

Factors Influencing Intention To Invest In Cryptocurrency

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berinvestasi Pada Cryptocurrency

Debora Hutapea¹, Heddry Purba², Valentine Siagian³

Universitas Advent Indonesia^{1,2,3}

2132097@unai.edu¹, hpurba@unai.edu², valentine@unai.edu³

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence one's intention to invest in cryptocurrency in Indonesia. The three factors tested are taxes on crypto transactions, social influence, and perceived security. This study uses the Theory of Planned Behavior (TPB) and Technology Acceptance Model (TAM) theories to understand investor behavior. Data was collected from 100 members of the South Jakarta TokoCrypto community and analyzed using the SEM-PLS method. The results show that perceived security has a significant effect on investment intention, while taxes and social influence do not show a strong influence. The R^2 value of 0.834 indicates that this model can explain most of the investment decisions. This finding confirms that a sense of security is a key factor in encouraging people to invest in cryptocurrencies.

Keyword: Tax Collection, Social Influence, Perceived Security, Investment Intention, Cryptocurrency

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat seseorang untuk berinvestasi dalam *cryptocurrency* di Indonesia. Tiga faktor yang diuji adalah pajak atas transaksi kripto, pengaruh sosial, dan persepsi keamanan. Penelitian ini menggunakan teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk memahami perilaku investor. Data dikumpulkan dari 100 anggota komunitas TokoCrypto Jakarta Selatan dan dianalisis dengan metode SEM-PLS. Hasil menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi, sedangkan pajak dan pengaruh sosial tidak menunjukkan pengaruh yang kuat. Nilai R^2 sebesar 0,834 menunjukkan bahwa model ini dapat menjelaskan sebagian besar keputusan investasi. Temuan ini menegaskan bahwa rasa aman menjadi kunci utama dalam mendorong orang untuk berinvestasi di aset kripto.

Kata kunci: Pemungutan Pajak, *Social Influence*, *Perceived Security*, Niat Berinvestasi, *Cryptocurrency*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi keuangan membuat aset digital seperti *cryptocurrency* semakin banyak digunakan sebagai investasi. *cryptocurrency* bisa memberikan keuntungan besar, tetapi harganya sangat tidak stabil dan aturannya terus berubah. Aturan pajak aset kripto dianggap sebagai pengakuan bahwa aset digital memainkan peran penting dalam penerimaan negara dan tidak lagi dipersepsikan sebagai ancaman. Selain itu, investor aset kripto lebih banyak dari pasar modal, dengan Indonesia menempati peringkat ke-4 dari semua negara yang memiliki investor aset kripto (Olavia Lona, 2022). Pengenaan pajak terhadap transaksi kripto diperkirakan dapat memengaruhi minat investor, terutama dalam hal biaya transaksi dan persepsi keuntungan yang akan diperoleh (Rahmawati. T Wahyu, 2023). Di Indonesia, *cryptocurrency* menjadi topik yang sering dibicarakan akhir-akhir ini. Ini menjadi sangat populer dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kalangan artis dan masyarakat umum yang ingin memiliki *cryptocurrency*.

Banyak orang juga sibuk berinvestasi di *cryptocurrency* ini, setelah nilai tukar bitcoin melonjak secara signifikan. Bitcoin adalah salah satu *cryptocurrency* yang paling populer. Aset kripto telah menjadi fenomena global yang menarik perhatian berbagai kalangan sebagai alternatif investasi. Di Indonesia, jumlah investor kripto terus meningkat, mencapai lebih dari 16 juta pada tahun 2022, sehingga menciptakan potensi besar dalam penerimaan pajak dari sektor ini (Bappebti, 2022). Namun, dengan pertumbuhan pesat ini, muncul masalah terkait regulasi

dan pemungutan pajak yang dapat memengaruhi keinginan masyarakat untuk berinvestasi. Banyak pelaku pasar menganggap pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan (PPH) yang cukup tinggi untuk transaksi kripto di Indonesia mulai diterapkan sejak Mei 2022 (Alatas Idrus Baqir M & Badar Aulia Nurul, 2024). Di seluruh dunia, pajak atas transaksi kripto telah menjadi subjek perdebatan. Studi menunjukkan bahwa aturan pajak yang ketat dapat meningkatkan legitimasi aset digital dan menghambat investor dalam ekosistem kripto (Imantoro Wiji Lambang, 2025). Peraturan Menteri Keuangan Nomor 68/PMK.03/2022 mengatur pajak transaksi kripto dan mulai berlaku pada Mei 2022. Untuk transaksi yang dilakukan di bursa terdaftar, aturan ini menetapkan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 0,11% dan Pajak Penghasilan (PPH) sebesar 0,1%. Melalui penerimaan pajak, kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas industri kripto dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Karina Mahda & Wong Trinity Gabriella, 2024).

Selain faktor pajak, aspek sosial juga berperan dalam mempengaruhi keputusan investasi pada aset kripto. Teori *Social Influence* mengungkapkan bahwa keputusan individu dalam investasi dapat dipengaruhi oleh opini dan rekomendasi dari lingkungan sosialnya, seperti keluarga, teman, atau figur publik, juga keberadaan komunitas kripto dan media sosial telah menciptakan efek *herd behavior*, di mana investor cenderung mengikuti tren yang berkembang di pasar tanpa melakukan analisis yang mendalam (Hadita et al., 2023). Faktor ini semakin penting dalam memahami bagaimana niat berinvestasi dalam kripto terbentuk di kalangan Masyarakat. Studi tentang perilaku investasi menunjukkan bahwa keputusan keuangan sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sosial, termasuk opin keluarga, serta tren di media sosial (Pratiknjo & Wijaya, 2024).

Adapun keamanan dalam bertransaksi juga menjadi faktor kunci yang menentukan niat seseorang dalam berinvestasi di aset digital. *Perceived Security* merujuk pada sejauh mana individu merasa yakin bahwa transaksi kripto aman dari risiko penipuan dan pencurian digital (Magfira Filza Rusita, 2024). Mengingat risiko yang melekat dan sifat mata uang digital yang terdesentralisasi, *Perceived Security* secara langsung berdampak pada kepercayaan konsumen. *Perceived Security* sangat penting dalam melindungi pengguna dari potensi ancaman seperti peretasan, penipuan, dan akses tidak sah ke aset digital mereka. Kekhawatiran ini sangat akut di pasar mata uang digital, di mana tidak adanya kerangka kerja peraturan tradisional sering membuat konsumen rentan terhadap berbagai risiko (Irfan, 2024). Berdasarkan berita yang diinformasikan oleh (Dwi Chandra, 2022) peretasan aset kripto mencapai US\$ 1,9 miliar pada Januari–Juli 2022, meningkat 60% dari tahun sebelumnya. Peningkatan ini disebabkan oleh maraknya penggunaan protokol DeFi. Pada Agustus 2022, terjadi dua peretasan besar, yakni pencurian US\$ 190 juta dari Nomad dan US\$ 5 juta dari dompet Solana. Chainalysis merekomendasikan industri kripto untuk meningkatkan keamanan dan edukasi investor, sementara penegak hukum perlu memperkuat pelacakan aset kripto guna mengurangi daya tarik kejahatan siber ini. Begitupun calon investor menjadi khawatir tentang peretasan bursa kripto, masalah keamanan dompet digital, dan kebocoran data, yang mengurangi kepercayaan mereka dalam berinvestasi (Arief Valdy Muhammad Teuku, 2025).

Studi (Sachitra & Rajapaksha, 2023) menemukan bahwa kebijakan yang jelas, seperti kebijakan pemungutan pajak, dapat meningkatkan kepercayaan investor dan meningkatkan partisipasi mereka dalam investasi *cryptocurrency*. Investor lebih mudah membuat keputusan investasi ketika mereka yakin bahwa investasi mereka akan mengikuti kerangka hukum yang jelas (Alsmadi et al., 2023). Selain itu, Investor yang memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana pajak akan diterapkan dan bagaimana mengelola kewajiban pajak mereka lebih cenderung untuk membuat keputusan investasi yang positif. Di sisi lain, kurangnya pengetahuan dapat membuat investasi *cryptocurrency* terlihat negatif, terutama di pasar yang biasanya penuh dengan ketidakpastian (Nurbarani & Soepriyanto, 2022). Faktor sosial seperti norma subyektif dan perhatian global terhadap *cryptocurrency* juga memengaruhi keputusan investasi seseorang.

