



## Cryptocurrency Investment Intentions of Generation Z

Yulfiswandi\*  
Kenrick  
Candy

Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam, Indonesia

\*Corresponding author: [yulfis.wandi@uib.ac.id](mailto:yulfis.wandi@uib.ac.id)

**Abstract:** *This study aims to analyze the influence of financial literacy, perceived risk, facilitating conditions, and social influence on behavioral intention, with attitude as a mediating variable. The sample consisted of 430 Generation Z respondents from Batam City, selected via convenience sampling, and the data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) in SmartPLS. The results showed that financial literacy and social influence had a significant positive effect on attitude, whereas facilitating conditions had a significant positive effect on attitude but not on behavioral intention, and perceived risk did not significantly influence attitude. Attitude was shown to have a strong positive influence on behavioral intention. Financial literacy and social influence also had an indirect effect on behavioral intention through attitude, while perceived risk did not show a significant mediating effect. This study provides insight into the factors that influence behavioral intention and the important role of attitude as a mediating variable.*

**Kata Kunci:** *Attitude; Behavioral intention; Financial literacy; Generation Z; Social influence*

### 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital global telah mengubah struktur sistem keuangan tradisional dan melahirkan fenomena baru berupa *cryptocurrency* sebagai bentuk mata uang digital terdesentralisasi. Aset ini dibangun di atas teknologi *blockchain* yang memungkinkan transparansi dan efisiensi transaksi tanpa perantara keuangan tradisional (Alomari & Abdullah, 2023). Sejak kemunculan Bitcoin pada tahun 2008, jumlah *cryptocurrency* meningkat drastis hingga lebih dari 16.000 jenis yang diperdagangkan di pasar global (Y. S. Wang *et al.*, 2024). Lonjakan kapitalisasi pasar mencapai puncak 3 triliun dolar AS pada tahun 2021, sebelum mengalami fluktuasi besar akibat volatilitas harga (Meyer *et al.*, 2024). Dinamika global tersebut turut memengaruhi pasar domestik, di mana adopsi *cryptocurrency* menunjukkan peningkatan signifikan dengan jumlah investor mencapai lebih dari 20 juta orang pada 2024, mayoritas dari kalangan Generasi Z dan milenial (Y. S. Wang *et al.*, 2024). Akses yang mudah melalui platform *fintech* serta promosi besar-besaran di media sosial menjadi faktor pendorong utama pertumbuhan ini (Lee *et al.*, 2024). Namun, peningkatan tersebut juga menimbulkan kekhawatiran mengenai rendahnya literasi keuangan digital dan *perceived risk* investasi di kalangan pengguna baru (Abdeldayem & Aldulaimi, 2024). Selain itu, ketidakpastian regulasi dan kurangnya literasi keuangan masih menjadi hambatan dalam menciptakan *behavioral intention* yang rasional dan berkelanjutan (Emon & Khan, 2025).

Faktor lain, seperti *facilitating conditions*, mencakup ketersediaan akses serta kesiapan infrastruktur teknologi bagi investor (Roh *et al.*, 2023). Dalam konteks ini, *social influence* berfungsi sebagai pendorong utama dalam membentuk *attitude* positif terhadap investasi

berbasis teknologi baru. Sementara itu, *attitude toward behavioral intention* menjadi variabel mediasi penting yang menghubungkan persepsi individu terhadap kemudahan, risiko, dan manfaat investasi (Emon & Khan, 2025). Keterkaitan antara persepsi dukungan lingkungan dan niat perilaku ini mencerminkan dinamika yang kompleks dalam adopsi teknologi finansial. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa kesiapan infrastruktur berinteraksi secara simultan dengan tekanan sosial dan persepsi subjektif individu (Muin, 2023). Integrasi faktor-faktor ini relevan untuk memetakan dinamika perilaku investasi *cryptocurrency* di kota berkembang seperti Kota Batam.

Meskipun penelitian tentang investasi mata uang *cryptocurrency* terus berkembang, penelitian sebelumnya masih menunjukkan beberapa keterbatasan yang signifikan. Sebagian besar studi cenderung meneliti faktor penentu dengan menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) atau *Theory of Planned Behavior* (TPB) secara terpisah, sementara hanya memasukkan sejumlah variabel tambahan yang terbatas seperti *financial literacy*, *perceived risk*, atau *trust*, tanpa mengembangkan model yang terintegrasi dan komprehensif sepenuhnya. Selain itu, penerapan TPB dalam konteks Generasi Z umumnya berfokus pada *investment behavior* spekulatif dalam arti luas dan belum secara khusus disesuaikan dengan *cryptocurrency*, atau dikombinasikan dengan UTAUT, sehingga membatasi kedalaman analisis perilaku dan generalisasi temuan (Pandurugan & Al Shammakhi, 2024; Kumari *et al.*, 2023).

Peningkatan minat terhadap *cryptocurrency* tidak hanya mencerminkan kemajuan teknologi, tetapi juga perubahan paradigma masyarakat dalam manajemen keuangan digital (Alomari & Abdullah, 2023). Oleh karena itu, penelitian mengenai faktor-faktor seperti *financial literacy*, *perceived risk*, *facilitating conditions*, dan *social influence* terhadap *attitude* dan *behavioral intention* menjadi sangat relevan dalam konteks ekonomi digital saat ini (Jegerson *et al.*, 2025). Berlandaskan urgensi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengintegrasikan model UTAUT dan TPB guna menjelaskan *behavioral intention* dalam investasi *cryptocurrency*, dengan menempatkan *attitude* sebagai variabel mediasi yang menghubungkan faktor eksternal dengan *behavioral intention*. Fokus kajian ini diarahkan pada Generasi Z di Kota Batam sebagai representasi konteks kota yang berkembang, sekaligus untuk menguji kembali konsistensi pengaruh variabel-variabel tersebut dalam membentuk *attitude* dan *behavioral intention* yang rasional.

## **2. Kerangka Teoritis dan Tinjauan Pustaka**

### **2.1. Landasan Teori**

*Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dipelopori oleh Ajzen (1991) mendalilkan bahwa tindakan individu ditentukan oleh *behavioral intention*, yang dibentuk oleh tiga komponen utama: sikap (*attitude*), norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Di sisi lain, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh *et al.* (2003) menyajikan kerangka kerja komprehensif mengenai penerimaan teknologi mutakhir melalui determinan utama seperti *social influence* dan *facilitating conditions*. Integrasi kedua teori ini menjelaskan bahwa *behavioral intention* terbentuk melalui proses perseptual dan kognitif individu terhadap teknologi baru, di mana *attitude* berperan sebagai

variabel mediasi utama antara faktor lingkungan eksternal dan *behavioral intention individu* (Restuputri *et al.*, 2023; Eshpulatov *et al.*, 2025). Dalam konteks keuangan digital, *financial literacy*, *perceived risk*, *facilitating conditions*, dan *social influence* menjadi faktor dominan yang memengaruhi *attitude* terhadap adopsi *cryptocurrency*. Individu dengan tingkat *financial literacy* tinggi mampu menilai manfaat dan risiko secara rasional sehingga menunjukkan *attitude* positif terhadap investasi digital (Zeiß *et al.*, 2024; Masdupi *et al.*, 2024). Sebaliknya, *perceived risk* seperti volatilitas harga, keamanan data, dan ketidakpastian regulasi dapat menurunkan persepsi kegunaan serta kepercayaan terhadap aset digital (El Chaarani *et al.*, 2024; Li, 2025).

Selain faktor kognitif dan psikologis, dukungan teknis dan infrastruktur atau *facilitating conditions* turut memperkuat persepsi kemudahan dalam menggunakan teknologi keuangan (Lee *et al.*, 2024; Emon & Khan, 2025). Akses terhadap edukasi digital dan *facilitating conditions* menciptakan kenyamanan serta kepercayaan diri dalam berinvestasi pada aset berbasis *blockchain* (Jegerson *et al.*, 2025). Di sisi lain, *social influence* berperan penting terutama bagi generasi muda yang terpapar norma sosial dan komunitas daring yang mendorong *behavioral intention* (Recskó & Aranyossy, 2024; Maheshwari *et al.*, 2025). Secara keseluruhan, keempat faktor tersebut membentuk dasar *attitude* yang menentukan niat individu untuk berinvestasi dalam *cryptocurrency*. Namun, penelitian serupa di Kota Batam masih terbatas, sehingga studi ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji integrasi model UTAUT dan TPB dalam konteks Generasi Z pada ekosistem investasi digital.

## **2.2. Financial literacy dan Attitude**

*Financial literacy* menggambarkan kapasitas seseorang untuk mencerna konsep keuangan, mengelola informasi finansial, dan mengambil keputusan yang bijak dalam konteks ekonomi Indonesia (Masdupi *et al.*, 2024). Tingkat *financial literacy* yang baik memungkinkan individu memiliki kondisi keuangan yang lebih sehat serta kesadaran akan pentingnya pengelolaan sumber daya keuangan secara optimal (Candy & Vira, 2023). Berdasarkan TPB dan model UTAUT, *financial literacy* berperan penting dalam terbentuknya *attitude* positif terhadap investasi karena individu yang memahami risiko dan manfaat akan lebih percaya diri serta rasional dalam menilai peluang finansial (Restuputri *et al.*, 2023). Riset oleh Rahyuda & Candradewi (2023) pada mahasiswa di Bali menunjukkan bahwa mahasiswa dengan *financial literacy* tinggi cenderung memiliki *attitude* positif dalam menilai peluang investasi pada aset digital. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang *solid* memungkinkan individu memandang aset digital secara objektif. Selain itu, tingkat *financial literacy* yang tinggi meningkatkan kepercayaan diri dan mengurangi kecemasan terhadap ketidakpastian di pasar India (Maheshwari *et al.*, 2025). Dengan demikian, *attitude* positif terhadap keputusan berinvestasi sangat dipengaruhi oleh pemahaman keuangan investor Kanada, di mana tingginya tingkat *financial literacy* akan menstimulasi terbentuknya *attitude* investasi yang lebih baik terhadap aset berbasis teknologi seperti *cryptocurrency* (Hadan *et al.*, 2024). Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis:

H<sub>1</sub>: *Financial literacy* berpengaruh positif terhadap *attitude*.

