et al., 2022; Sukumaran et al., 2022; Ullah, 2025)

Hubungan konseptual antarvariabel ditata sebagai berikut. Kepercayaan (X1) diperkirakan mendongkrak niat investasi karena keyakinan atas keamanan dan reliabilitas ekosistem Bitcoin menurunkan hambatan psikologis untuk memiliki aset digital (Abbasi et al., 2021; Rahardja et al., 2023). *Social influence* (X2)

berperan dengan jalur berbeda: dukungan dan pandangan orang-orang penting di sekitar individu membentuk norma serta keyakinan yang mendorong pertimbangan terhadap Bitcoin (Bommer et al., 2023; Ullah, 2025). Persepsi nilai (X3) bekerja lewat penilaian bahwa Bitcoin pantas dimiliki sebagai aset investasi ketika manfaat dan potensi hasilnya dinilai menguntungkan (Sukumaran et al., 2022). Pada arah serupa, persepsi manfaat (X4) menumbuhkan niat ketika individu menilai Bitcoin memberi kegunaan atau keuntungan yang relevan (Sagheer et al., 2022; Ullah, 2025). Sebaliknya, persepsi risiko (X5) menahan niat: ketidakpastian dan kemungkinan dampak negatif finansial maupun keamanan mendorong kehati-hatian dan menekan kecenderungan memiliki Bitcoin (Rahardja et al., 2023; Sagheer et al., 2022).

Dari hubungan-hubungan di atas, X1 hingga X5 berperan sebagai faktor penjelas terhadap Y. Pengujian dilakukan secara kuantitatif dengan data primer dari kuesioner untuk memperoleh bukti empiris atas determinan niat investasi Bitcoin pada masyarakat Indonesia.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Investasi Bitcoin

Kepercayaan dipandang sebagai determinan penting dalam keputusan individu untuk mengadopsi inovasi keuangan berbasis teknologi, termasuk *cryptocurrency*. Pada konteks aset digital seperti Bitcoin, transaksi dan kepemilikan berlangsung dalam lingkungan digital yang sarat ketidakpastian, sehingga keyakinan terhadap keamanan dan reliabilitas sistem menjadi faktor yang dapat menurunkan hambatan psikologis dan meningkatkan kesiapan individu untuk terlibat. Rahardja et al. (2023) menunjukkan bahwa *perceived trust* merupakan faktor yang mempengaruhi *intention*, karena ketika individu menilai mekanisme dan karakteristik *cryptocurrency* (misalnya perlindungan kriptografis dan atribut keamanan sistem) dapat dipercaya, maka kecenderungan untuk menggunakan dan mengadopsi *cryptocurrency* meningkat.

Sejalan dengan itu, Abbasi et al. (2021) juga menempatkan trust sebagai variabel penting dalam model adopsi *cryptocurrency* dan menunjukkan bahwa *trust* memiliki peran kuat dalam menjelaskan *behavioral intention* untuk mengadopsi *cryptocurrency*. Temuan tersebut memperkuat argumen bahwa ketika pengguna menilai *cryptocurrency* sebagai sistem yang dapat dipercaya baik dari sisi keamanan, keandalan, maupun kredibilitas ekosistem niat untuk berpartisipasi, termasuk dalam bentuk niat investasi, cenderung meningkat.

Hasil serupa ditunjukkan oleh Mendoza-Tello et al. (2018) yang menemukan bahwa kepercayaan (*trust*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *cryptocurrency* dalam konteks pembayaran elektronik. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kepercayaan terbentuk dari interaksi sosial dan rekomendasi komunitas digital yang membuat pengguna lebih yakin pada keamanan ekosistem. Konvergensi temuan lintas konteks ini Indonesia, Malaysia, dan komunitas pengguna *cryptocurrency* secara umum menunjukkan bahwa peran kepercayaan sebagai pendorong niat investasi relatif konsisten, sehingga relevan diuji pada konteks masyarakat Indonesia.