Sebuah studi menunjukkan bahwa, meskipun individu mungkin tidak sepenuhnya memahami risiko yang terkait dengan investasi dalam *cryptocurrency*, keterlibatan influencer dan norma sosial dapat mengarahkan mereka untuk berinvestasi dalamnya (Qureshi & Zaman, 2023; Tjondro et al., 2023).

Dalam komunitas *cryptocurrency*, ada juga fenomena "herding", di mana investor cenderung mengikuti gaya hidup orang lain. Ini mendorong orang untuk berinvestasi, terutama di kalangan Generasi Z dan milenial, yang lebih rentan terhadap pengaruh kelompok. (Juwita et al., 2022). Ketika teman atau orang lain melihat mereka mendapatkan keuntungan dari investasi *cryptocurrency*, mereka cenderung terdorong untuk melakukan hal yang sama juga, yang seringkali menghasilkan peningkatan partisipasi di pasar. Dalam berinvestasi, keamanan yang dirasakan adalah keyakinan investor bahwa transaksi dan aset mereka aman dari ancaman keamanan seperti pencurian, kehilangan data, dan sebagainya (Ecer et al., 2024). Ketika keamanan sistem *cryptocurrency* ditingkatkan dan investor merasa bahwa platform yang mereka gunakan aman, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan minat mereka untuk terlibat dalam aktivitas investasi *cryptocurrency* (Dabbous et al., 2022). Studi menunjukkan bahwa persepsi keamanan yang tinggi dapat mengurangi keinginan orang untuk berinvestasi, membuat mereka lebih siap untuk mengambil risiko yang ada di pasar *cryptocurrency* (Hasan et al., 2022). Misalnya, investor lebih cenderung untuk berinvestasi jika mereka yakin pertukaran *cryptocurrency* mereka memiliki langkah-langkah keamanan yang kuat, seperti enkripsi yang canggih dan autentikasi dua faktor (Ecer et al., 2024). Selain itu, bisnis yang mematuhi peraturan keamanan dapat dipercaya oleh calon investor, yang meningkatkan peluang pengguna baru untuk menggunakan *cryptocurrency*. Penelitian ini memberikan kontribusi yang berharga di bidang investasi, banyak calon investor dan orang-orang masih merasa bingung tentang mata uang digital seperti *cryptocurrency*, termasuk cara kerjanya. Kebingungan ini bisa menjadi hambatan bagi penggunaan dan pendanaan mata uang digital dalam berbagai situasi. Model yang diusulkan dalam penelitian ini menawarkan perspektif baru dalam memahami perilaku pengguna dan dapat membantu mendorong adopsi teknologi di masa yang akan datang.

Dengan penelitian yang dilakukan saya akan membahas faktor-faktor yang memengaruhi persaingan mata uang kripto di pasar yang tidak stabil. Penelitian ini menganalisis dampak pajak transaksi kripto, pengaruh sosial, dan persepsi keamanan terhadap niat pengguna dalam menggunakan mata uang kripto, dengan pendekatan model penerimaan teknologi. Melalui survei pada komunitas *cryptocurrency*, penelitian ini membantu meningkatkan pemahaman tentang aset digital ini. Selain itu, hasil penelitian dapat memberikan wawasan bagi para profesional untuk mengembangkan strategi pengurangan risiko dan membangun kepercayaan dalam perdagangan kripto. Dengan mengelola faktor-faktor ini, studi ini juga memperluas pemahaman tentang dampak ekonomi dari penggunaan *cryptocurrency* dan mendorong adopsinya di masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini akan menguji beberapa aspek yang mempengaruhi dengan niat berinvestasi pada *cryptocurrency*. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Pertama, apakah ada pengaruh yang signifikan antara pemungutan pajak atas transaksi Kripto terhadap Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*. Kedua, apakah ada pengaruh yang signifikan antara *Social Influence* terhadap Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*. Ketiga, apakah ada pengaruh yang signifikan antara *Perceived Security* terhadap Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berinvestasi pada *cryptocurrency* dalam konteks yang lebih modern dan berkelanjutan.

Kajian Teori

Penelitian ini berlandaskan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai *Grand theory*, yang menjelaskan bahwa niat berperilaku, termasuk niat berinvestasi dalam

cryptocurrency, dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Nurbarani & Soepriyanto, 2022). TPB digunakan untuk menjelaskan bagaimana faktor-faktor seperti persepsi terhadap pajak transaksi, pengaruh sosial, serta keamanan transaksi menjadi penentu penting dalam membentuk niat investasi. Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada pengembangan *Technology Acceptance Model (TAM)* sebagai *Middle theory*, yang diperluas dalam konteks adopsi keuangan digital, di mana *perceived usefulness dan perceived security* berperan penting dalam mendorong penerimaan teknologi keuangan berbasis blockchain seperti aset kripto (Alsmadi et al., 2023). Dengan menggunakan kedua teori ini, penelitian ini membangun kerangka analisis untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi dalam aset kripto. *Applied theory* yang digunakan adalah pemungutan pajak atas transaksi kripto (Imantoro Wiji Lambang, 2025), *social influence* (Juwita et al., 2022), *perceived security* (Dabbous et al., 2022), dan Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency* (Tjondro et al., 2023).

Pemungutan Pajak atas Transaksi Kripto

(Maulani, 2021) Pemungutan pajak adalah pembayaran wajib yang diberikan oleh Masyarakat kepada negara oleh individu atau badan yang diatur oleh Undang-undang tanpa kompensasi yang akan pajak harus mengikuti asas-asas yang mendasarinya untuk menghindari hambatan. Menurut Adam Smith, pemungutan pajak harus berdasarkan asas kesetaraan, yang mencakup keadilan dan persamaan hak di antara Wajib Pajak, serta memperhatikan kemampuan mereka untuk membayar dan manfaat yang diterima. Keadilan dibedakan menjadi keadilan horizontal, di mana beban pajak sama untuk Wajib Pajak dengan penghasilan dan tanggungan yang sama, dan keadilan vertikal, di mana Wajib Pajak dengan kemampuan finansial yang sama dikenakan pajak yang sama. Selain itu, asas kepastian menuntut penetapan pajak yang jelas, asas kenyamanan mengharuskan pemungutan dilakukan pada waktu yang tidak menyulitkan, dan asas ekonomi menekankan biaya pemungutan yang seminim mungkin untuk memaksimalkan penerimaan. Dengan mengikuti asas-asas ini, pemungutan pajak dapat dilakukan secara adil dan efisien (Mustaqiem, 2014).

Berikut adalah dimensi dan indikator untuk variabel Pemungutan Pajak atas Transaksi Kripto yang mempengaruhi Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*. Pajak keuntungan modal dari jual beli kripto merupakan salah satu dimensi dari pajak atas transaksi aset kripto. Dimensi ini mengacu pada kewajiban perpajakan atas keuntungan yang diperoleh individu atau badan dari transaksi penjualan atau penukaran aset kripto, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 68/PMK.03/2022 (Database Peraturan, 2022). Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini adalah pemahaman bahwa keuntungan dari jual beli kripto dikenakan Pajak Penghasilan (PPH) Final sebesar 0,1% dari nilai transaksi bruto, serta kesadaran bahwa pertukaran antar aset kripto tetap menimbulkan kewajiban pajak (Kementerian Keuangan Indonesia, 2022). Berdasarkan regulasi tersebut, setiap transaksi jual beli aset kripto yang dilakukan melalui pedagang fisik aset kripto yang terdaftar di Bappebti wajib dikenakan PPH Final, bahkan apabila transaksi dilakukan dalam bentuk tukar-menukar antar aset digital tanpa konversi ke mata uang (Pajak Mania, 2022). Hal ini menegaskan bahwa aktivitas jual beli maupun pertukaran kripto dipandang sebagai bentuk penghasilan yang harus dipenuhi kewajiban perpajakannya di Indonesia.

Social influence

Social influence adalah fenomena psikologis yang menjelaskan bagaimana sikap, keputusan, dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh orang-orang di sekitar mereka. Dalam hal investasi, fenomena ini dapat muncul dalam bentuk tekanan sosial, ketidakpastian, dan pertimbangan norma sosial. Fenomena ini dapat terjadi di dalam grup, komunitas, atau melalui *platform* media sosial, dan mendorong individu untuk membuat keputusan investasi yang

sejalan dengan pandangan atau sikap mereka tentang masalah tersebut. Influencer merupakan bagian dari pengaruh sosial karena mampu memengaruhi sikap dan keputusan individu dalam mencari, memilih, dan memutuskan untuk berinvestasi, termasuk dalam *cryptocurrency*. Melalui konten dan opini yang dibagikan, *influencer* membentuk persepsi dan norma sosial yang mendorong orang lain mengikuti tren atau keputusan investasi serupa (Aruan et al., 2024). Faktor sosial yang mempengaruhi keinginan untuk berinvestasi dalam *cryptocurrency* semakin meningkat, terutama di era internet saat ini. Penelitian oleh (Nurbarani & Soepriyanto, 2022) menunjukkan bahwa pengalaman investasi dan demografi dapat memengaruhi norma subjektif yang memengaruhi keputusan investasi dalam *cryptocurrency*.