### **2.3. Perceived Risk dan Attitude**

*Perceived risk* menggambarkan sejauh mana individu mempersepsikan potensi kerugian atau konsekuensi negatif dari keputusan investasi yang diambil (L. Wang *et al.*, 2024). Dalam konteks keuangan digital di Indonesia, persepsi ini mencakup risiko sosial, finansial, keamanan, serta waktu (Rahyuda & Candradewi, 2023). Penelitian L. Wang *et al.* (2024) dan Yao *et al.* (2024) pada adopsi teknologi di Cina menegaskan bahwa tingginya *perceived risk* akan menurunkan *attitude* positif terhadap adopsi perilaku baru. Dalam konteks *cryptocurrency*, semakin besar persepsi risiko terhadap volatilitas pasar, semakin rendah *attitude* positif investor terhadap penggunaan teknologi finansial. Dalam *Theory of Planned Behavior*, *perceived risk* bertindak sebagai hambatan kognitif yang memengaruhi pembentukan *attitude* seseorang. Individu yang merasa terancam oleh risiko finansial, keamanan, atau performa sistem akan cenderung memiliki *attitude* negatif terhadap teknologi baru (L. Wang *et al.*, 2024). Oleh karena itu, dalam konteks investasi *cryptocurrency*, semakin besar persepsi risiko terhadap volatilitas pasar dan keamanan platform, semakin rendah *attitude* positif investor terhadap penggunaan teknologi finansial berbasis *cryptocurrency*. Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis:

H<sub>2</sub>: *Perceived risk berpengaruh negatif terhadap attitude.*

### **2.4. Facilitating Conditions dan Attitude**

*Facilitating conditions* menggambarkan sejauh mana individu meyakini bahwa sumber daya, infrastruktur, dan dukungan teknis tersedia untuk memudahkan penggunaan suatu teknologi pada penelitian di Spanyol (García-Monleón *et al.*, 2023). Penelitian Jegerson *et al.* (2025) dan Lee *et al.* (2024) menunjukkan bahwa *facilitating conditions* secara signifikan meningkatkan *attitude* positif pada investor *cryptocurrency* Amerika Serikat terhadap inovasi baru. Dalam konteks *cryptocurrency*, infrastruktur yang andal memberikan kepercayaan kepada pengguna untuk bersikap positif terhadap investasi aset digital. Selain itu, studi Emon & Khan (2025) menggarisbawahi bahwa kemudahan akses dan dukungan teknis berfungsi sebagai pendorong utama dalam memperkuat *attitude* penerimaan terhadap inovasi digital di Bangladesh. Kondisi pendukung eksternal seperti pelatihan, bantuan teknis, dan dukungan organisasi meningkatkan kepercayaan diri pengguna serta memperkuat sikap positif terhadap teknologi berbasis AI. Dalam konteks investor *cryptocurrency* di UAE, pengguna yang merasa didukung oleh infrastruktur yang andal serta informasi yang jelas akan menunjukkan *attitude* yang lebih positif terhadap investasi aset digital (Jegerson *et al.*, 2025). Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis:

H<sub>3</sub>: *Facilitating conditions berpengaruh positif terhadap attitude.*

### **2.5. Social Influence dan Attitude**

*Social influence* menggambarkan sejauh mana perspektif dan perilaku orang di sekitar, seperti teman, keluarga, atau komunitas, mendorong keputusan individu untuk mengadopsi teknologi baru di Cina (Roh *et al.*, 2023). Studi Abdullah *et al.* (2024) pada investor keuangan digital di Malaysia menunjukkan bahwa tekanan sosial dan norma kelompok berperan penting dalam membentuk *attitude* positif terhadap investasi *cryptocurrency*.

Ketika investor India melihat keberhasilan orang lain dalam menggunakan aset digital, kepercayaan dan persepsi manfaat terhadap teknologi tersebut meningkat, sehingga menurunkan *perceived risk* (Raj & Balakrishnan, 2024). *Social influence* dari lingkungan juga berfungsi sebagai dorongan yang memperkuat keyakinan dan minat terhadap inovasi finansial (Roh *et al.*, 2023). Oleh karena itu, *social influence* menjadi faktor kunci yang mendorong terbentuknya *attitude* positif terhadap investasi berbasis *cryptocurrency*. Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis:

H<sub>4</sub>: *Social influence berpengaruh positif terhadap attitude.*

## **2.6. Financial Literacy dan Behavioral Intention**

Penelitian Adil *et al.* (2023) terhadap investor di India membuktikan bahwa *financial literacy* berperan penting dalam membentuk kemampuan individu memahami konsep keuangan, risiko, serta manfaat investasi untuk membuat keputusan yang rasional. Pengetahuan dan pengalaman keuangan yang baik meningkatkan kepercayaan diri individu dalam mengelola aset digital serta memperkuat niat mereka untuk berinvestasi pada investor *cryptocurrency* di Mongolia (Delgerjargal *et al.*, 2025). Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa *financial literacy* memiliki hubungan positif dengan adopsi layanan keuangan digital dan teknologi finansial di berbagai negara berkembang, termasuk Indonesia (Setiawan *et al.*, 2024; Budiarto *et al.*, 2023). Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat *financial literacy* seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut memiliki *behavioral intention* positif terhadap investasi *cryptocurrency* (Adil *et al.*, 2023). Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis:

H<sub>5</sub>: *Financial literacy berpengaruh positif terhadap behavioral intention.*

## **2.7. Perceived Risk dan Behavioral Intention**

*Perceived risk* menggambarkan sejauh mana individu mempersepsikan potensi kerugian, ketidakpastian, atau konsekuensi negatif dari penggunaan suatu teknologi baru (Li, 2025). Dalam konteks adopsi *cryptocurrency* di Thailand, risiko yang dirasakan meliputi volatilitas harga, keamanan transaksi, serta ketidakpastian regulasi yang dapat menghambat niat individu untuk berinvestasi (Rodpangtiam *et al.*, 2024). Tingkat risiko yang tinggi sering kali menimbulkan rasa takut atau kekhawatiran terhadap kehilangan aset digital dan penyalahgunaan data pribadi di Indonesia (Rahyuda & Candradewi, 2023). Penelitian Delgerjargal *et al.* (2025) menunjukkan bahwa semakin besar risiko yang dirasakan oleh investor di Mongolia, semakin rendah pula *behavioral intention* untuk mengadopsi dan berinvestasi dalam *cryptocurrency*. Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis:

H<sub>6</sub>: *Perceived Risk berpengaruh negatif terhadap Behavioral Intention.*

## **2.8. Facilitating Conditions dan Behavioral Intention**

*Facilitating conditions* menggambarkan sejauh mana individu meyakini bahwa infrastruktur, dukungan teknis, dan sumber daya yang memadai tersedia untuk memfasilitasi penggunaan teknologi baru, seperti *cryptocurrency*, di Arab Saudi (Alomari & Abdullah, 2023). Penelitian Raj & Balakrishnan (2024) menunjukkan bahwa ketersediaan *facilitating*

*conditions*, seperti konektivitas digital, sistem keamanan, serta dukungan komunitas daring, dapat menurunkan hambatan adopsi dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap transaksi aset digital di kalangan investor India. Studi [García-Monleón et al. \(2023\)](#) pada investor Spanyol menunjukkan bahwa dukungan institusional dan akses terhadap infrastruktur teknologi berperan penting dalam membentuk niat perilaku individu karena dapat mengurangi ketidakpastian dan memperkuat persepsi kontrol terhadap teknologi. Oleh karena itu, semakin baik kondisi pendukung yang dirasakan pengguna, semakin tinggi pula *behavioral intention* mereka untuk berpartisipasi dalam penggunaan serta investasi *cryptocurrency* di Hongaria ([Recskó & Aranyosy, 2024](#)) Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis:

H<sub>7</sub>: *Facilitating conditions berpengaruh positif terhadap behavioral intention.*

### **2.9. Social Influence dan Behavioral Intention**

*Social influence* mengacu pada sejauh mana pandangan orang lain seperti teman, keluarga, rekan kerja, dan kelompok sosial memengaruhi keputusan individu untuk mengadopsi teknologi baru seperti *cryptocurrency* pada investor Mongolia ([Delgerjargal et al., 2025](#)). Dalam konteks masyarakat kolektifis pada Bangladesh, tekanan sosial dan norma kelompok memiliki peran penting dalam membentuk *behavioral intention* karena individu cenderung mengikuti ekspektasi sosial dan rekomendasi dari lingkungan profesional maupun pribadi ([Emon & Khan, 2025](#)). Selain itu, *social influence* dari figur berpengaruh, komunitas daring, serta diskusi di media sosial dapat memperkuat minat dan keyakinan individu terhadap penggunaan *cryptocurrency* di Hongaria. Dengan demikian, semakin besar *social influence* yang dirasakan, semakin kuat pula *behavioral intention* individu untuk berpartisipasi dalam aktivitas investasi aset digital seperti *cryptocurrency* ([Recskó & Aranyosy, 2024](#)). Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis:

H<sub>8</sub>: *Social influence berpengaruh positif terhadap behavioral intention.*