Dengan dasar teoritis dan bukti empiris yang konvergen, kepercayaan diposisikan sebagai faktor yang berhubungan positif dengan niat investasi Bitcoin pada masyarakat Indonesia, sehingga hipotesis pertama dirumuskan:

H1: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Niat Investasi Bitcoin.

2.3.2 Social Influence terhadap Niat Investasi Bitcoin

Social influence menungkap sejauh mana seseorang menilai bahwa orang-orang penting di lingkungannya keluarga, teman, rekan, maupun komunitas memandang dirinya "sebaiknya" mengadopsi suatu teknologi atau produk. Dalam literatur adopsi teknologi, faktor ini diposisikan sebagai tekanan normatif atau dukungan sosial yang ikut membentuk preferensi serta keputusan individu, khususnya ketika objek yang diadopsi tergolong baru dan informasinya tidak sepenuhnya simetris. Pada konteks *cryptocurrency*, *social influence* dapat hadir lewat berbagai jalur: rekomendasi orang terdekat, dinamika komunitas, diskusi di media sosial, hingga

eksposur dari figur publik atau *influencer* semua hal yang dapat membentuk keyakinan bahwa memiliki Bitcoin merupakan langkah yang wajar dan layak dipertimbangkan (Bommer et al., 2023; Ullah, 2025).

Dalam pengambilan keputusan untuk memiliki Bitcoin, peran *social influence* makin terasa karena kepemilikan aset kripto kerap menghadirkan unsur ketidakpastian volatilitas harga, isu keamanan, dan regulasi yang masih berkembang sehingga individu cenderung mencari "validasi" dari lingkungan sosialnya sebelum bertindak. Ketika dukungan sosial dirasakan kuat (misalnya lingkungan dekat memandang Bitcoin bernilai, atau banyak orang di komunitasnya sudah memiliki dan mendiskusikan Bitcoin), kecenderungan terbentuknya niat investasi pun ikut menguat. Temuan empiris memperkuat pola ini: Ullah (2025) menunjukkan *social influence* berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi dan penggunaan *cryptocurrency*, sementara meta-analisis Bommer et al. (2023) menegaskan hubungan positif yang konsisten antara *social influence* dan niat penggunaan *cryptocurrency* di berbagai konteks penelitian. Sholi et al. (2025) memperkuat temuan ini dalam konteks karyawan perbankan di West Bank dengan menunjukkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan *cryptocurrency* ($\beta = 0,205$; $p < 0,001$), serta menggarisbawahi peran rekomendasi rekan kerja dan norma komunitas sebagai pembentuk niat adopsi pada lingkungan kerja profesional.

Dengan dasar teoritis dan dukungan empiris tersebut, hipotesis kedua dirumuskan:

H2: *Social Influence* berpengaruh positif terhadap Niat Investasi Bitcoin.

2.3.3 Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Niat Investasi Bitcoin

Persepsi nilai dalam konteks adopsi *cryptocurrency* merujuk pada penilaian subjektif individu tentang nilai yang mereka peroleh dari kepemilikan atau investasi *cryptocurrency*, yang secara konseptual dapat dipahami sebagai ukuran potensi keuntungan atau kerugian (potential gain or loss) serta bersifat multidimensional. Artinya, nilai yang dirasakan tidak hanya berangkat dari satu aspek, tetapi dapat

mencakup pertimbangan utilitas yang dirasakan, ekspektasi manfaat, serta persepsi terhadap daya tarik investasi secara keseluruhan. Secara teoritis, ketika individu menilai bahwa teknologi/ekosistem *cryptocurrency* menawarkan *perceived value* yang lebih tinggi, maka kecenderungan niat perilaku untuk terlibat (termasuk niat memiliki) juga meningkat karena individu melihat adanya nilai yang layak untuk dikejar melalui partisipasi tersebut (Sukumaran et al., 2022).