Berikut dimensi dan indikator yang dipakai untuk variabel *Social Influence* yang mempengaruhi Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*. Norma Sosial dalam Komunitas, tekanan sosial untuk investasi, dukungan Terhadap penggunaan sebagai alat pembayaran, dan pengaruh terhadap keputusan belanja dipilih sebagai fokus utama untuk mengukur pengaruh sosial terhadap adopsi *Bitcoin*. Dimensi Norma Sosial dalam Komunitas diukur melalui indikator penggunaan *Bitcoin* oleh teman atau komunitas, yang menunjukkan kekuatan norma kolektif. (Sachitra & Rajapaksha, 2023) menyatakan bahwa elemen sosial seperti norma subjektif dan pengaruh *influencer* memiliki pengaruh besar terhadap adopsi *cryptocurrency* di pasar negara berkembang. Harap sosial untuk berinvestasi dalam *Bitcoin* menunjukkan tekanan sosial untuk investasi. (Alomari & Abdullah, 2023) menyoroti bahwa teman dan keluarga dapat memengaruhi keinginan seseorang untuk menggunakan *cryptocurrency*. Namun, dukungan untuk penggunaan sebagai alat pembayaran menunjukkan penerimaan sosial terhadap *Bitcoin* sebagai alat transaksi. (Kowalski et al., 2022) menemukan bahwa faktor sosial, termasuk norma subjektif, dapat memediasi dampak penggunaan media sosial terhadap niat adopsi *cryptocurrency*. Terakhir, Pengaruh terhadap keputusan belanja berfokus pada bagaimana dorongan dari orang terdekat memengaruhi keputusan penggunaan *cryptocurrency* untuk transaksi sehari-hari. Temuan ini menunjukkan bahwa norma sosial dan dukungan interpersonal memainkan peran penting dalam mempercepat adopsi inovasi keuangan berbasis teknologi.

Perceived Security

Studi menunjukkan bahwa persepsi keamanan sangat penting untuk mendorong niat berinvestasi, terutama dalam hal *cryptocurrency* yang sering dianggap rentan terhadap penipuan dan pencurian data. Persepsi keamanan didefinisikan sebagai persepsi atau keyakinan individu terhadap tingkat keamanan yang ada pada sistem atau platform yang digunakan, yang dalam hal ini berkaitan dengan penyimpanan dan transaksi *cryptocurrency* (Ecer et al., 2024). Sebuah penelitian menunjukkan bahwa jika seseorang percaya bahwa *platform* investasi *cryptocurrency* mereka aman, orang cenderung lebih nyaman bertransaksi (Soomro et al., 2024). Reputasi *platform*, transparansi transaksi, dan sistem perlindungan yang kuat adalah beberapa faktor yang sangat memengaruhi keamanan yang dipandang (Wisnu Saputra & Maradona, 2023). Selain promosi, kepercayaan adalah faktor penting dalam transaksi online. Rasa percaya membuat konsumen merasa aman, termasuk dalam investasi kripto. Semakin tinggi kepercayaan terhadap *platform*, semakin besar minat untuk berinvestasi (Johannes & Siagian, 2020).

Berikut dimensi dan indikator yang dipakai untuk variabel *Perceived Security* yang mempengaruhi Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*. Persepsi keandalan sistem keamanan dipilih untuk mengevaluasi persepsi pengguna terhadap keamanan *platform cryptocurrency*. Indikator utama dari dimensi ini adalah keyakinan bahwa sistem keamanan pada *platform* kripto cukup untuk melindungi aset dari risiko digital. Studi oleh (Ooi et al., 2021) menunjukkan bahwa fitur keamanan teknis, prosedur transaksi, dan pernyataan keamanan merupakan determinan utama dari persepsi keamanan dan kepercayaan pengguna terhadap *Bitcoin*. Temuan ini menyoroti pentingnya sistem keamanan yang andal dalam membangun kepercayaan pengguna dan mendorong adopsi *cryptocurrency*. Selain itu, dalam lingkungan digital yang penuh risiko,

seperti serangan siber dan pencurian identitas, pengguna sangat memperhatikan jaminan keamanan dari penyedia layanan. Ketika pengguna merasa yakin bahwa *platform* dapat melindungi aset mereka secara efektif, maka tingkat adopsi terhadap *cryptocurrency* akan meningkat seiring dengan rasa aman yang dirasakan (Mashatan et al., 2022). Oleh karena itu, persepsi terhadap keandalan sistem keamanan bukan hanya mempengaruhi kepercayaan, tetapi juga membentuk perilaku penggunaan teknologi finansial baru secara lebih luas. Dengan demikian, persepsi terhadap keandalan sistem keamanan menjadi faktor krusial dalam keputusan individu untuk menggunakan mata uang kripto (Liew et al., 2022).

Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*

Niat berinvestasi merupakan konsep penting dalam perilaku keuangan yang mencerminkan keinginan dan komitmen individu untuk mengalokasikan sumber daya ke dalam instrumen investasi dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan. Menurut penelitian (Sjahrudin Herman, 2023), niat investasi didefinisikan sebagai pedoman dalam mengalokasikan aset ke opsi investasi untuk keuntungan di masa mendatang. Penelitian ini juga menekankan bahwa niat investasi dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku individu terhadap investasi. Selain itu, dalam studi yang dipublikasikan oleh (Lala Lathifah Ariyani & Christina Dwi Astuti, 2024) niat investasi dijelaskan sebagai suatu sikap yang didasari oleh keinginan untuk merencanakan masa depan. Penelitian ini menyoroti bahwa niat investasi tidak hanya berkaitan dengan keinginan untuk berinvestasi, tetapi juga mencakup pencarian informasi tentang investasi dan perencanaan keuangan jangka panjang.

Berikut dimensi dan indikator untuk Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*. Keinginan untuk melakukan investasi jangka panjang dalam *Cryptocurrency* dipilih untuk merepresentasikan niat pengguna dalam mempertahankan keterlibatan mereka dalam investasi aset digital. Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini adalah keinginan individu untuk terus melakukan investasi dalam *cryptocurrency* dalam jangka Panjang. Kepercayaan terhadap sistem keamanan *cryptocurrency* memiliki dampak yang signifikan terhadap niat berinvestasi secara berkelanjutan (Saeedi & Al-Fattal, 2025). Selain itu, ekspektasi terhadap kinerja dan nilai aset digital juga berperan penting dalam membentuk niat investasi jangka panjang. Persepsi terhadap keamanan sistem dan kepercayaan terhadap *platform* perdagangan *cryptocurrency* juga merupakan faktor penting yang memengaruhi niat investasi jangka panjang (Fadli Aidil Jul, 2024). Dengan memahami dimensi ini, organisasi dapat merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih efektif untuk meningkatkan loyalitas investor terhadap *cryptocurrency*.