### **2.10. Attitude dan Behavioral Intention**

*Attitude* mempresentasikan evaluasi positif atau negatif individu terhadap suatu perilaku, [Marheni et al. \(2023\)](#) menyatakan bahwa *attitude* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *behavioral intention* pada investor Indonesia. Sentimen ini khususnya beresonansi dengan investor milenial, memengaruhi kecenderungan mereka untuk berinvestasi, khususnya dalam mata uang *cryptocurrency*. Di Amerika Serikat, *attitude* positif terhadap teknologi terbukti meningkatkan niat seseorang untuk menggunakan dan berinvestasi pada aset berbasis *blockchain* karena persepsi manfaat dan kemudahan yang dirasakan ([Bland et al., 2024](#)). Menurut teori TPB, *attitude* seseorang terhadap suatu tindakan terbentuk dari keyakinan perilaku dan evaluasi hasil yang diharapkan, sehingga akan memotivasi individu untuk bertindak secara konsisten dengan keyakinan tersebut ([Pandurugan & Al Shammakhi, 2024](#)). Selain itu, dalam kerangka UTAUT, *attitude* terbukti menjadi faktor penentu langsung terhadap *behavioral intention* untuk berinvestasi dalam aset *cryptocurrency* karena menghubungkan penilaian kognitif dengan kesiapan emosional pengguna di Jerman, Austria, dan Swiss ([Zeiß et al., 2024](#)). Berdasarkan uraian tersebut, diajukan hipotesis:

H<sub>9</sub>: *Attitude berpengaruh positif terhadap behavioral intention.*

### **2.11. Financial Literacy, Perceived Risk, Facilitating Conditions, Social Influence dan Behavioral Intention dimediasi oleh Attitude**

*Attitude* berperan sebagai jembatan psikologis yang menghubungkan faktor eksternal dengan niat individu untuk berinvestasi dalam aset digital seperti *cryptocurrency*. Individu yang memiliki *financial literacy* yang tinggi cenderung menunjukkan kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam menilai peluang dan risiko investasi, sehingga membentuk *attitude* positif terhadap penggunaan *cryptocurrency* di Perancis dan Oman (Pandurugan & Al Shammakhi, 2024; El Chaarani *et al.*, 2024). Sebaliknya, *perceived risk* yang tinggi dapat menurunkan *attitude* positif tersebut, karena fluktuasi harga, isu keamanan, dan ketidakpastian regulasi menimbulkan rasa khawatir yang memengaruhi *behavioral intention* di UAE (Alsmadi *et al.*, 2023). Meski demikian, keberadaan *facilitating conditions* seperti dukungan teknologi, infrastruktur transaksi yang mudah, serta akses terhadap *platform* investasi digital mampu memperkuat kepercayaan dan kenyamanan pengguna di UAE terhadap *cryptocurrency* (Jegerson *et al.*, 2025). Selain itu, *social influence* dari lingkungan sosial, teman, atau komunitas investor di Malaysia dan Cina sering kali menjadi faktor pendorong kuat dalam membentuk *attitude* positif dan keyakinan untuk berinvestasi (Abdullah *et al.*, 2024; Roh *et al.*, 2023). Penelitian sebelumnya di Amerika Serikat dan Hongaria juga menekankan bahwa interaksi sosial dan norma kelompok dapat memperkuat *attitude* melalui efek sosial-emosional yang menumbuhkan rasa percaya dan validasi sosial terhadap *behavioral intention* (Lee *et al.*, 2024; Recskó & Aranyossy, 2024). Pada akhirnya, *attitude* yang positif terhadap *cryptocurrency* menjadi faktor mediasi penting yang mentransformasikan *financial literacy*, *perceived risk*, *facilitating conditions*, dan *social influence* menjadi *behavioral intention* nyata untuk berinvestasi pada aset digital di Bahrain, Arab Saudi, Kuwait, UEA dan Amerika Serikat (Abdeldayem & Aldulaimi, 2024; Meyer *et al.*, 2024).

H<sub>10a</sub>: *Financial literacy berpengaruh terhadap behavioral intention yang dimediasi oleh attitude.*

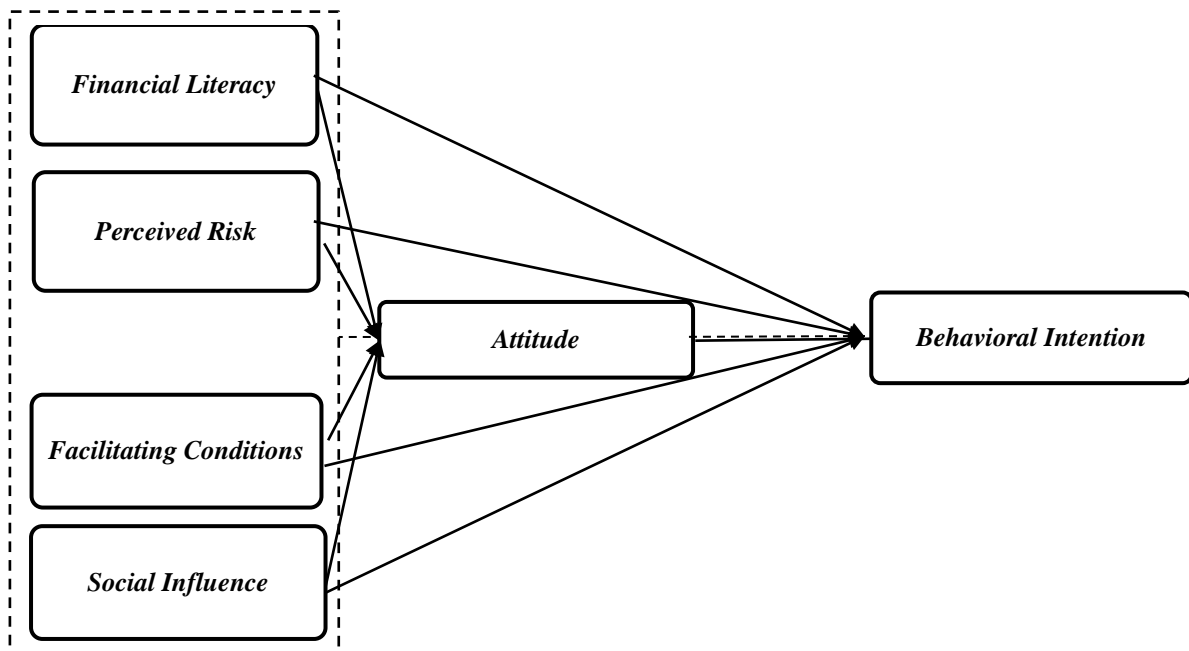
H<sub>10b</sub>: *Perceived risk berpengaruh terhadap behavioral intention yang dimediasi oleh attitude.*

H<sub>10c</sub>: *Facilitating conditions berpengaruh terhadap behavioral intention yang dimediasi oleh attitude.*

H<sub>10d</sub>: *Social influence berpengaruh terhadap behavioral intention dengan dimediasi oleh attitude.*

### **2.12. Kerangka Penelitian**

Kerangka yang dibentuk mengidentifikasi *financial literacy*, *perceived risk*, *facilitating conditions* dan *social influence* sebagai variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu *behavioral intention*, dengan *attitude* sebagai variabel mediasi yang berperan dalam memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. Kerangka pemikiran atau model penelitian menggambarkan hubungan antarvariabel independen, variabel mediasi, dan variabel dependen. Apakah *attitude* merupakan anteseden dari *behavioral intention* dan faktor apa saja yang mempengaruhinya akan diuji pada bagian selanjutnya.



**Gambar 1. Kerangka Penelitian**

### **3. Metode Penelitian**

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui data primer yang dikumpulkan dengan menerapkan kuesioner daring *Google Form* yang didistribusikan melalui berbagai jejaring sosial kepada calon responden pada periode Desember 2025 hingga Maret 2026. Jenis kuesioner yang diaplikasikan adalah kuesioner tertutup, yang merupakan kuesioner tertutup dengan pilihan yang telah ditentukan sebelumnya, sehingga memudahkan responden untuk mengisinya dan menyederhanakan pemrosesan data (Robba *et al.*, 2024). Skala Likert 5 poin digunakan untuk mengukur indikator yang terdiri dari sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Variabel yang dinilai terdiri dari serangkaian pertanyaan indikator yang ditampilkan dalam tata letak berkode. Kode BI dan ATT merupakan variabel dependen serta variabel mediasi dari *behavioral intention* dan *attitude*. Variabel tersebut terdiri dari FL (*financial literacy*), PR (*perceived risk*), FC (*facilitating conditions*), dan SI (*social influence*).

Penelitian ini memanfaatkan metode *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk mengkaji hubungan struktural antarvariabel dalam model konseptual. Pemilihan PLS-SEM dibenarkan oleh kesesuaiannya untuk tujuan prediktif, kemampuannya mengakomodasi banyak konstruk, kekokohnya dalam penelitian eksploratif, serta kemampuannya mengolah data dengan ukuran sampel yang tidak terlalu besar. Analisis dilaksanakan melalui dua fase, yaitu evaluasi model pengukuran (validitas dan reliabilitas indikator) serta evaluasi model struktural (pengaruh antarvariabel). Metode ini umum digunakan dalam penelitian perilaku investasi dan teknologi digital (Bajwa, 2025).

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif yang secara objektif dan terstruktur mengukur hubungan antarvariabel melalui data numerik. Pendekatan kuantitatif dipandang

sangat sesuai untuk penelitian yang mempelajari perilaku investasi, mengingat karakteristiknya yang mampu menguji teori secara deduktif serta menjelaskan hubungan kausalitas antar konstruk berdasarkan bukti empiris yang valid (Sihotang, 2023). Sejalan dengan urgensi tersebut, penelitian ini menggunakan kuesioner daring sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan persepsi responden mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berinvestasi. Selain itu, melalui pendekatan *convenience sampling* dalam non-probability sampling, sampel dipilih berdasarkan kemudahan akses peneliti serta kesediaan responden untuk melengkapi kuesioner yang disediakan (Dehghani et al., 2025).