Dalam praktiknya, *perceived value* pada *cryptocurrency* termasuk Bitcoin sering terbentuk melalui cara pandang investasi. Banyak individu membeli *cryptocurrency* bukan semata untuk transaksi pembayaran, melainkan untuk memanfaatkan karakteristiknya sebagai instrumen investasi; misalnya dengan memegang aset ketika nilai tukar diperkirakan meningkat. Dengan demikian, faktor seperti volatilitas, peluang *return*, dan ekspektasi profitabilitas dapat menjadi basis evaluasi nilai yang dirasakan. Sukumaran et al. (2022) juga menekankan bahwa *high return rate* dapat digunakan untuk mengevaluasi *perceived value* dari *cryptocurrency* (termasuk aspek nilai spekulatif yang dipersepsikan). Ketika individu meyakini bahwa nilai/manfaat yang akan diperoleh dari kepemilikan Bitcoin lebih besar dibandingkan konsekuensi yang mungkin terjadi, maka persepsi nilai yang terbentuk akan mendorong peningkatan niat untuk memiliki Bitcoin (Sukumaran et al., 2022).

Dukungan empiris terhadap hubungan tersebut ditunjukkan pada penelitian Sukumaran et al. (2022) yang menguji pengaruh *perceived value* terhadap *adoption* (adopsi) *cryptocurrency* pada investor ritel. Hasil pengujian jalur menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap *adoption* ($t = 16,293$; $p = 0$; hipotesis didukung) dan bahkan memiliki ukuran efek yang besar ($f^2 = 1,116$). Temuan ini mengindikasikan bahwa investor cenderung mempertimbangkan nilai dan keunggulan investasi *cryptocurrency* dalam mengambil keputusan partisipasi (Sukumaran et al., 2022). Temuan serupa diperoleh Sholi et al. (2025) yang menemukan bahwa *value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *cryptocurrency* di kalangan karyawan bank di West Bank ($\beta = 0,176$; $p < 0,001$), menegaskan bahwa ketika manfaat yang dirasakan dinilai melampaui

biaya finansial, kecenderungan untuk mengadopsi cryptocurrency meningkat secara konsisten lintas konteks:

H3: Persepsi Nilai berpengaruh positif terhadap Niat Investasi Bitcoin.

2.3.4 Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Niat Investasi Bitcoin

Persepsi manfaat menggambarkan sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan suatu teknologi memberikan kegunaan dan manfaat yang relevan bagi dirinya. Dalam kerangka penerimaan teknologi, *perceived usefulness* dipahami sebagai keyakinan bahwa teknologi dapat membantu individu meningkatkan produktivitas atau kinerja, sehingga individu cenderung membentuk niat yang lebih kuat untuk mengadopsinya ketika manfaat tersebut dirasakan nyata. Pada konteks *cryptocurrency*, Sagheer et al. (2022) menekankan bahwa *perceived usefulness* merupakan salah satu determinan utama dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk menjelaskan niat perilaku terhadap adopsi *cryptocurrency*, karena pengguna akan mempertimbangkan apakah teknologi tersebut benar-benar bermanfaat sebelum memutuskan untuk terlibat lebih jauh.

Dalam konteks kepemilikan Bitcoin, persepsi manfaat dapat tercermin dari keyakinan bahwa memiliki Bitcoin memberikan utilitas finansial maupun utilitas praktis sebagai aset digital, misalnya membantu diversifikasi aset, memberikan fleksibilitas pengelolaan aset digital, serta membuka akses terhadap inovasi finansial. Manfaat yang dirasakan inilah yang mendorong niat. Semakin tinggi manfaat yang dinilai individu, semakin kuat dorongan untuk memiliki Bitcoin.