PENGEMBANGAN HIPOTESA

Pengaruh Pemungutan Pajak atas Transaksi Kripto terhadap Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*

Di Indonesia, pemungutan pajak atas transaksi *cryptocurrency* merupakan masalah yang kompleks dan beragam yang membutuhkan pemahaman menyeluruh tentang standar dan metrik utamanya. Pajak transaksi ini dimaksudkan untuk meningkatkan pendapatan negara dan memastikan bahwa pelaku pasar mematuhi hukum yang berlaku. (Nitha & Westra, 2020) menyatakan bahwa Peraturan BAPPEBTI Nomor 5 Tahun 2019 menetapkan bahwa *cryptocurrency* adalah aset yang sah diperdagangkan di bursa berjangka, sehingga transaksi kripto dikenakan pajak. Kebijakan ini penting karena memberi kepastian hukum bagi investor dan membantu meningkatkan penerimaan pajak negara. Dalam pajak kripto, kepatuhan dan transparansi hukum menjadi hal utama. Selain itu, dalam Islam, pajak dipandang sebagai alat untuk menjaga keadilan dan kesejahteraan masyarakat (Safira & Rofiq, 2023). Dengan adanya aturan pajak yang jelas, diharapkan masyarakat menjadi lebih sadar akan kewajiban membayar pajak. Penting juga untuk memahami bagaimana pandangan masyarakat terhadap pajak ini,

terutama dampaknya. Dengan begitu hal investasi aset kripto, Yuspin dan Wicaksono membahas kebijakan pajak dapat membantu meningkatkan keamanan bagi investor (Yuspin & Wicaksono, 2023). Ditemukan juga oleh (Wardani & Pesirahu, 2023) menyatakan pajak dapat mengurangi minat investasi karena menambah biaya yang harus ditanggung investor. Semakin tinggi pajak, semakin besar kemungkinan investor ragu karena keuntungan yang didapat menjadi lebih kecil. Keputusan untuk berinvestasi sangat bergantung pada penilaian mereka terhadap risiko dan keuntungan. Kenaikan pajak membuat risiko terasa lebih besar, sehingga bisa menurunkan minat investasi (Ekamevia & Sebayang, 2022)

H₁ : Pemungutan Pajak atas Transaksi Kripto tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*

Pengaruh *Social Influence* terhadap Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*

Social influence adalah salah satu perantara yang memberikan pengaruh kepada pelanggan (Rijanto & Utami, 2024). Munculnya media sosial dan *influencer* juga merupakan komponen yang meningkatkan pengaruh sosial. Menurut penelitian oleh (Martaningrat & Kurniawan, 2024), pengaruh sosial dan keuangan sangat berperan penting bagi investor muda, terutama Generasi Z dan Millennials. Mereka sering terdorong untuk berinvestasi karena mengikuti saran atau rekomendasi dari orang-orang yang mereka percayai. Individu sering merasa tertekan untuk berinvestasi di aset di media sosial karena norma subjektif yang mereka ciptakan. (Dewi et al., 2024) menemukan, dalam konteks Indonesia, bahwa reputasi media sosial dapat memengaruhi persepsi investor terhadap investasi berbasis *blockchain* dan *cryptocurrency*. Keputusan investasi tidak hanya bergantung pada informasi yang diperoleh tetapi juga bagaimana pihak ketiga yang dapat dipercaya menyampaikan informasi tersebut. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Raut, 2020) menunjukkan bahwa tekanan sosial yang berasal dari kelompok sebaya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan niat investasi. Oleh karena itu, kebiasaan yang dibangun dalam komunitas atau kelompok dapat sangat memengaruhi keputusan individu untuk berinvestasi di pasar *cryptocurrency* yang relatif baru dan berisiko.

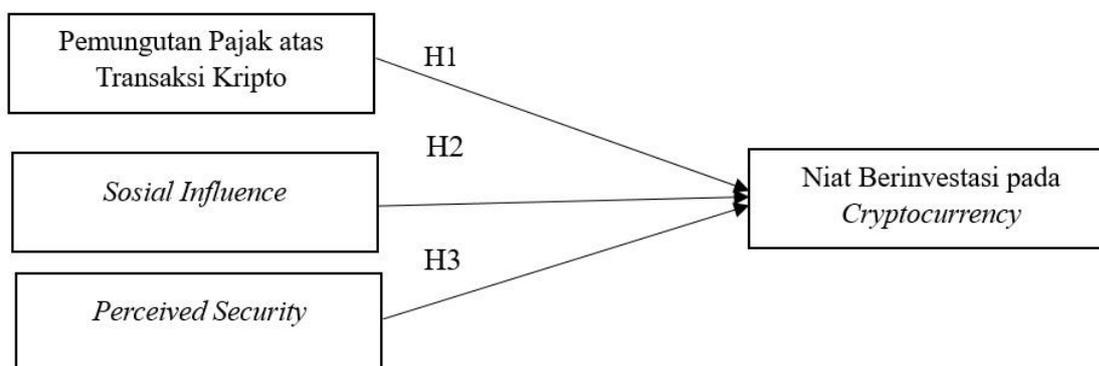
H₂ : *Social Influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*

Pengaruh *Perceived Security* terhadap Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*

Ketika investor percaya bahwa *platform cryptocurrency* dapat melindungi data dan transaksi mereka, persepsi risiko dapat berkurang, yang mengurangi keinginan untuk berinvestasi di pasar yang tidak stabil (Arshad et al., 2021; Jariyapan et al., 2022), munculnya perilaku kawanan (*herding behavior*) dapat dipengaruhi secara positif oleh sentimen keamanan ini. Ketika banyak orang di sekitar mereka berinvestasi dalam *cryptocurrency* dengan keyakinan terhadap keamanan yang memadai, hal ini mendorong mereka untuk mengikuti langkah yang sama (Arriqoh & Zoraya, 2024). Di sisi lain, kurangnya keamanan yang dirasakan dapat menjadi penghalang besar dalam keputusan investasi dan memperkuat ide bahwa lingkungan investasi yang aman adalah penting bagi peningkatan tingkat investasi dalam *cryptocurrency* (Nuryyev et al., 2021; Prasetyo & Kurniasari, 2023). Dengan meningkatnya investasi *cryptocurrency* dan rasa ketidakpastian yang menyertainya, sangat penting untuk membuat strategi yang meningkatkan persepsi keamanan melalui peraturan pemerintah dan transparansi platform. Kebijakan ini dapat membantu pertumbuhan industri *cryptocurrency* dengan memberikan lingkungan yang lebih aman bagi calon investor (I Nainggolan & Wuri Handayani, 2023). Secara keseluruhan, persepsi keamanan sangat penting untuk menentukan keinginan untuk berinvestasi dalam *cryptocurrency*.

H₃: *Perceived Security* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency*

Berikut merupakan gambar kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif untuk menilai respon dari populasi dan sampel. Data Primer akan dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dengan skala likert dengan skala angka 1 = sangat tidak setuju hingga angka 5 =sangat setuju. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini seluruh investor dari Komunitas TokoCrypto di Jakarta Selatan. Sampel yang dipergunakan untuk penelitian ini merupakan generasi milenial dengan rentang usia 18-50 tahun yang berjumlah 100 orang. Dalam penelitian ini, data demografis responden tidak disajikan secara lengkap. Hal ini disebabkan oleh rendahnya tingkat kesediaan anggota komunitas TokoCrypto untuk memberikan informasi pribadi mereka. Sebagian besar anggota komunitas menunjukkan kekhawatiran terhadap permintaan data identitas, karena mereka menganggapnya berisiko dan berpotensi sebagai bentuk penipuan. Akibatnya, hanya sebagian kecil responden yang mengisi kuesioner secara lengkap, khususnya pada bagian demografi. Oleh karena data yang diperoleh tidak mencerminkan populasi secara representatif, peneliti memutuskan untuk tidak mencantumkan informasi demografis dalam laporan hasil penelitian. Pendekatan ini diambil untuk menjaga validitas internal dan menghindari bias dalam interpretasi data (Takona, 2024).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *snowball sampling*, yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui Google Form kepada sejumlah responden awal, lalu meminta mereka untuk meneruskannya kepada responden lain. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner tersebut melalui media sosial seperti Telegram dan Twitter. Untuk pernyataan penilaian penulis, skala Likert digunakan; responden dapat memilih pilihan antara 1-5. Pernyataan tentang variabel yang mempengaruhi niat untuk berinvestasi pada *cryptocurrency*, termasuk pajak yang dikenakan pada transaksi kripto, pengaruh sosial, dan persepsi keamanan. Untuk memastikan data berkualitas tinggi, penelitian ini melakukan uji validitas dan reliabilitas, uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, hipotesis langsung, dan R-Square. Dalam mengolah data, peneliti menggunakan SmartPLS 4.0.

Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini mencakup empat variabel utama. Pemungutan Pajak atas Transaksi Kripto didefinisikan sebagai persepsi individu terhadap beban pajak atas transaksi *cryptocurrency*, yang meliputi pemahaman besaran pajak, persepsi dampak pajak terhadap biaya investasi, serta pengaruh pajak terhadap keputusan investasi (Maulani, 2021). *Sosial Influence* merujuk pada pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, komunitas, dan media sosial, terhadap keputusan investasi dalam *cryptocurrency* (H Gass, 2022). *Perceived Security* diartikan sebagai persepsi individu terhadap tingkat keamanan *platform* transaksi kripto

dari ancaman peretasan, pencurian, dan pelanggaran data (Tamsir Nurlindasari, 2023). Adapun Niat Berinvestasi pada *Cryptocurrency* mengacu pada keinginan atau rencana individu untuk melakukan investasi dalam aset kripto (Susilo Ananta, 2024). Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert lima poin, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

3. Hasil Dan Pembahasan

Pengujian Validitas dan Realibilitas

Uji Realibilitas

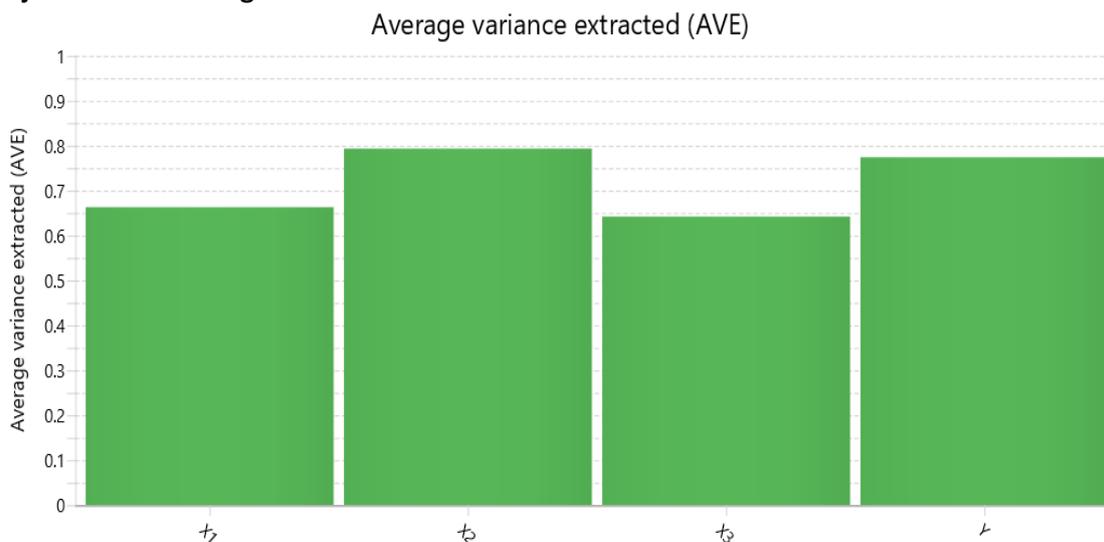
Tabel 2. Hasil *Cronbach's Alpha*, *Compositte Reliability*, and *Average Variance*

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
PPC	0.937	0.947	0.663
SI	0.963	0.969	0.794
PS	0.907	0.926	0.642
NBC	0.958	0.965	0.774

Sumber: Output SmartPLS 4, 2025

Reliabilitas dapat diukur menggunakan *Composite Reliability (CR)* dan *Cronbach's Alpha*. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel telah memiliki nilai *Composite Reliability (CR)* dan *Cronbach's Alpha* diatas 0,70 yang menandakan bahwa instrumen penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik. Agar dapat memenuhi kriteria, beberapa indikator telah dihapus.

Uji Validitas Konvergen



Gambar 1. *Average Variance Extracted (AVE)*

Validitas konvergen dapat diuji menggunakan nilai AVE. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh PLS-SEM, Nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dari semua konstruk harus lebih besar dari 0.50 agar dianggap memenuhi validitas konvergen. Hasil analisis menunjukkan bahwa semua variabel telah memiliki nilai AVE diatas 0.50, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian ini memiliki validitas konvergen yang baik.

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 3. Hasil *Validity Discriminant*

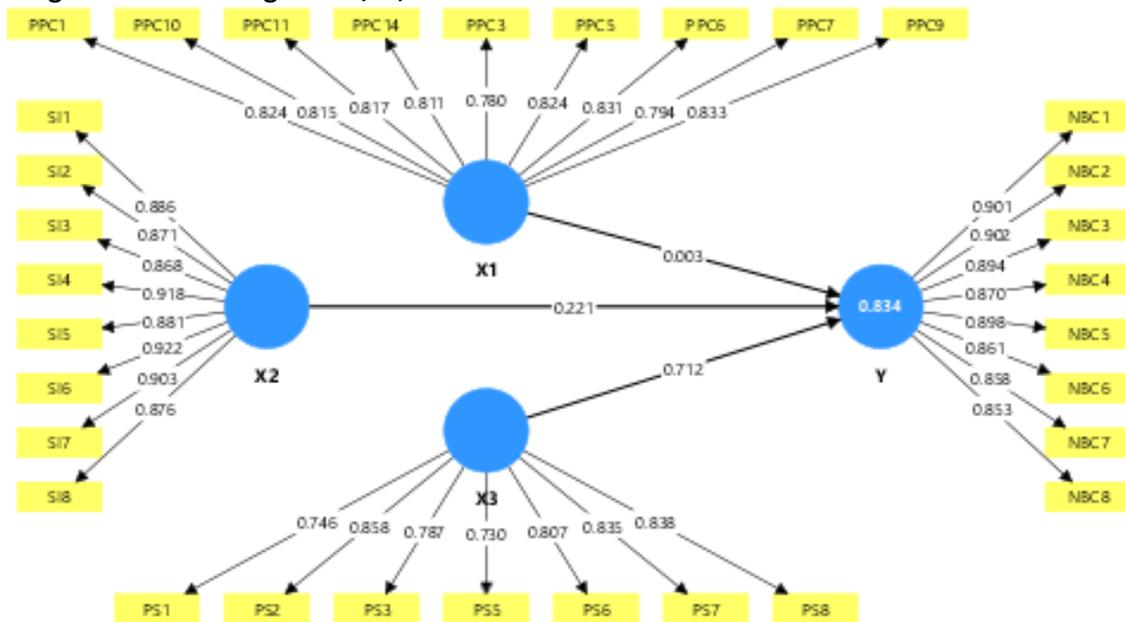
	PPC	SI	PS	NBC
PPC				

SI	0.758		
PS	0.833	0.932	
NBC	0.739	0.876	0.970

Sumber: Output SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan nilai HTMT, terlihat bahwa konstruk *Perceived Security* punya masalah karena nilainya terlalu tinggi saat dibandingkan dengan *Social Influence* dan Nilai Berinvestasi, yaitu di atas 0.90. Ini berarti indikator-indikatornya kemungkinan memiliki kemiripan dalam cara responden memahaminya atau menilainya. Sementara itu, hubungan antara Pemungutan Pajak Kripto dengan konstruk lainnya masih aman karena nilainya di bawah 0.85. Jadi, sebaiknya konstruk *Perceived Security* direview lagi, mungkin ada indikator yang perlu disesuaikan biar lebih beda dari konstruk lainnya.

Diagram Jalur Hubungan PPK, SI, PS dan NBC



Gambar 2. Diagram Jalur

Sumber: Output SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan diagram jalur terbaru, konstruk *Perceived Security* masih menunjukkan pengaruh paling kuat terhadap Nilai Berinvestasi pada Kripto dengan koefisien 0.712, yang berarti makin tinggi rasa aman pengguna, makin besar keinginannya untuk investasi. *Social Influence* juga berpengaruh positif dengan koefisien 0.221, jadi pengaruh orang sekitar juga bisa mendorong keputusan investasi. Sementara itu, Pemungutan Pajak Kripto punya pengaruh sangat kecil (0.003) dan tidak signifikan terhadap minat investasi. Nilai R² sebesar 0.834 menunjukkan bahwa gabungan ketiga variabel X bisa menjelaskan 83,4 persen variasi pada keputusan berinvestasi termasuk sangat kuat.

Setiap variabel dalam penelitian ini memiliki sejumlah indikator: PPC terdiri dari 7 indikator dengan 14 pernyataan, SI, PS, dan NBC masing-masing memiliki 8 indikator dan 8 pernyataan. PPC mengukur kredibilitas *platform*, SI mengukur pengaruh sosial, PS menilai persepsi keamanan, dan NBC menilai kendali perilaku dalam berinvestasi. Namun, hasil output diagram jalur SmartPLS 4 menunjukkan bahwa tidak semua indikator memberikan kontribusi yang kuat terhadap konstruk. Beberapa indikator, seperti PS6 (loading 0,678), memiliki nilai di bawah ambang batas 0,700, sehingga disarankan untuk dihapus agar meningkatkan validitas dan reliabilitas model. Penghapusan indikator ini justru memperkuat struktur model, yang ditunjukkan oleh nilai R² sebesar 0,834 pada variabel dependen.