Pemilihan investasi *cryptocurrency* didasarkan pada fakta bahwa sektor ini merepresentasikan dinamika ekonomi digital modern yang sangat dipengaruhi oleh perubahan paradigma masyarakat terhadap manajemen keuangan serta adopsi teknologi berbasis *blockchain* (Kayani & Hasan, 2024). Pemilihan subjek ini didasarkan pada studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa investor *cryptocurrency* saat ini didominasi oleh kelompok Generasi Z, sebagai kelompok yang memiliki akses mudah melalui platform *fintech* serta kecenderungan untuk mengadopsi inovasi keuangan digital sebagai bagian dari gaya hidup modern mereka (Yanida et al., 2025; Spohn, 2024). Penelitian ini menggunakan *10-times rule* sebagai dasar penentuan sampel, di mana jumlah responden ditentukan berdasarkan sepuluh kali jumlah hubungan terbanyak yang berpengaruh terhadap suatu konstruk dalam model yang diuji (Tubastuvi et al., 2024). Dengan demikian, penelitian ini menggunakan total sampel sebanyak 430 responden Generasi Z di Kota Batam.

#### **4. Hasil Penelitian**

Berdasarkan Tabel 2, dapat dijelaskan bahwa sebagian besar Gen Z berusia 19-23 tahun dengan latar belakang SMA/SMK. Hasil ini sesuai dengan target penelitian sebelumnya, yaitu seluruh Gen Z di Batam, sehingga selaras dengan tujuan yang diharapkan peneliti. Setelah analisis demografi responden, peneliti selanjutnya akan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Dalam pendekatan PLS-SEM, nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE) digunakan sebagai acuan untuk menilai validitas konvergen. Batas minimum untuk signifikansi indikator adalah nilai *outer loading* sebesar 0,50.

Di sisi lain, konstruk dinyatakan memiliki validitas konvergen yang kokoh jika nilai AVE-nya di atas 0,50, yang berarti konstruk mampu menjelaskan varians indikator di atas 50% (Cheung et al., 2024). *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR) digunakan sebagai instrumen untuk menilai reliabilitas konsistensi internal indikator pada suatu konstruk. Tingkat keandalan yang baik ditunjukkan oleh nilai *Cronbach's Alpha* dan CR yang secara konsisten melampaui ambang batas 0,70, yang mengindikasikan tingkat konsistensi dan kestabilan pengukuran yang memadai. Nilai reliabilitas yang memenuhi kriteria ini mengindikasikan bahwa indikator dalam suatu konstruk saling berkorelasi secara kuat dan dapat dipercaya (Bajwa, 2025). Berdasarkan hasil AVE, kumpulan data ini dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut karena variabel-variabel tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari 0,5 (lihat Tabel 3, Lampiran).

Penelitian ini menerapkan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) untuk menguji validitas diskriminan (Tabel 4). Untuk mencapai validitas diskriminan menurut kriteria

Fornell–Larcker, nilai akar kuadrat AVE pada setiap konstruk harus lebih tinggi daripada koefisien korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Sementara itu, pengujian HTMT mensyaratkan nilai rasio antarkonstruk berada di bawah 0,85 untuk menentukan bahwa setiap konstruk secara konseptual unik dan saling eksklusif (Cheung *et al.*, 2024).

**Tabel 2. Karakteristik Demografis Responden**

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki-Laki	240	55,81%
	Perempuan	190	44,19%
Usia	15-18	61	14,19%
	19-23	269	62,56%
	24-28	100	23,26%
Tingkat pendidikan terakhir	SMA/SMK	368	85,58%
	Diploma (D1, D2, D3, D4)	1	0,23%
	Sarjana (S1/S2/S3)	61	14,19%
Pekerjaan	Pegawai Swasta	308	71,63%
	Pegawai Negeri	3	0,70%
	Wirausaha	40	9,30%
	Tidak Bekerja	79	18,37%
Penghasilan	Tidak bekerja	54	12,56%
	<Rp1.000.000	18	4,19%
	Rp1.000.000-Rp5.000.000	54	12,56%
	Rp5.000.000-Rp10.000.000	275	63,95%
	>Rp10.000.000	29	6,74%
Sumber Penghasilan	Gaji	315	73,26%
	Bisnis	35	8,14%
	Investasi	3	0,70%
	Orang tua	77	17,9%
Seberapa sering Anda menggunakan atau berinvestasi dalam cryptocurrency?	Setiap minggu kurang lebih	16	3,72%
	3-6 kali per bulan	43	10%
	1-2 kali per bulan	91	21,16%
	Tidak tentu/ Sekali coba	143	33,26%
	Tidak pernah	137	31,86%

Sumber: Data primer diolah (2026)

Tabel 5 menunjukkan bahwa hipotesis memiliki *p-value* < 0,05, yang dinyatakan signifikan apabila nilai koefisien jalur memiliki *p-value* kurang dari 0,05 (Legate *et al.*, 2023), kecuali hubungan antara *perceived risk*, *facilitating conditions*, *attitude*, dan *behavioral intention*. Untuk H<sub>2</sub> dan H<sub>7</sub>, *p-value* sebesar 0,992 dan 0,113 lebih tinggi dari kriteria signifikansi < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *perceived risk* dan *facilitating conditions* memiliki pengaruh minimal terhadap *attitude* atau *behavioral intention* pada Generasi Z.

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Diskriminan (Heterotrait-Monotrait Ratio)**

Variable	ATT	BI	FC	FL	PR	SI
ATT						
BI	0,733					
FC	0,599	0,273				
FL	0,513	0,349	0,713			
PR	0,374	0,041	0,575	0,456		
SI	0,704	0,337	0,749	0,534	0,523	

Sumber: Data primer diolah (2026)

**Tabel 5. Path Coefficients (Direct Effect)**

<i>Variable</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P-Value</i>	<i>Results</i>
FL>ATT	0,165	3,335	0,001**	H <sub>1</sub> : Terbukti
PR>ATT	0,003	0,010	0,992	H <sub>2</sub> : Tidak Terbukti
FC>ATT	0,159	2,860	0,004**	H <sub>3</sub> : Terbukti
SI>ATT	0,442	8,594	0,000**	H <sub>4</sub> : Terbukti
FL>BI	0,130	2,520	0,012*	H <sub>5</sub> : Terbukti
PR>BI	-0,239	5,448	0,000**	H <sub>6</sub> : Terbukti
FC>BI	-0,080	1,588	0,113	H <sub>7</sub> : Tidak Terbukti
SI>BI	-0,109	2,208	0,028*	H <sub>8</sub> : Terbukti
ATT>BI	0,817	22,825	0,000**	H <sub>9</sub> : Terbukti

\*\* Sig < 1%, \* Sig < 5%, Sumber: Data primer diolah (2026)

Penelitian ini menunjukkan adanya efek tidak langsung antarvariabel. Efek mediasi dinyatakan signifikan apabila *indirect effect* menunjukkan *p-value* < 0,05 (Sabol *et al.*, 2023). Tabel di bawah menunjukkan bahwa financial literacy (t-value= 3,303, p-value= 0,001), social influence (t-value= 7,883, p-value= 0,000), dan facilitating conditions (t-value= 2,832, p-value= 0,005) memiliki *indirect effect* terhadap behavioral intention, sedangkan perceived risk (t-value= 0,010, p-value= 0,992) tidak memiliki *indirect effect* terhadap behavioral intention.

**Tabel 6. Indirect effect**

<i>Variable</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>T-Statistic</i>	<i>P-Value</i>	<i>Results</i>
FL>ATT>BI	0,135	3,303	0,001**	H <sub>10a</sub> : Terbukti
PR>ATT>BI	0,003	0,010	0,992	H <sub>10b</sub> : Tidak Terbukti
FC>ATT>BI	0,130	2,832	0,005**	H <sub>10c</sub> : Terbukti
SI>ATT>BI	0,361	7,883	0,000**	H <sub>10d</sub> : Terbukti

\*\* Sig < 1%, Sumber: Data primer diolah (2026)

Interval nilai 0 hingga 1 merupakan batasan *Adjusted R<sup>2</sup>*, dengan ketentuan bahwa peningkatan nilai tersebut mengindikasikan kualitas daya prediksi model struktural yang semakin optimal. Nilai 0,75 dikategorikan kuat, 0,50 moderat, dan 0,25 lemah (Tilahun *et al.*, 2023). Tabel berikut menunjukkan bahwa attitude memiliki nilai 0,427 dan behavioral intention memiliki nilai 0,538, yang menunjukkan bahwa variabel independen memengaruhi attitude dan behavioral intention.

**Tabel 7. Hasil R Square**

<i>Variable</i>	<i>R<sup>2</sup></i>	<i>R<sup>2</sup> Adjusted</i>
Attitude	0,432	0,427
Behavioral Intention	0,543	0,538

Sumber: Data primer diolah (2026)

**Tabel 8. Hasil Uji Quality Index**

<i>Communality</i>	<i>R<sup>2</sup> Adjusted</i>	<i>GoF</i>
0,648	0,483	0,559

Uji *quality index* digunakan untuk menilai kesesuaian model penelitian secara keseluruhan melalui nilai *Goodness of Fit* (GoF), yang dihitung dengan cara mengalikan rata-rata *Average Variance Extracted* (AVE) dan rata-rata *Adjusted R<sup>2</sup>*, kemudian mencari akar kuadratnya. Model dikategorikan kurang baik apabila nilai GoF < 0,10, menengah apabila nilai GoF sekitar 0,25, dan baik apabila nilai GoF > 0,36. (Guenther *et*

al., 2023). Uji *quality index* menghasilkan nilai 0,559, yang menunjukkan bahwa nilai GoF dapat dikategorikan sebagai model yang baik setelah memenuhi kriteria  $GoF > 0,36$ . Dalam model struktural, kontribusi tiap variabel eksogen terhadap variabel endogen dapat diukur dan dinilai menggunakan nilai efek  $f^2$ . Menurut Gamil & Abd Rahman (2023), nilai  $f^2$  sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 masing-masing menunjukkan efek kecil, sedang, dan besar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attitude* memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap *behavioral intention* ( $f^2 = 0,821$ ). *Social influence* memiliki efek sedang terhadap *attitude* ( $f^2 = 0,203$ ), sedangkan variabel lainnya menunjukkan efek kecil hingga tidak signifikan. *Perceived risk* tidak menunjukkan efek terhadap *attitude* ( $f^2 = 0,000$ ).