Temuan empiris mendukung argumen ini. Sagheer et al. (2022) menunjukkan bahwa faktor manfaat (*perceived usefulness*) berkaitan dengan pembentukan niat perilaku dalam penerimaan *cryptocurrency*, sedangkan Ullah (2025) secara empiris menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *cryptocurrency*. Nadeem et al. (2021) memperkuat temuan tersebut pada konteks pengguna Bitcoin di Tiongkok dengan menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat menggunakan Bitcoin, sekaligus memediasi pengaruh *perceived ease of use* terhadap niat tersebut.

Hasil ini menegaskan bahwa persepsi manfaat berperan sebagai mekanisme inti yang menterjemahkan penilaian fungsional pengguna menjadi niat untuk terlibat pada aset kripto, konsisten lintas pasar berkembang dan negara dengan dinamika regulasi yang berbeda.

H4: Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap Niat Investasi Bitcoin.

2.3.5 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Niat Investasi Bitcoin

Persepsi risiko (*perceived risk*) merupakan evaluasi subjektif individu mengenai tingkat ketidakpastian dan potensi konsekuensi negatif yang mungkin timbul ketika melakukan suatu tindakan. Dalam konteks *cryptocurrency*, persepsi risiko cenderung tinggi karena karakteristik pasar yang volatil, potensi ancaman keamanan (misalnya peretasan atau penipuan), serta ketidakpastian regulasi yang dapat mempengaruhi keamanan dan legitimasi aktivitas terkait aset kripto. Rahardja et al. (2023) menjelaskan bahwa persepsi risiko pada *cryptocurrency* dapat mencakup beberapa dimensi, seperti risiko finansial, risiko keamanan, risiko waktu, dan risiko psikologis, yang secara keseluruhan dapat menurunkan kesiapan individu untuk berpartisipasi dalam penggunaan *cryptocurrency* ketika risiko tersebut dianggap signifikan.

Penting untuk dicatat bahwa persepsi risiko tidak bersifat seragam antar-individu, melainkan dipengaruhi oleh karakter personal yang dikenal sebagai risk profile atau profil risiko investor. Kahneman dan Tversky (1979) melalui Prospect Theory menunjukkan bahwa individu memiliki preferensi yang berbeda-beda dalam menghadapi ketidakpastian: sebagian cenderung menghindari risiko meskipun potensi imbalannya besar, sementara sebagian lain justru mencari risiko untuk peluang imbalan yang lebih tinggi. Dalam praktik investasi, risk profile umumnya dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama: konservatif (*risk-averse*) yang mengutamakan kepastian dan menghindari potensi kerugian; moderat (*risk-neutral*) yang menyeimbangkan potensi keuntungan dan kerugian; serta agresif (*risk-taker* atau *risk-seeker*) yang memiliki toleransi tinggi terhadap volatilitas demi

peluang imbalan yang lebih besar (Bauer, 1960; Kahneman & Tversky, 1979). Profil ini dibentuk oleh berbagai faktor, antara lain usia, tingkat pendapatan, pengalaman investasi sebelumnya, literasi keuangan, dan karakteristik kepribadian individu.