Uji Hipotesis Langsung – Pengaruh Langsung

Analisis pengaruh langsung dilakukan melalui bootstrapping pada SEM-PLS. Berdasarkan Analisa yang telah dilakukan, data menunjukkan:

Tabel 4. Pengaruh Langsung

	Koefisien Jalur	T- Statistik	P values	Keterangan
PPC -> NBC	0.003	0.030	0.976	Tidak Signifikan < 0.000
SI -> NBC	0.221	1.644	0.100	Tidak Signifikan (Marginal) < 0.100
PS ->NBC	0.712	5.755	0.000	Signifikan

Sumber: Output SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan bootstrapping:

1. *Perceived Security* (PS) terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi dalam kripto, karena nilai $t > 1.96$ dan $p\text{-value} = 0.000$.
2. *Social Influence* (SI) tidak signifikan secara statistik ($p\text{-value} = 0.100$), meskipun arah pengaruhnya positif. Jadi pengaruh sosial belum cukup kuat secara statistik untuk memengaruhi keputusan investasi.
 - Marginal dipakai ketika nilai p berada di ambang batas, biasanya antara 0.05–0.10. Artinya:
 - Hasilnya tidak cukup kuat untuk dibilang signifikan, tetapi tidak sepenuhnya tak berpengaruh.
3. Pemungutan Pajak Kripto (PPC) sama sekali tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi ($p\text{-value} = 0.976$), yang artinya pajak tidak menjadi pertimbangan utama bagi investor.

Uji Kecocokan Model

Tabel 5. R-Square

	R-square	R-square adjusted
NBC	0.834	0.829

Sumber: Output SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SEM-PLS, nilai R-Square (R^2) sebesar 0,834 menunjukkan bahwa 83,4 persen variasi dalam keputusan berinvestasi kripto dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen: *Perceived Security* (PS), Pemungutan Pajak atas Transaksi Kripto (PPC), dan *Social Influence* (SI). Sisa 16,6 persen variasi kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti pengalaman pribadi, kondisi pasar, atau tingkat literasi keuangan yang tidak terwakili dalam model ini.

Nilai R^2 yang tinggi sebesar 0,834 menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki kemampuan prediktif yang kuat dalam menjelaskan keputusan investasi kripto. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kekuatan variabel *Perceived Security* (PS) yang menunjukkan pengaruh signifikan dengan koefisien 0,712 dan $p\text{-value} 0,000$, menandakan bahwa persepsi keamanan sangat memengaruhi keputusan investasi. Selain itu, metode SEM-PLS yang digunakan memang dirancang untuk memaksimalkan nilai R^2 dan cocok untuk model kompleks seperti ini. Instrumen penelitian juga telah terbukti valid dan reliabel, sehingga meningkatkan akurasi pengukuran. Temuan ini sejalan dengan studi sebelumnya, seperti yang disampaikan oleh Hair et al., (2021) yang juga mencatat nilai R^2 tinggi dalam konteks adopsi teknologi dan perilaku investasi.

Penelitian oleh (Dewi Kusuma Gede Luh et al., 2023) menunjukkan bahwa persepsi manfaat, persepsi kenyamanan, dan persepsi risiko mempengaruhi minat investasi *cryptocurrency* sebesar 21,9 persen, sedangkan sisanya 78,1 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian tersebut. Selain itu, studi oleh (Ullah, 2025) menemukan bahwa faktor-

faktor seperti kepercayaan, kenyamanan, dan risiko juga berperan dalam adopsi *cryptocurrency*, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor eksternal dapat mempengaruhi keputusan investasi. Oleh karena itu, meskipun model SEM-PLS dapat menjelaskan sebagian besar perbedaan dalam keputusan investasi kripto, variabel lain di luar model tersebut masih memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi individu (Ooi et al., 2021).

Pembahasan Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, diketahui bahwa variabel *Perceived Security* (PS) memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan untuk berinvestasi dalam kripto, dengan nilai koefisien sebesar 0.712 dan p-value 0.000. Artinya, semakin aman pengguna merasa terhadap platform dan transaksi kripto, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk berinvestasi. Sebaliknya, variabel Pemungutan Pajak atas Transaksi Kripto (PPC) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan (p-value = 0.976), yang berarti isu perpajakan belum menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan investor saat ini. Sementara itu, *Social Influence* (SI) menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan secara statistik (p-value = 0.100), namun berada dalam kategori marginal, yang artinya potensi pengaruhnya masih bisa dipertimbangkan, terutama dalam konteks sosial dan komunitas yang aktif berdiskusi soal kripto.

Nilai R-square sebesar 0.834 menunjukkan bahwa model ini dapat menjelaskan 83,4 persen variasi keputusan investasi pada kripto. Hal ini menandakan bahwa ketiga variabel yang diuji mampu memberikan gambaran yang cukup kuat terhadap fenomena keputusan berinvestasi. Namun, masih terdapat 16,6 persen variasi yang mungkin dijelaskan oleh faktor eksternal lainnya, seperti fluktuasi pasar, edukasi finansial, atau kondisi ekonomi makro. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi acuan bagi penyedia layanan kripto untuk lebih memprioritaskan keamanan pengguna, serta mendorong edukasi terkait pajak dan memperkuat pengaruh sosial melalui komunitas atau influencer di bidang kripto.

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting yang bisa diterapkan secara nyata. Pertama, karena *Perceived Security* (PS) terbukti berpengaruh signifikan, maka pengembang *platform* investasi kripto perlu memastikan sistem keamanan yang andal seperti penggunaan 2FA (*Two-Factor Authentication*), enkripsi data, serta transparansi informasi transaksi hal ini agar pengguna merasa aman dan percaya. Dengan besarnya nilai uji *Perceived Security* (PS) atau persepsi keamanan berperan penting dalam keputusan berinvestasi pada aset kripto. Dalam dunia investasi digital yang penuh risiko, persepsi keamanan yang tinggi mampu meningkatkan kepercayaan investor dan mengurangi persepsi risiko yang mereka rasakan (Rahardja et al., 2023). Studi juga menunjukkan bahwa saat individu merasa aman, mereka lebih yakin dan bersedia menggunakan layanan investasi kripto. Dalam model perilaku konsumen seperti *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi keamanan berpengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan, yang pada akhirnya mendorong niat untuk berinvestasi (Gautam & Malik, 2022). Selain itu, dalam konteks adopsi teknologi keuangan, keamanan informasi dan keandalan menjadi faktor kunci dalam mendorong penggunaan kripto (Qi et al., 2025). Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi keamanan, semakin besar kemungkinan seseorang untuk berinvestasi dalam aset kripto.

Kedua, meskipun pengaruh pajak (PPC) tidak signifikan, pemerintah dan otoritas pajak tetap perlu melakukan sosialisasi yang lebih jelas dan mudah dipahami, karena kemungkinan investor belum sepenuhnya sadar atau peduli terhadap kebijakan pajak kripto. Ketiga, pengaruh *Social Influence* (SI) yang bersifat marginal membuka peluang bagi pelaku industri untuk mengoptimalkan pengaruh sosial, misalnya lewat endorsement influencer, forum diskusi komunitas kripto, atau kampanye edukatif di media sosial. Dengan strategi-strategi ini, ekosistem investasi kripto bisa berkembang lebih sehat dan berkelanjutan, khususnya di kalangan investor muda.

4. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *perceived security* memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap niat berinvestasi pada cryptocurrency. Semakin tinggi rasa aman yang dirasakan pengguna terhadap *platform* dan transaksi kripto, semakin besar kecenderungan mereka untuk berinvestasi. Sebaliknya, pemungutan pajak atas transaksi kripto tidak menunjukkan pengaruh signifikan, menandakan bahwa aspek pajak belum menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan investasi. *Social influence* menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik, namun tetap menjadi faktor yang layak diperhatikan, terutama dalam konteks komunitas dan media sosial. Oleh karena itu, disarankan agar pengembang *platform* kripto meningkatkan sistem keamanan digital untuk memperkuat kepercayaan investor, seperti melalui autentikasi ganda dan enkripsi data. Pemerintah juga perlu memperluas edukasi terkait perpajakan aset kripto agar meningkatkan pemahaman dan kepatuhan investor. Di sisi lain, pelaku industri dapat memanfaatkan potensi pengaruh sosial dengan menggandeng komunitas dan *influencer* untuk mendorong minat investasi, khususnya di kalangan generasi muda. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel eksternal seperti literasi keuangan atau kondisi pasar agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keputusan berinvestasi pada aset kripto.