**Tabel 9. Hasil  $f$  Square**

<i>Variable</i>	<b>ATT</b>	<b>BI</b>
ATT		0,821
BI		
FC	0,021	0,006
FL	0,029	0,023
PR	0,000	0,089
SI	0,203	0,012

Sumber: Data primer diolah (2026)

*Construct Cross-validated Redundancy* atau  $Q^2$  dinilai menggunakan prosedur *blindfolding*, dihitung sebagai  $Q^2 = 1 - (SSE/SSO)$ . Apabila nilai  $Q^2$  yang melampaui nol menjadi bukti bahwa model yang diuji memiliki kemampuan relevansi prediktif terhadap variabel endogen. (Gamil & Abd Rahman, 2023). Hasilnya menunjukkan bahwa *attitude* ( $Q^2 = 0,289$ ) dan *behavioral intention* ( $Q^2 = 0,342$ ) keduanya melebihi 0,25 sehingga menunjukkan tingkat relevansi prediktif yang moderat. Oleh karena itu, model menunjukkan kemampuan prediktif yang memadai untuk konstruksi endogen.

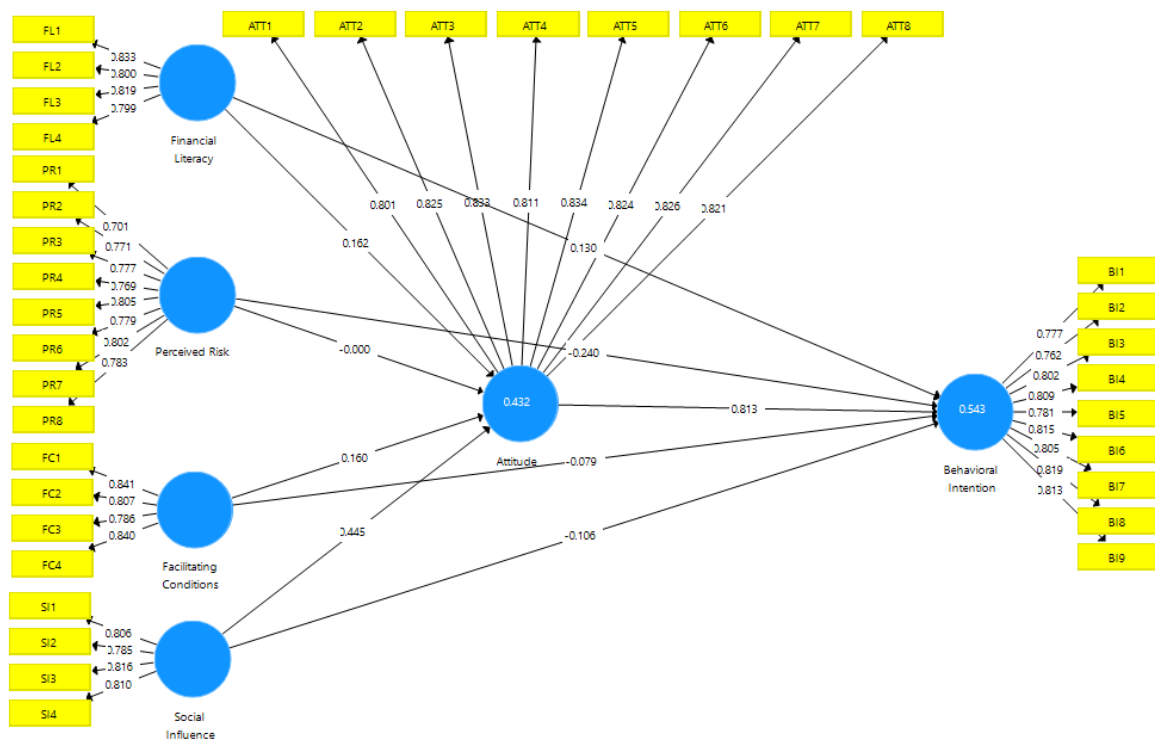
**Tabel 10. Hasil  $Q$  Square**

<i>Variable</i>	<b><math>Q^2</math></b>
<i>Attitude</i> (ATT)	0,289
<i>Behavioral intention</i> (BI)	0,342

Sumber: Data primer diolah (2026)

Hasil penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai perilaku investasi *cryptocurrency* di kalangan Generasi Z di Kota Batam dengan mengintegrasikan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Secara teoretis, temuan ini mengonfirmasi bahwa *behavioral intention* bukan merupakan hasil keputusan impulsif, melainkan merupakan proses kognitif yang dimediasi oleh *attitude*. Dalam kerangka TPB, *attitude* merupakan penentu utama dari *behavioral intention*. Hasil penelitian ini secara empiris mendukung TPB, di mana *attitude* memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap *behavioral intention* ( $f^2 = 0,821$ ). Hal ini konsisten dengan temuan Bland et al. (2024) yang menyatakan bahwa keyakinan evaluatif terhadap teknologi *blockchain* secara signifikan memotivasi niat investasi seseorang. Sejalan dengan model UTAUT, peran *facilitating conditions* dan *social influence* sebagai variabel eksternal terbukti penting dalam membentuk *attitude* tersebut, yang kemudian mentransformasikan pengaruh sosial dan dukungan infrastruktur menjadi niat investasi.

Namun, penelitian ini juga memberikan perspektif baru yang melengkapi UTAUT. Meskipun UTAUT berasumsi bahwa *facilitating conditions* secara langsung memengaruhi niat penggunaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bagi Generasi Z di Kota Batam, *facilitating conditions* lebih berperan secara tidak langsung melalui *attitude*. Selain itu, ketidaksignifikan *perceived risk* terhadap *attitude* dalam penelitian ini menjadi temuan unik yang menunjukkan bahwa bagi investor muda di kota berkembang, volatilitas pasar tidak lagi dianggap sebagai hambatan kognitif utama, melainkan sebagai karakteristik inheren dari investasi digital. Temuan ini berbeda dengan penelitian [Zeiß et al. \(2024\)](#) yang menemukan pengaruh signifikan, namun mendukung pandangan bahwa Generasi Z mungkin memproses risiko secara berbeda sebagai bagian dari gaya hidup digital. Dengan mengintegrasikan kedua teori ini, penelitian ini berhasil memetakan bahwa *attitude* bertindak sebagai "jembatan psikologis" yang mentransformasikan faktor-faktor eksternal seperti *financial literacy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* menjadi keputusan investasi yang konkret. Temuan ini memperluas validitas integrasi UTAUT dan TPB dalam konteks ekonomi digital yang dinamis, sekaligus menegaskan bahwa perilaku investasi Generasi Z di Batam tidak hanya didorong oleh rasionalitas teknis, tetapi juga oleh validasi sosial dan kesiapan emosional individu, sebagaimana ditekankan oleh [Abdullah et al. \(2024\)](#) dan [Roh et al. \(2023\)](#).



**Gambar 2. Hasil Analisis Hipotesis**

Hasil pada Tabel 5 mengindikasikan bahwa *financial literacy* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap *attitude*. Gagasan bahwa individu dengan tingkat *financial literacy* yang lebih tinggi dapat secara rasional menilai risiko dan manfaat investasi digital memperkuat temuan ini. [Masdupi et al. \(2024\)](#) menunjukkan bahwa *financial literacy* memberdayakan individu untuk memproses informasi keuangan dan membuat keputusan

yang bijaksana dalam ekonomi modern. Pemahaman yang solid tentang keuangan memungkinkan individu memandang *cryptocurrency* secara objektif, bukan secara emosional (Rahyuda & Candradewi, 2023). Dengan penemuan tersebut, penelitian ini menerima H<sub>1</sub> yang menyatakan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *attitude*.

Kedua, hasil penelitian ini menolak H<sub>2</sub> karena *perceived risk* tidak berpengaruh signifikan terhadap *attitude*. Hal ini sejalan dengan temuan Tyrellio & Sudyasjayanti (2025) yang menunjukkan bahwa bagi investor di pasar negara berkembang, risiko volatilitas *cryptocurrency* kini dianggap sebagai karakteristik standar ekosistem digital daripada hambatan kognitif. Generasi Z saat ini memiliki toleransi risiko yang lebih tinggi dan lebih mengutamakan kemandirian finansial daripada sekadar menghindari kerugian. Selain itu, pengaruh emosional seperti FOMO sering kali mendominasi pengambilan keputusan, sehingga pertimbangan rasional mengenai risiko menjadi sekunder dibandingkan potensi keuntungan pasar Ng *et al.* (2023). Fenomena ini mengindikasikan bahwa *attitude* responden di Batam lebih dibentuk oleh kemudahan akses dan dukungan sosial daripada ketakutan terhadap risiko investasi.

Ketiga, temuan ini mengungkapkan bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *attitude*. Ketersediaan dukungan teknis, pendidikan digital, dan aksesibilitas perangkat berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap *cryptocurrency*. Emon & Khan (2025) dan juga Jegerson *et al.* (2025) sebelumnya berpendapat bahwa persepsi terhadap *facilitating conditions* memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk *attitude* positif terhadap teknologi baru, menyoroti bahwa kemudahan akses dan dukungan teknis bertindak sebagai pendorong utama dalam memperkuat sikap penerimaan terhadap inovasi digital. Dalam konteks *cryptocurrency*, pengguna yang merasa didukung oleh fasilitas yang andal dan informasi yang jelas akan menunjukkan *attitude* yang lebih positif terhadap investasi aset digital. Oleh karena itu, penelitian ini menerima H<sub>3</sub>, yang menyatakan bahwa *facilitating conditions* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *attitude*.