Risk profile memengaruhi bagaimana individu menerjemahkan persepsi risiko menjadi keputusan investasi. Dua individu yang menghadapi informasi risiko yang sama dapat menghasilkan niat investasi yang berbeda bergantung pada profil risiko mereka investor konservatif akan menurunkan niat investasinya secara tajam ketika persepsi risiko tinggi, sedangkan investor agresif tetap mempertahankan niatnya meskipun menyadari risiko yang sama. Penelitian Loebiantoro et al. (2025) memperkuat argumen ini melalui pengujian empiris pada 716 investor di Bursa Efek Indonesia dengan kerangka Big Five Personality Traits (*openness, conscientiousness, extraversion, agreeableness, dan neuroticism*) terhadap dua bias perilaku investor *availability bias* dan *disposition effect*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak semua trait kepribadian berpengaruh signifikan; *openness* dan *agreeableness* terbukti memengaruhi *availability bias* secara positif, sementara *openness, extraversion, dan agreeableness* memengaruhi *disposition effect* secara positif. Temuan tersebut menegaskan bahwa keputusan investasi tidak murni rasional, melainkan merupakan kombinasi antara pertimbangan kognitif dan kecenderungan psikologis yang melekat pada profil personal investor, sehingga investor dengan karakteristik kepribadian tertentu lebih rentan terhadap keputusan suboptimal yang dipengaruhi oleh informasi yang mudah diakses maupun keengganan untuk merealisasikan kerugian. Pada konteks Bitcoin yang tergolong aset dengan volatilitas tinggi, pengaruh persepsi risiko terhadap niat investasi karenanya tidak hanya bergantung pada besarnya risiko yang dirasakan, tetapi juga pada komposisi risk profile populasi yang menjadi sampel penelitian. Pemahaman ini penting untuk menginterpretasikan hasil pengujian hipotesis pada konteks yang berbeda dan menjelaskan mengapa pengaruh persepsi risiko dapat bervariasi antar studi.

Sejalan dengan penjelasan tersebut, bukti empiris menunjukkan bahwa meningkatnya persepsi risiko cenderung mengurangi niat individu untuk menggunakan atau mengadopsi *cryptocurrency*. Rahardja et al. (2023) menemukan bahwa *perceived risk* berpengaruh signifikan terhadap *intention*, dengan arah hubungan yang negatif; artinya, semakin besar risiko yang dirasakan, semakin rendah kecenderungan individu untuk memiliki keterlibatan lebih jauh pada *cryptocurrency*.

Sejalan dengan temuan tersebut, Sagheer et al. (2022) juga menemukan bahwa *perceived risk* berperan menghambat niat adopsi *cryptocurrency* melalui kerangka *Technology Acceptance Model*. Albayati et al. (2020) memperkuat arah pengaruh ini dengan menunjukkan bahwa *perceived risk* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penerimaan transaksi keuangan berbasis blockchain dan *cryptocurrency*, dengan dimensi finansial dan keamanan sebagai komponen risiko yang paling kuat membentuk keengganan adopsi. Namun, temuan empiris di konteks investor ritel Malaysia oleh Sukumaran et al. (2022) justru menunjukkan bahwa *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan adopsi *cryptocurrency* sebagai investasi.

Berbeda dari empat faktor sebelumnya yang mendorong niat, persepsi risiko bergerak ke arah berlawanan: makin besar risiko yang dirasakan terhadap Bitcoin, makin lemah niat masyarakat Indonesia untuk berinvestasi padanya. Hipotesis kelima karenanya dirumuskan dengan arah negatif:

H5: Persepsi Risiko berpengaruh negatif terhadap Niat Investasi Bitcoin.

Arah negatif pada hipotesis ini berarti bahwa semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan masyarakat terhadap Bitcoin, semakin rendah niat untuk berinvestasi, dan sebaliknya semakin rendah persepsi risiko, semakin tinggi niat untuk berinvestasi.

2.3.6 Pengaruh Kepercayaan, *Social Influence*, Persepsi Nilai, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko secara Simultan terhadap Niat Investasi Bitcoin

Selain menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial, penelitian ini juga menguji pengaruh kelima variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap niat investasi Bitcoin. Pengujian secara simultan diperlukan karena keputusan individu untuk memiliki Bitcoin tidak terbentuk hanya oleh satu faktor, melainkan oleh kombinasi penilaian terhadap kepercayaan, dorongan sosial, nilai, manfaat, dan risiko yang dirasakan secara bersamaan. Literatur adopsi *cryptocurrency* menunjukkan bahwa niat perilaku merupakan hasil evaluasi menyeluruh terhadap berbagai faktor persepsi dan sosial yang bekerja secara terintegrasi (Abbasi et al., 2021; Bommer et al., 2023). Karena itu, model penelitian ini ikut menguji apakah kepercayaan, *social influence*, persepsi nilai, persepsi manfaat, dan persepsi risiko secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi niat investasi Bitcoin pada masyarakat Indonesia. Atas dasar argumen tersebut, hipotesis keenam dirumuskan:

H6: Kepercayaan, *Social Influence*, Persepsi Nilai, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh terhadap Niat Investasi Bitcoin.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Sumber
1	<i>The adoption of cryptocurrency as a disruptive force: Deep learning-based dual stage structural equation modelling and artificial neural network analysis</i>	<i>Trust</i> terbukti menjadi prediktor terkuat yang mendorong <i>behavioral intention</i> untuk mengadopsi <i>cryptocurrency</i> . <i>Performance expectancy, price value, effort expectancy</i> , dan personal innovativeness juga	Abbasi, Thurasamy, Tiew, Tang, & Goh (2021) PLOS ONE

		berpengaruh positif terhadap niat adopsi.	
2	<i>Evaluating the mediating mechanism of perceived trust and risk toward cryptocurrency: An empirical research</i>	<i>Perceived trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan <i>cryptocurrency</i> , sedangkan <i>perceived risk</i> berpengaruh negatif dan signifikan. <i>Technology mindfulness</i> dan <i>negative technology readiness</i> terbukti mempengaruhi pembentukan <i>trust</i> dan <i>risk</i> , sementara <i>financial literacy</i> tidak signifikan.	Rahardja et al. (2023) SAGE Open
3	<i>Factors Affecting Adaptability of Cryptocurrency: An Application of Technology Acceptance Model</i>	<i>Technology awareness</i> berpengaruh positif terhadap <i>behavioral intention</i> , dengan <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> , dan <i>perceived risk</i> berperan sebagai mediator. <i>Perceived usefulness</i> menjadi pendorong terkuat. <i>Government support</i> memperkuat hubungan tidak langsung antara <i>technology awareness</i> dan niat melalui ketiga faktor persepsi tersebut.	Sagheer et al. (2022) Frontiers in Psychology
4	<i>Cryptocurrency as an Investment: The Malaysian Context</i>	<i>Perceived value</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan adopsi <i>cryptocurrency</i> sebagai investasi pada investor	Sukumaran, Lakshmi, & Wasiuzzaman (2022) Risks (MDPI)

		ritel Malaysia. Sebaliknya, <i>perceived risk</i> tidak ditemukan berpengaruh signifikan terhadap keputusan adopsi. Faktor demografi seperti jenis kelamin dan usia turut berpengaruh.	
5	<i>Intention to Use Cryptocurrencies for Business Transactions: The Case of North Carolina</i>	<i>Perceived usefulness, social influence, dan personal innovativeness</i> berpengaruh signifikan positif terhadap niat menggunakan <i>cryptocurrency</i> untuk transaksi bisnis. <i>Perceived risk</i> berhubungan negatif dengan niat penggunaan. Temuan menarik lainnya: <i>ownership</i> justru berpengaruh negatif karena pemilik kripto cenderung memandangnya sebagai instrumen spekulasi, bukan alat transaksi.	Ullah (2025) Journal of Risk and Financial Management (MDPI)
6	<i>The intention to use cryptocurrency: A meta-analysis of what we know</i>	Meta-analisis terhadap 42 studi menunjukkan tujuh determinan niat penggunaan <i>cryptocurrency</i> berpengaruh signifikan secara konsisten. Tiga prediktor terkuat adalah <i>attitude toward behavior, performance expectancy</i> (manfaat), dan <i>price value</i> (nilai) ketiganya bersama-sama menjelaskan 55% varians niat	Bommer, Milevoj, & Rana (2023) Emerging Markets Review (Elsevier)