Daftar Pustaka

- Alatas Idrus Baqir M, & Badar Aulia Nurul. (2024, January 16). *Pajak aset kripto dinilai berdampak positif terhadap ekonomi Indonesia*. AntaraNews. Dikutip pada 30 Januari 2025 <https://www.antaranews.com/berita/3918573/pajak-aset-kripto-dinilai-berdampak-positif-terhadap-ekonomi-indonesia>
- Alomari, A. S. A., & Abdullah, N. L. (2023). Factors influencing the behavioral intention to use Cryptocurrency among Saudi Arabian public university students: Moderating role of financial literacy. *Cogent Business & Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2178092>
- Alsmadi, A. A., Shuhaiber, A., & Al-Omouh, K. S. (2023). Rolling the Crypto Dice: The Interplay of Legal Environments, Market Uncertainty, and Gambling Attitudes on Users' Behavioral Intentions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023, 1–17. <https://doi.org/10.1155/2023/8259139>
- Arief Valdy Muhammad Teuku. (2025, February 24). *Bybit Dibobol, Aset Kripto Senilai Rp 23,7 Triliun Dicuri*. KOMPAS.Com. Dikutip pada 25 Februari 2025 <https://money.kompas.com/read/2025/02/24/080506426/bybit-dibobol-aset-kripto-senilai-rp-237-triliun-dicuri#:~:text=KOMPAS.com%20-%20Perusahaan%20mata%20uang%20kripto%20Bybit%20mengumumkan,ini%20berpotensi%20menjadi%20pencurian%20kripto%20terbesar%20dalam%20sejarah.>
- Arriqoh, D., & Zoraya, I. (2024). The effect of financial literacy on Gen-Z crypto investment decision through herding behavior as mediator. *Manajemen Dan Bisnis*, 23(1), 1. <https://doi.org/10.24123/mabis.v23i1.737>
- Arshad, I., Tayasri, I., Im, L. C., & Sahban, M. A. (2021). Perceived Risk and Theory of Planned Behaviour. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 25–36. <https://doi.org/10.51263/jameb.v6i1.136>
- Aruan, S. H., Purba, H., & Hutabarat, F. (2024). PENGARUH PENGGUNAAN LAYANAN INFLUENCER, KONTEN PEMASARAN DIGITAL, DAN PERASAAN SENANG DALAM BERBELANJA TERHADAP NIAT MEMBELI DI MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MODERASI ADAPTASI INFORMASI. *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4).

- Bappebti. (2022, October 12). *Hingga Agustus, Investor Aset Kripto Naik Jadi 16,1 Juta*. Pojok Media. Dikutip pada 18 Maret 2025 https://bappebti.go.id/pojok_media/detail/11410
- Dabbous, A., Merhej Sayegh, M., & Aoun Barakat, K. (2022). Understanding the adoption of cryptocurrencies for financial transactions within a high-risk context. *The Journal of Risk Finance*, 23(4), 349–367. <https://doi.org/10.1108/JRF-10-2021-0169>
- Database Peraturan. (2022, May 1). *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 68/PMK.03/2022 Tahun 2022 tentang Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penghasilan atas Transaksi Perdagangan Aset Kripto*. JDIH Kemenkeu. Dikutip pada 27 April 2025 <https://peraturan.bpk.go.id/Details/215539/pmk-no-68pmk032022>
- Dewi, C. S., Daffa Juliansyah, M., Anakoda, V. I., & Parikesit, B. (2024). The Role of Social Cognitive Perspective on Investment Intentions in Sharia Stocks in Indonesia. *The Eastasouth Management and Business*, 3(1), 31–40. <https://doi.org/10.58812/esmb.v3i1.266>
- Dewi Kusuma Gede Luh, Herawati, N. T., & Wahyuni, M. A. (2023). The Influence of Perceived Benefits, Perceptions of Ease and Perception of Risks on Student's Cryptocurrency Investment Interest. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(01), 194–206. <https://doi.org/10.23887/jimat.v13i04.54105>
- Dwi Chandra. (2022, September 13). *FYI! Hacker Makin Marak Nyolong Aset Kripto*. CNBC Indonesia. Dikutip pada 18 Maret 2025 <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220913163338-17-371778/fyi-hacker-makin-marak-nyolong-aset-kripto>
- Ecer, F., Murat, T., Dinçer, H., & Yüksel, S. (2024). A fuzzy BWM and MARCOS integrated framework with Heronian function for evaluating cryptocurrency exchanges: a case study of Türkiye. *Financial Innovation*, 10(1), 31. <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00543-w>
- Ekamevia, P. D., & Sebayang, A. F. (2022). Preferensi Masyarakat mengenai Cryptocurrency sebagai Alat Investasi di Masa Mendatang. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 2(2). <https://doi.org/10.29313/bcses.v2i2.4636>
- Fadli Aidil Jul, R. T. (2024). The Role of System Security and Trust in Cryptocurrency Investment: Evidence from Indonesia. *Journal of System and Management Sciences*. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2024.0923>
- Gautam, S., & Malik, P. (2022). Importance of perceived security, perceived privacy and website design of active online investors: an Indian market perspective. *International Journal of Electronic Finance*, 11(1), 30. <https://doi.org/10.1504/IJEF.2022.120349>
- H Gass, R. S. S. J. (2022). *Persuasion: Social Influence and Compliance Gaining*. Routledge.
- Hadita, F., Nabhani, I., & Firdaus, O. M. (2023). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Investor Untuk Investasi Aset Kripto Di Indonesia. *Journal Of Entrepreneurship and Strategic Management*, 2(01), 10–17. <https://doi.org/10.52434/jesm.v2i01.131>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling* (pp. 1–29). https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Hasan, S. Z., Ayub, H., Ellahi, A., & Saleem, M. (2022). A Moderated Mediation Model of Factors Influencing Intention to Adopt Cryptocurrency among University Students. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2022, 1–14. <https://doi.org/10.1155/2022/9718920>
- I Nainggolan, C., & Wuri Handayani, P. (2023). Factors Affecting Individuals' Behavioral Intention to Use Online Capital Market Investment Platforms in Indonesia. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 18, 001–029. <https://doi.org/10.28945/5067>
- Imantoro Wiji Lambang. (2025, February 25). *Mengupayakan Penerapan Pajak Cryptocurrency*. Pratama Institute. Dikutip pada 25 Februari 2025 <https://pratamainstitute.com/mengupayakan-penerapan-pajak-cryptocurrency/>

- Irfan, M. (2024). The Role of Trust in Mediating the Impact of Electronic Word of Mouth and Security on Cryptocurrency Purchase Decisions. *Journal of Current Research in Blockchain*, 1(3), 242–266. <https://doi.org/10.47738/jcrb.v1i3.18>
- Jariyapan, P., Mattayaphutron, S., Gillani, S. N., & Shafique, O. (2022). Factors Influencing the Behavioural Intention to Use Cryptocurrency in Emerging Economies During the COVID-19 Pandemic: Based on Technology Acceptance Model 3, Perceived Risk, and Financial Literacy. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.814087>
- Johannes, S. C., & Siagian, V. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, KEPERCAYAAN, DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP MINAT BELI DI APLIKASI TOKOPEDIA. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 9(3). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30736%2Fjpm.v1i2.28>
- Juwita, R., Dwianti, L., Mandang, J. Z., Yahya, M. S., & Triadi, M. R. (2022). *Investment Decision of Cryptocurrency in Millennials and Gen Z* (pp. 725–731). https://doi.org/10.2991/978-2-494069-83-1_126
- Karina Mahda, & Wong Trinity Gabriella. (2024, April 1). *Pajak Mata Uang Kripto di Indonesia*. Taxation.Binus.Ac.Id. Dikutip pada 4 Februari 2025 <https://taxation.binus.ac.id/2024/04/01/pajak-mata-uang-kripto-di-indonesia/>
- Kementerian Keuangan Indonesia. (2022, March 30). *ABSTRAK PERATURAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI – ASET KRIPTO*. Jdih.Kemenkeu. Diakses pada 27 April 2025 <https://jdih.kemenkeu.go.id/api/download/6dab9cb4-73aa-46c5-a44e-c923fc7d7d2c/68~PMK.03~2022Per.pdf>
- Kowalski, L., Green, W., Lilley, S., & Panourgias, N. (2022). Lackluster Adoption of Cryptocurrencies as a Consumer Payment Method in the United States—Hypothesis: Is This Independent Technology in Need of a Brand, and What Kind? *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), 23. <https://doi.org/10.3390/jrfm16010023>
- Lala Lathifah Ariyani, & Christina Dwi Astuti. (2024). Pengaruh Financial Attitudes, Risk Perception, dan Locus of Control Terhadap Invesment Intention Pada Generasi Milenial. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 17(2), 150–166. <https://doi.org/10.51903/kompak.v17i2.2045>
- Liew, E. J. Y., Peh, W. L., & Leong, Z. K. (2022). *Perceived Trust and Confidence for Cryptocurrency Adoption* (pp. 250–279). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-9035-5.ch014>
- Magfira Filza Rusita. (2024). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan, Perilaku Penggunaan dan Social Influence Terhadap Minat Penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) Sebagai Media Pembayaran yang Dilakukan Gen Y & Gen Z Di Provinsi DI. Yogyakarta*. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/51090/19312467.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martaningrat, N. W. S., & Kurniawan, Y. (2024). The Impact of Financial Influencers, Social Influencers, and FOMO Economy on the Decision-Making of Investment on Millennial Generation and Gen Z of Indonesia. *Journal of Ecohumanism*, 3(3), 1319–1335. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i3.3604>
- Mashatan, A., Sangari, M. S., & Dehghani, M. (2022). How Perceptions of Information Privacy and Security Impact Consumer Trust in Crypto-Payment: An Empirical Study. *IEEE Access*, 10, 69441–69454. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3186786>
- Maulani, A. F. (2021). Pemungutan Pajak Penghasilan atas Transaksi Cryptocurrency di Indonesia. *Jurist-Diction*, 4(4), 1333. <https://doi.org/10.20473/jd.v4i4.28441>
- Mustaqiem. (2014). *PERPAJAKAN DALAM KONTEKS TEORI DAN HUKUM PAJAK DI INDONESIA*. Buku Litera Yogyakarta.
- Nitha, D. A. F., & Westra, I. K. (2020). Investasi Cryptocurrency Berdasarkan Peraturan Bappebti No. 5 Tahun 2019. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 9(4), 712. <https://doi.org/10.24843/JMHU.2020.v09.i04.p04>