Keempat, hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara *social influence* dan *attitude*. Ketika individu mengamati keberhasilan rekan-rekan mereka dalam menggunakan aset digital, persepsi mereka tentang manfaat teknologi meningkat, yang kemudian mengurangi *perceived risk* (Pushpa Raj & Balakrishnan, 2024). Roh *et al.* (2023) dan Abdullah *et al.* (2024) menegaskan bahwa tekanan sosial dan standar kelompok berperan penting dalam membentuk *attitude* positif terhadap *cryptocurrency*. *Social influence* dari lingkungan berfungsi sebagai faktor pendorong penting yang memperkuat minat terhadap inovasi keuangan. Karena itu, penelitian ini menerima H<sub>4</sub>, yang menyatakan bahwa *social influence* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *attitude*.

Kelima, penelitian ini menunjukkan bahwa *financial literacy* berkorelasi positif dengan *behavioral intention*. Adil *et al.* (2023) melaporkan bahwa *financial literacy* sangat penting untuk membangun kemampuan individu dalam memahami konsep dan risiko keuangan, serta memperkuat kemampuan mereka dalam membuat keputusan yang rasional.

Individu Generasi Z yang memiliki kesadaran keuangan lebih cenderung menunjukkan kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam mengelola aset digital, yang berarti memperkuat *behavioral intention* mereka untuk berinvestasi dalam *cryptocurrency* (Delgerjargal *et al.*, 2025). Hubungan ini menunjukkan bahwa edukasi keuangan berperan krusial dalam membentuk pola pikir investor muda. Dengan demikian, penelitian ini menerima H5, yang menyatakan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

Keenam, penelitian ini menegaskan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *perceived risk* dan *behavioral intention* Generasi Z. Persepsi volatilitas tinggi, masalah keamanan transaksi, dan ketidakpastian regulasi merupakan hambatan besar bagi *behavioral intention*. *Perceived risk* tinggi seringkali memicu kecemasan terkait potensi kehilangan aset digital dan penyalahgunaan data pribadi (Rahyuda & Candradewi, 2023). Delgerjargal *et al.* (2025) memberikan bukti lebih lanjut bahwa peningkatan *perceived risk* secara langsung mengurangi *behavioral intention* untuk mengadopsi *cryptocurrency*. Oleh karena itu, penelitian ini menerima H6, yang menyatakan bahwa *perceived risk* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

Ketujuh, hasil penelitian menunjukkan bahwa *facilitating conditions* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap *behavioral intention* Generasi Z dalam berinvestasi pada mata uang *cryptocurrency*. Ketidaksignifikan ini mengindikasikan bahwa bagi Generasi Z, keberadaan infrastruktur teknis, dukungan sumber daya, dan kemudahan akses tidak secara otomatis memicu keinginan mereka untuk berinvestasi. Hal ini dimungkinkan karena mereka telah memiliki literasi digital yang tinggi, sehingga ketersediaan fasilitas bukan lagi menjadi faktor penentu utama (Oktawiranti *et al.*, 2025). Dalam konteks ini, *facilitating conditions* yang memadai sering dianggap sebagai pengurang rintangan saja, namun tidak secara aktif menciptakan keinginan atau *behavioral intention* untuk terlibat dalam aktivitas berisiko tinggi seperti *cryptocurrency* jika faktor motivasi lainnya tidak terpenuhi (Tyrellio & Sudyasjanti, 2025).

Kedelapan, penelitian ini menunjukkan dampak signifikan *social influence* terhadap *behavioral intention*. Dalam masyarakat kolektif, harapan sosial dan rekomendasi dari teman dan keluarga sangat menentukan *behavioral intention* (Emon & Khan, 2025). Hal ini sejalan dengan teori *social influence* yang menyatakan bahwa ekspektasi dari kelompok acuan dapat mendikte keputusan individu dalam mengadopsi teknologi baru, keterpaparan yang intens terhadap komunitas daring, rekomendasi dari *influencer*, serta tren di media sosial terbukti menjadi katalisator utama yang memperkuat kesiapan Generasi Z untuk terlibat aktif dalam investasi aset digital (Recskó & Aranyossy, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini menerima H8, yang menyatakan bahwa *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*.

Kesembilan, hasil penelitian menunjukkan hubungan kausal yang kuat antara *attitude* dan *behavioral intention*. *Attitude* berfungsi sebagai sikap evaluatif individu terhadap suatu tindakan yang secara langsung menentukan niat untuk bertindak (Marheni *et al.*, 2023). Bland *et al.* (2024) mengungkapkan bahwa *attitude* positif terhadap teknologi *blockchain*

secara signifikan meningkatkan *behavioral intention* seseorang untuk berinvestasi karena kemudahan dan kegunaannya yang diakui. Selain itu, dalam kerangka TPB, *attitude* positif terus memotivasi individu untuk bertindak konsisten dengan keyakinan *behavioral intention* mereka (Pandurugan & Al Shammakhi, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini menerima H<sub>9</sub>, yang menyatakan bahwa *attitude* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *behavioral intention*.

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa *attitude* berperan krusial sebagai jembatan psikologis yang mentransformasikan faktor-faktor eksternal menjadi *behavioral intention* yang nyata, di mana *attitude* terbukti secara signifikan memediasi pengaruh *financial literacy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* terhadap *behavioral intention*. Hal ini menunjukkan bahwa *financial literacy* yang baik meningkatkan kepercayaan diri individu, ketersediaan infrastruktur digital menumbuhkan rasa nyaman, serta validasi sosial dari komunitas berfungsi sebagai penguat emosional yang membentuk *attitude* positif individu sebelum memutuskan untuk berinvestasi, sesuai dengan temuan (Alomari & Abdullah, 2023; Lee et al., 2024; Abdullah et al., 2024). Namun, *attitude* tidak menunjukkan efek mediasi yang signifikan terhadap *perceived risk* dalam memengaruhi *behavioral intention*, yang mengindikasikan bahwa bagi Generasi Z yang disurvei, risiko volatilitas *cryptocurrency* telah dianggap sebagai karakteristik standar ekosistem digital sehingga tidak lagi berfungsi sebagai penghalang kognitif yang mampu mengubah *attitude* atau niat mereka, temuan ini memberikan perspektif unik yang berbeda dari riset terdahulu oleh (Zeiß et al., 2024). Secara keseluruhan, pola ini menegaskan bahwa bagi Generasi Z di Batam, faktor eksternal (*financial literacy*, *facilitating conditions*, dan pengaruh sosial) harus terlebih dahulu disaring melalui evaluasi sikap individu sebelum mereka memutuskan untuk mengadopsi investasi aset digital.

## **5. Kesimpulan dan Saran**

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh *financial literacy*, *perceived risk*, *facilitating conditions*, dan *social influence* terhadap *behavioral intention* untuk berinvestasi dalam *cryptocurrency* di kalangan Generasi Z di Kota Batam, dengan menggunakan *attitude* sebagai variabel mediasi. Memahami faktor-faktor ini sangat penting karena ekonomi digital global terus bergeser dan aset digital seperti *cryptocurrency* semakin banyak diadopsi oleh generasi muda. Penelitian ini mengkaji pendorong utama di balik keputusan investasi modern ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* dan *social influence* memiliki pengaruh positif signifikan secara langsung terhadap *attitude* dan *behavioral intention* Generasi Z. Sebaliknya, *perceived risk* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *attitude* tetapi memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap *behavioral intention*. *Facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude*, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention*. Secara tidak langsung, *attitude* berhasil memediasi hubungan antara *financial literacy*, *social influence*, *facilitating conditions*, dan *behavioral intention*, tetapi gagal memediasi *perceived risk*. Penelitian ini menemukan bahwa *perceived risk* tidak secara signifikan memengaruhi *attitude*, yang tidak sejalan dengan ekspektasi teoritis tradisional bahwa Generasi Z mungkin memproses *perceived risk* secara berbeda.

Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan metode *convenience sampling* dalam menjangkau responden Generasi Z di Kota Batam. Metode ini mungkin belum sepenuhnya mencakup keragaman latar belakang sosial ekonomi, variasi tingkat fasilitas digital, serta pengaruh budaya lokal yang unik di berbagai kecamatan di Kota Batam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas metode pengambilan sampel dengan pendekatan yang lebih representatif dan terstruktur guna menjangkau cakupan wilayah regional yang lebih luas. Selain itu, penelitian ini berfokus pada integrasi model UTAUT dan TPB, namun masih terdapat faktor psikologis penting yang belum diakomodasi dalam model tersebut. Banyak faktor perilaku yang harus dipertimbangkan sebelum menentukan variabel yang dapat mengoptimalkan investasi digital secara aman. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel psikologis seperti *Fear of Missing Out* (FOMO) ke dalam model penelitian, untuk lebih menangkap sifat impulsif dan aktif dari *behavioral intention* dalam berinvestasi pada aset cryptocurrency, yang sering kali tidak sepenuhnya tertangkap oleh variabel kognitif tradisional (Gerrans *et al.*, 2023).