		<p>penggunaan. <i>Social influence</i> dan <i>facilitating conditions</i> juga berpengaruh secara konsisten lintas konteks pasar.</p>	
7	<p><i>Social commerce as a driver to enhance trust and intention to use cryptocurrencies for electronic payments</i></p>	<p><i>Social commerce</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>trust</i> dalam menggunakan <i>cryptocurrency</i>. <i>Trust</i> yang terbentuk dari interaksi sosial dan rekomendasi komunitas digital selanjutnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>intention to use cryptocurrencies</i> untuk pembayaran elektronik. Keamanan dan kredibilitas sistem dipersepsikan lebih kuat ketika pengguna memperoleh informasi melalui jaringan sosial yang dipercaya.</p>	<p>Mendoza-Tello, Mora, Pujol-López, & Lytras (2018) <i>IEEE Access</i></p>
8	<p><i>Accepting financial transactions using blockchain technology and cryptocurrency: A customer perspective approach</i></p>	<p><i>Perceived risk</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penerimaan transaksi keuangan berbasis <i>blockchain</i> dan <i>cryptocurrency</i>. Dimensi risiko finansial dan risiko keamanan menjadi komponen paling kuat dalam membentuk keengganan adopsi. <i>Perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif signifikan</p>	<p>Albayati, Kim, & Rho (2020) <i>Technology in Society</i></p>

		terhadap niat penggunaan, sementara dukungan regulasi memperkuat penerimaan teknologi.	
9	<i>Investigating the Adoption Factors of Cryptocurrencies A Case of Bitcoin: Empirical Evidence From China</i>	<i>Perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>intention to use</i> Bitcoin. <i>Perceived usefulness</i> memediasi pengaruh <i>perceived ease of use</i> terhadap niat menggunakan Bitcoin. <i>Transaction processing</i> dan <i>perceived ease of use</i> memiliki dampak signifikan pada <i>perceived usefulness</i> , sementara <i>security and control</i> tidak signifikan. Penelitian dilakukan pada 385 responden Tiongkok.	Nadeem, Liu, Pitafi, Younis, & Xu (2021) <i>SAGE Open</i>
10	<i>Behavioral Intention to Use Cryptocurrencies Among Bank Employees in the West Bank</i>	<i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, hedonic motivation, price/value,</i> dan <i>legitimacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan <i>cryptocurrency</i> . Sebaliknya, <i>facilitating conditions, habit,</i> dan <i>perceived risk</i> tidak signifikan dalam konteks ini. Model UTAUT2 yang diperluas menjelaskan	Sholi, Antonovica, Curiel, & Aydogan (2025) <i>Journal of Economy Culture and Society</i>

		51,8% variansi <i>behavioral intention</i> .	
11	<i>Is It Risky? The Impact of Personality Traits and Behavioural Biases on Investment Decisions</i>	<p>Penelitian pada 716 investor di Bursa Efek Indonesia dengan metode PLS-SEM menunjukkan bahwa di antara lima trait <i>Big Five Personality</i> (<i>openness, conscientiousness, extraversion, agreeableness, neuroticism</i>), hanya tiga yang berpengaruh signifikan terhadap bias perilaku. <i>Availability bias</i> dipengaruhi positif oleh <i>openness</i> ($\beta=0,223$) dan <i>agreeableness</i> ($\beta=0,156$). <i>Disposition effect</i> dipengaruhi positif oleh <i>openness</i> ($\beta=0,084$), <i>extraversion</i> ($\beta=0,100$), dan <i>agreeableness</i> ($\beta=0,140$). <i>Conscientiousness</i> dan <i>neuroticism</i> tidak menunjukkan pengaruh signifikan pada kedua bias. Temuan menegaskan bahwa investor dengan trait tertentu lebih rentan terhadap keputusan suboptimal akibat bias kognitif.</p>	Loebiantoro, Cham, Cheng, Annuar, & Mirzaliev (2025) <i>Asian Journal of Business Research</i>

Sumber: Olahan peneliti dari berbagai sumber jurnal (2026)