- Nurbarani, B. S., & Soepriyanto, G. (2022). Determinants of Investment Decision in Cryptocurrency: Evidence from Indonesian Investors. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 10(1), 254–266. <https://doi.org/10.13189/ujaf.2022.100126>
- Nuryyev, G., Spyridou, A., Yeh, S., & Lo, C.-C. (2021). Factors of digital payment adoption in hospitality businesses: A conceptual approach. *European Journal of Tourism Research*, 29, 2905. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v29i.2416>
- Olavia Lona. (2022, April 8). *Pajak Aset Kripto Dinilai Lebih ke Pengaturan Bukan Mengekang*. Investor.Id. Diakses pada 18 Maret 2025 <https://investor.id/market-and-corporate/290019/pajak-aset-kripto-dinilai-lebih-ke-pengaturan-bukan-mengekang>
- Ooi, S. K., Ooi, C. A., Yeap, J. A. L., & Goh, T. H. (2021). Embracing Bitcoin: users' perceived security and trust. *Quality & Quantity*, 55(4), 1219–1237. <https://doi.org/10.1007/s11135-020-01055-w>
- Pajak Mania. (2022, May 1). *PERATURAN MENTERI! KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA*. Pajakmania.Com. Diakses pada 27 April 2025 <https://pajakmania.com/wp-content/uploads/2022/05/14-Peraturan-Menteri-Keuangan-PMK.pdf>
- Prasetyo, T. G., & Kurniasari, F. (2023). THE INFLUENCE OF SUBJECTIVE NORMS, FINANCIAL LITERACY, TRUST, AND GOVERNMENT REGULATION ON BEHAVIORAL INTENTION TO INVEST IN CRYPTOCURRENCY. *Economics and Finance*, 11(2), 16–34. <https://doi.org/10.51586/2754-6209.2023.11.2.16.34>
- Pratiknjo, M. L., & Wijaya, L. I. (2024). Pengaruh Bias Perilaku terhadap Keputusan Investasi dengan Fear of Missing Out (FOMO) sebagai Mediator di Indonesia. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(2), 489. <https://doi.org/10.35906/jurman.v10i2.2267>
- Qi, J., Zhang, Y., & Ouyang, C. (2025). Cryptocurrency Investments: The Role of Advisory Sources, Investor Confidence, and Risk Perception in Shaping Behaviors and Intentions. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(2), 57. <https://doi.org/10.3390/jrfm18020057>
- Qureshi, K., & Zaman, T. (2023). Social media engagement and cryptocurrency performance. *PLOS ONE*, 18(5), e0284501. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0284501>
- Rahardja, U., Chen, S.-C., Lin, Y.-C., Tsai, T.-C., Aini, Q., Khan, A., Oganda, F. P., Dewi, E. R., Cho, Y.-C., & Hsu, C.-H. (2023). Evaluating the Mediating Mechanism of Perceived Trust and Risk toward Cryptocurrency: An Empirical Research. *Sage Open*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/21582440231217854>
- Rahmawati. T Wahyu. (2023, November 17). *Pelakuan Pajak Tinggi Menurunkan Minat Investor Bertransaksi Kripto di Indonesia*. INVESTASI. Diakses pada 25 Februari 2025 <https://investasi.kontan.co.id/news/perlakuan-pajak-tinggi-menurunkan-minat-investor-bertransaksi-kripto-di-indonesia>
- Raut, R. K. (2020). Past behaviour, financial literacy and investment decision-making process of individual investors. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1243–1263. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2018-0379>
- Rijanto, B. P., & Utami, N. (2024). Financial technology, social media influencers, and experience of cryptocurrency investment decisions: Financial literacy's role. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 23(2), 201–216. <https://doi.org/10.28932/jmm.v23i2.8717>
- Sachitra, V., & Rajapaksha, S. (2023). Antecedents of the Adoption of Cryptocurrency Investment in an Emerging Market: The Role of Behavioural Bias. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 23(20), 61–77. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2023/v23i201092>
- Saeedi, A., & Al-Fattal, A. (2025). Examining trust in cryptocurrency investment: Insights from the structural equation modeling. *Technological Forecasting and Social Change*, 210, 123882. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123882>
- Safira, S., & Rofiq, M. A. (2023). Diskursus Pengenaan Pajak pada Transaksi Kripto Perspektif Pemikiran Yusuf Qardhawi. *Muslim Heritage*, 8(2), 219–232. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v8i2.6092>

- Sjahruddin Herman, N. A. P. (2023). THEORY OF PLANED BEHAVIOR TERHADAP NIAT INVESTASI DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI MODERAS. *Jurnal STIE AAS*, 07(02).
- Soomro, B. A., Shah, N., & Abdelwahed, N. A. A. (2024). Intention to adopt cryptocurrency: a robust contribution of trust and the theory of planned behavior. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 40(2), 419–433. <https://doi.org/10.1108/JEAS-10-2021-0204>
- Susilo Ananta. (2024). *Panduan Investasi Crypto dari Nol untuk Pemula*. Diakses pada 27 April 2025 <https://www.gramedia.com/products/panduan-investasi-crypto-dari-nol-untuk-pemula>
- Takona, J. P. (2024). Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches / sixth edition. *Quality & Quantity*, 58(1), 1011–1013. <https://doi.org/10.1007/s11135-023-01798-2>
- Tamsir Nurlindasari. (2023). *KEAMANAN SISTEM INFORMASI* (M.Kom Dudih Gustian, Ed.). ResearchGate.
- Tjondro, E., Hatane, S. E., Widuri, R., & Tarigan, J. (2023). Rational versus Irrational Behavior of Indonesian Cryptocurrency Owners in Making Investment Decision. *Risks*, 11(1), 17. <https://doi.org/10.3390/risks11010017>
- Ullah, S. (2025). Intention to Use Cryptocurrencies for Business Transactions: The Case of North Carolina. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(2), 58. <https://doi.org/10.3390/jrfm18020058>
- Wardani, D. K., & Pesirahu, E. V. (2023). Pengaruh Pemungutan Pajak atas Transaksi Cryptocurrency dan Literasi Keuangan terhadap Niat Berinvestasi pada Cryptocurrency. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(1). <https://infep.org/index.php/infep/article/view/243>
- Wisnu Saputra, G., & Maradona, A. F. (2023). The Effect of Herding Behavior on Millennial Generation Intentions in Investing Crypto Assets. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 326–334. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i2.55119>
- Yuspin, W., & Wicaksono, A. (2023). Telaah Yuridis Perlindungan Konsumen Dalam Kegiatan Investasi Aset Kripto Di Indonesia. *DIH: Jurnal Ilmu Hukum*, 85–98. <https://doi.org/10.30996/dih.v19i1.7886>