#### **Daftar Pustaka**

- Abdeldayem, M., & Aldulaimi, S. (2024). Investment decisions determinants in the GCC cryptocurrency market: a behavioural finance perspective. *International Journal of Organizational Analysis*, 32(6), 1073–1087. <https://doi.org/10.1108/IJOA-02-2023-3623>
- Abdullah, N. S. N., Basarud-Din, S. K., & Abdullah, N. K. (2024). Investigating factors affecting the investors' intention to accept cryptocurrency investment in Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 18(1), 1–19. <https://doi.org/10.47836/ijeam.18.1.01>
- Adil, M., Singh, Y., Subhan, M., Saleh Al-Faryan, M. A., & Ansari, M. S. (2023). Do trust in financial institution and financial literacy enhances intention to participate in stock market among Indian investors during COVID-19 pandemic? *Cogent Economics and Finance*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2169998>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- 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 and Management*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2178092>
- Alsmadi, A. A., Shuhaiber, A., & Al-Omoush, 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*, (4):1–17. <https://doi.org/10.1155/2023/8259139>
- Bajwa, I. A. (2025). Reinvestment intentions in cryptocurrency: Examining the dynamics of risks and investor risk tolerance. *Digital Business*, 5(2), 100104. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2024.100104>
- Bland, E., Changchit, C., Cutshall, R., & Pham, L. (2024). Behavioral and psychological determinants of cryptocurrency investment: Expanding UTAUT with perceived enjoyment and risk factors. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(10). <https://doi.org/10.3390/jrfm17100447>

- Budiarto, D. S., Prabowo, M. A., & Kartika, T. N. (2023). Does performance improve sustainability? Empirical research on Indonesian MSMEs. *International Journal of Business and Society*, 24(3), 1252-1265. <https://doi.org/10.33736/ijbs.6422.2023>
- Candy., & Vira. (2023). Financial behavior as key factors affecting Indonesian Gen-Z entrepreneurial intention. *International Journal Of Applied Business Research*, 6(2), 152–172. <https://ijabr.polban.ac.id/ijabr/article/view/363/109>
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2024). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*, 41(2), 745–783. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>
- Dehghani M. A., Karavidas, D., Rese, A., & Acikgoz, F. (2025). Bridging the adoption gap for cryptocurrencies: understanding the affordances that impact approach–avoidance behavior for potential users and continuation usage for actual users. *Information Technology and People*, 38(1), 497–530. <https://doi.org/10.1108/ITP-10-2022-0821>
- Delgerjargal, D., Khurelbaatar, A., & Delgerjargal, D. (2025). Empirical analysis of factors influencing the behavioral intention to use cryptocurrency among mongolian customers: Extended UTAUT2 model. *SAGE Open*, 15(2). <https://doi.org/10.1177/21582440251328141>
- El Chaarani, H., EL Abiad, Z., El Nemar, S., & Sakka, G. (2024). Factors affecting the adoption of cryptocurrencies for financial transactions. *EuroMed Journal of Business*, 19(1), 46–61. <https://doi.org/10.1108/EMJB-04-2023-0121>
- Emon, M. M. H., & Khan, T. (2025). The mediating role of attitude towards the technology in shaping artificial intelligence usage among professionals. *Telematics and Informatics Reports*, 17(03):100188. <https://doi.org/10.1016/j.teler.2025.100188>
- Eshpulatov, D., Berdiev, G., & Artemenkov, A. (2025). Modeling the determinants of stock market investment intention and behavior among studying adults: Evidence from University students using PLS-SEM. *International Journal of Financial Studies*, 13(3), 138. <https://doi.org/10.3390/ijfs13030138>
- Gamil, Y., & Abd Rahman, I. (2023). Studying the relationship between causes and effects of poor communication in construction projects using PLS-SEM approach. *Journal of Facilities Management*, 21(1), 102–148. <https://doi.org/10.1108/JFM-04-2021-0039>
- García-Monleón, F., Erdmann, A., & Arilla, R. (2023). A value-based approach to the adoption of cryptocurrencies. *Journal of Innovation and Knowledge*, 8(2). <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100342>
- Gerrans, P., Abisekaraj, S. B., & Liu, Z. (Frank). (2023). The fear of missing out on cryptocurrency and stock investments: Direct and indirect effects of financial literacy and risk tolerance. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, 1(1), 103–137. <https://doi.org/10.1017/flw.2023.6>
- Guenther, P., Guenther, M., Ringle, C. M., Zaefarian, G., & Cartwright, S. (2023). Improving PLS-SEM use for business marketing research. *Industrial Marketing Management*, 111, 127–142. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.03.010>
- Hadan, H., Zhang-Kennedy, L., Nacke, L., & Mäkelä, V. (2024). Comprehending the crypto-curious: How investors and inexperienced potential investors perceive and practice cryptocurrency trading. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 40(19), 5675–5696. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2239556>
- Jegerson, D., Mertzanis, C., & Khan, M. (2025). Investigating the unexpected determinants of cryptocurrency adoption in the UAE. *International Journal of Emerging Markets*, 20(6), 2524–2544. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-06-2023-0924>

- Kayani, U., & Hasan, F. (2024). Unveiling cryptocurrency impact on financial markets and traditional banking systems: Lessons for sustainable blockchain and interdisciplinary collaborations. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(2). <https://doi.org/10.3390/jrfm17020058>
- Kumari, V., Bala, P. K., & Chakraborty, S. (2023). An empirical study of user adoption of cryptocurrency using blockchain technology: Analysing role of success factors like technology awareness and financial literacy. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(3), 1580–1600. <https://doi.org/10.3390/jtaer18030080>
- Lee, S., Jones-Jang, S. M., Chung, M., Kim, N., & Choi, J. (2024). Who is using ChatGPT and why? Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) model. *Information Research*, 29(1), 54–72. <https://doi.org/10.47989/ir291647>
- Legate, A. E., Hair, J. F., Chretien, J. L., & Risher, J. J. (2023). PLS-SEM: Prediction-oriented solutions for HRD researchers. *Human Resource Development Quarterly*, 34(1), 91–109. <https://doi.org/10.1002/hrdq.21466>
- Li, W. (2025). A study on factors influencing designers' behavioral intention in using AI-generated content for assisted design: Perceived anxiety, perceived risk, and UTAUT. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 41(2), 1064–1077. <https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2310354>
- Maheshwari, H., Samantaray, A. K., Panigrahi, R. R., & Jena, L. K. (2025). Financial literacy in predicting investment decisions: do attitude and overconfidence influence? *International Journal of Social Economics*, 52(2), 220–235. <https://doi.org/10.1108/IJSE-05-2023-0370>
- Marheni, D. K., Jenny, J., & Agustin, I. N. (2023). Cryptocurrency decision analysis as an instrument in modern financial markets through investment intention. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 16(2), 237–254. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v16i2.17476>
- Masdupi, E., Firman, Rasyid, R., & Darni, M. O. (2024). Financial literacy and sustainability in SMEs: Do financial risk attitude, access to finance, and organizational risk-taking tolerance mediate? *Asian Economic and Financial Review*, 14(1), 43–58. <https://doi.org/10.55493/5002.v14i1.4959>
- Meyer, J. H., Friederich, F., Matute, J., & Schwarz, M. (2024). My money—My problem: How fear-of-missing-out appeals can hinder sustainable investment decisions. *Psychology and Marketing*, 41(11), 2677–2694. <https://doi.org/10.1002/mar.22077>
- Muin A. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian Kuantitatif* (A. Maulana, Ed.; I, Number I). Literasi Nusantara Abadi.
- Ng, I., Budiman, J., Junita, Viviani, Lindawati, & Joey. (2023). Determinan Keputusan Investasi Pada Cryptocurrency. *Jurnal Bina Manajemen*, 11(2), 106–123. <https://doi.org/10.52859/jbm.v11i2.315>
- Oktawiranti, A., Rahmawati, R., Achmad, G. N., & Zainurossalamia, S. (2025). Exploring the factors influencing the intention to use digital banking: The role of resonance FOMO as a moderator. *Banks and Bank Systems*, 20(1), 161–173. [https://doi.org/10.21511/bbs.20\(1\).2025.14](https://doi.org/10.21511/bbs.20(1).2025.14)
- Pandurangan, V., & Al Shammakhi, B. N. S. (2024). Modelling the theory of planned behaviour to evaluate the investment intention of Generation Z in the speculative market: stocks, Forex and cryptocurrencies. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*, 42(4), 1900–1916. <https://doi.org/10.1108/AGJSR-07-2023-0319>

- Podsakoff, P. M., Podsakoff, N. P., Williams, L. J., Huang, C., & Yang, J. (2023). Workaholism: Taking stock and looking forward, *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 11, 17-61. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-110721>
- Rahyuda, H., & Candradewi, M. R. (2023). Determinants of cryptocurrency investment decisions (Study of students in Bali). *Investment Management and Financial Innovations*, 20(2), 193–204. [https://doi.org/10.21511/imfi.20\(2\).2023.17](https://doi.org/10.21511/imfi.20(2).2023.17)
- Raj P. K., & Balakrishnan, S. (2024). Using the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT) model to study investors' buying behaviour towards mutual funds. *Asian Journal of Business and Accounting*, 17(1), 225–246. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol17no1.8>
- Recskó, M., & Aranyossy, M. (2024). User acceptance of social network-backed cryptocurrency: a unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT)-based analysis. *Financial Innovation*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00511-4>
- Restuputri, D. P., Refoera, F. B., & Masudin, I. (2023). Investigating acceptance of digital asset and crypto investment applications based on the use of technology model (UTAUT2). *FinTech*, 2(3), 388–413. <https://doi.org/10.3390/fintech2030022>
- Robba, M., Sorgente, A., & Iannello, P. (2024). Disentangling the “crypto fever”: An exploratory study of the psychological characteristics of cryptocurrency owners. *Current Research in Behavioral Sciences*, 6. <https://doi.org/10.1016/j.crbeha.2024.100151>
- Rodpangtiam, A., Boonchutima, S., & Mazahir, I. (2024). Perception of social media users regarding cryptocurrency investment adoption: a case of social media platform–Reddit. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2402513>
- Roh, T., Il Park, B., & Xiao, S. (2023). Adoption of AI-Enabled Robo-Advisors in fintech: Simultaneous employment of UTAUT and the theory of reasoned action. *Journal of Electronic Commerce Research*, 24(1). <http://www.jecr.org/node/676>
- Sabol, M., Hair, J., Cepeda, G., Roldán, J. L., & Chong, A. Y. L. (2023). PLS-SEM in information systems: Seizing the opportunity and marching ahead full speed to adopt methodological updates. *Industrial Management and Data Systems*, 123(12), 2997–3017. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2023-0429>
- Setiawan, B., Phan, T. D., Medina, J., Wieriks, M., Nathan, R. J., & Fekete-Farkas, M. (2024). Quest for financial inclusion via digital financial services (Fintech) during COVID-19 pandemic: Case study of women in Indonesia. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(2), 459–473. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00217-9>
- Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif* (E. Murniarti, Ed.; I). UKI Press.
- Spohn, D. (2024). Financial resilience and innovation among Generation Z in the face of economic adversity. *European Journal of Management, Economics and Business*, 1(3), 39–51. [https://doi.org/10.59324/ejmeb.2024.1\(3\).04](https://doi.org/10.59324/ejmeb.2024.1(3).04)
- Tilahun, M., Berhan, E., & Tesfaye, G. (2023). Determinants of consumers' purchase intention on digital business model platform: evidence from Ethiopia using partial least square structural equation model (PLS-SEM) technique. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00323-x>
- Tubastuvi, N., Azaria, M. J. F., Purwidiyanti, W., & Aryoko, Y. P. (2024). Gen Z investment decision: Role of financial literacy, financial behaviour, financial experience and risk tolerance. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 5(4), 721–739. <https://doi.org/10.20473/ajim.v5i4.61315>

- Tyrellio, M. T., & Sudyasjayanti, C. (2025). The moderating impact of fomo on adoption intention toward investment behavior among Gen Z. *Syntax Literate*, 10(4),4180-4192. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i4.57923>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly* 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wang, L., Zhang, Q., Ye, M. J., Wong, P. P. W., & Gong, Y. (2024). Green hotels visit intention among young adults: Integrating the familiarity, novelty, trust, perceived risk, and theory of planned behaviour. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03935-0>
- Wang, Y. S., Duong, N. T., Ying, C. H., & Chang, Y. C. (2024). What drives people’s cryptocurrency investment behavior. *Journal of Computer Information Systems*, 65(6), 688-705. <https://doi.org/10.1080/08874417.2024.2329127>
- Yanida, P., Hasan Padmanegara, O., & Muklis, T. I. (2025). The intention to use digital investment management platforms among Gen Z in Indonesia: Perspective from individual and technological motives. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 8(1), 17–30. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8>
- Yao, E., Guo, D., Liu, S., & Zhang, J. (2024). The role of technology belief, perceived risk and initial trust in users’ acceptance of urban air mobility: An empirical case in China. *Multimodal Transportation*, 3(4). <https://doi.org/10.1016/j.multra.2024.100169>
- Zeiß, C., Schaschek, M., Straub, L., Tomitza, C., & Winkelmann, A. (2024). Re-intermediation of the crypto asset ecosystem by banks: An empirical study on acceptance drivers among the populace. *Electronic Markets*, 34(1). <https://doi.org/10.1007/s12525-024-00720-4>

**Tabel 1. Instrumen Penelitian**

Variabel	Instrumen
<i>Financial Literacy</i> (Abdullah et al., 2024)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya ingin berinvestasi dalam mata uang <i>cryptocurrency</i> karena saya memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang baik.</li> <li>2. Saya ingin berinvestasi dalam mata uang <i>cryptocurrency</i> karena saya memiliki kemampuan yang tinggi dalam menangani masalah keuangan.</li> <li>3. Saya ingin berinvestasi dalam mata uang <i>cryptocurrency</i> karena saya memiliki kemampuan keuangan yang baik.</li> <li>4. Saya memiliki kapasitas yang tinggi untuk menangani risiko keuangan apa pun yang timbul dari investasi mata uang <i>cryptocurrency</i>.</li> </ol>
<i>Perceived Risk</i> (Zeiß et al., 2024)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketika menginvestasikan uang digital ke dalam aset <i>cryptocurrency</i>, saya khawatir akan kehilangan uang.</li> <li>2. Saya yakin bahwa jika saya memutuskan untuk berinvestasi dalam aset <i>cryptocurrency</i> dan terjadi kesalahan, teman, keluarga, dan kolega saya akan meremehkan saya.</li> <li>3. Saya khawatir tentang berinvestasi dalam aset <i>cryptocurrency</i> karena orang lain mungkin dapat mengakses (meretas) akun saya.</li> <li>4. Berinvestasi dalam aset <i>cryptocurrency</i> membuat saya merasa cemas.</li> <li>5. Berapa peluang Anda kehilangan uang jika Anda berinvestasi dalam aset <i>cryptocurrency</i>?</li> <li>6. Investasi dalam aset <i>cryptocurrency</i> berbahaya untuk digunakan.</li> <li>7. Berapa peluang bahwa penggunaan investasi aset <i>cryptocurrency</i> akan berdampak negatif terhadap cara orang lain memandang Anda?</li> <li>8. Sistem keamanan yang dibangun pada aset <i>cryptocurrency</i> tidak cukup kuat untuk melindungi investasi saya.</li> </ol>

Variabel	Instrumen
<i>Facilitating Conditions</i> (Alomari & Abdullah, 2023)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Saya sudah dilengkapi sepenuhnya dengan sumber daya yang dibutuhkan untuk menerapkan mata uang <i>kripto</i>.</li> <li>Saya cukup berpengetahuan untuk menggunakan mata uang <i>kripto</i>.</li> <li>Rangkaian teknologi yang saya gunakan saat ini mendukung integrasi mata uang <i>kripto</i>.</li> <li>Saya bisa dibantu jika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan mata uang <i>kripto</i>.</li> </ol>
<i>Social Influence</i> (Abdullah et al., 2024)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Individu yang dekat dengan saya akan mendukung keputusan saya untuk berinvestasi dalam mata uang <i>kripto</i>.</li> <li>Investasi saya di platform <i>cryptocurrency</i> bergantung pada adopsi yang luas di lingkaran lokal/komunitas saya.</li> <li>Orang-orang penting bagi saya (rekan kerja dan ahli) akan mendukung investasi saya dalam mata uang <i>cryptocurrency</i></li> <li>Orang-orang yang memengaruhi perilaku saya akan mendukung saya dalam berinvestasi di mata uang <i>cryptocurrency</i> dibanding dengan cara alternatif lainnya</li> </ol>
<i>Attitude</i> (Zeiß et al., 2024)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Secara keseluruhan, sikap saya terhadap aset <i>cryptocurrency</i> sebagai investasi adalah positif.</li> <li>Menggunakan aset <i>cryptocurrency</i> untuk investasi adalah ide yang bagus.</li> <li>Saya tertarik untuk berinvestasi dalam aset <i>cryptocurrency</i>.</li> <li>Saya merasa transaksi keuangan secara keseluruhan akan lebih baik jika berinvestasi dalam aset <i>kripto</i>.</li> <li>Menggunakan aset <i>cryptocurrency</i> untuk investasi merupakan ide yang bijaksana.</li> <li>Menggunakan aset <i>cryptocurrency</i> untuk investasi memberikan manfaat yang menguntungkan.</li> <li>Menggunakan aset <i>cryptocurrency</i> untuk investasi merupakan pilihan yang dapat diandalkan.</li> <li>Berinvestasi dalam aset <i>cryptocurrency</i> menyenangkan.</li> </ol>
<i>Behavioral Intention</i> (Zeiß et al., 2024)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Saya berniat untuk menggunakan investasi dalam aset <i>cryptocurrency</i></li> <li>Saya sudah menggunakan investasi dalam aset <i>cryptocurrency</i></li> <li>Saya akan menggunakan aset <i>cryptocurrency</i> untuk investasi secara teratur di masa depan</li> <li>Saya berharap penggunaan aset <i>cryptocurrency</i> saya untuk investasi akan berlanjut di masa depan.</li> <li>Saya sangat mendorong orang lain untuk mempertimbangkan aset mata uang <i>kripto</i> dalam portofolio investasi mereka.</li> <li>Saya akan selalu mencoba berinvestasi dalam aset <i>cryptocurrency</i> dalam kehidupan sehari-hari saya.</li> <li>Dengan asumsi saya memiliki akses ke aset <i>cryptocurrency</i>, saya berniat untuk berinvestasi di dalamnya.</li> <li>Dengan adanya akses ke aset <i>cryptocurrency</i>, saya memprediksi bahwa saya akan berinvestasi di dalamnya.</li> <li>Jika saya memiliki akses ke investasi aset <i>cryptocurrency</i>, saya ingin menggunakannya sebanyak mungkin.</li> </ol>

Sumber: Data primer diolah (2026)

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas**

Variable	Outer Loading	Composite Reliability	Cronbach's Alpha	AVE
----------	---------------	-----------------------	------------------	-----

<i>Financial Literacy</i>		0,886	0,829	0,661
FL1	0,833			
FL2	0,800			
FL3	0,819			
FL4	0,799			
<i>Perceived Risk</i>		0,923	0,904	0,599
PR1	0,701			
PR2	0,771			
PR3	0,777			
PR4	0,769			
PR5	0,805			
PR6	0,779			
PR7	0,802			
PR8	0,783			
<i>Facilitating Conditions</i>		0,890	0,836	0,670
FC1	0,841			
FC2	0,807			
FC3	0,786			
FC4	0,840			
<i>Social Influence</i>		0,880	0,818	0,647
SI1	0,806			
SI2	0,785			
SI3	0,816			
SI4	0,810			
<i>Attitude</i>		0,943	0,931	0,676
ATT1	0,801			
ATT2	0,825			
ATT3	0,833			
ATT4	0,811			
ATT5	0,834			
ATT6	0,824			
ATT7	0,826			
ATT8	0,821			
<i>Behavioral Intention</i>		0,941	0,929	0,637
BI1	0,777			
BI2	0,762			
BI3	0,802			
BI4	0,809			
<i>Financial Literacy</i>		0,886	0,829	0,661
BI5	0,781			
BI6	0,815			
BI7	0,805			
BI8	0,819			
BI9	0,813			

Sumber: Data primer diolah (2026)