



# Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Aset *Digital Cryptocurrency* Dikalangan Masyarakat Kecamatan Tapos

Anzar Lazuardi <sup>1\*</sup>, Dedy Syahyuni <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta, Indonesia

\*Email : [lazuardianzar@gmail.com](mailto:lazuardianzar@gmail.com) [dedy.ddn@bsi.ac.id](mailto:dedy.ddn@bsi.ac.id)

**Abstract.** *This study aims to analyze the influence of trust and risk perception on cryptocurrency purchase decisions in Tapos District. The research uses a descriptive quantitative method, with primary data collected through online and direct questionnaires. The sample consists of 122 respondents selected using the Slovin formula from a population of 177 people. Data were analyzed using SPSS 25 with multiple linear regression techniques. The results show that both trust and risk perception partially have a significant influence on cryptocurrency purchase decisions. Simultaneously, trust and risk perception also significantly affect purchase decisions. These findings indicate that trust in platforms and perceived risk levels are critical factors influencing cryptocurrency purchase decisions among the Tapos District community.*

**Keywords:** *Risk Perception, Trust, Purchase Decision*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian aset digital cryptocurrency di Kecamatan Tapos. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif, dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner online dan langsung. Sampel penelitian sebanyak 122 responden dipilih menggunakan metode Slovin dari populasi 177 orang. Data dianalisis menggunakan SPSS 25 dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan persepsi risiko secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian cryptocurrency. Secara simultan, kepercayaan dan persepsi risiko juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap platform dan tingkat risiko yang dirasakan menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian cryptocurrency di masyarakat Kecamatan Tapos.

**Kata Kunci:** Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Persepsi Resiko

## 1. LATAR BELAKANG

Di era digital saat ini, *cryptocurrency* telah menjadi fenomena global yang menarik perhatian berbagai kalangan, mulai dari investor profesional hingga masyarakat umum. *Cryptocurrency*, sebagai bentuk aset digital berbasis teknologi *blockchain*, menawarkan berbagai keunggulan seperti transaksi cepat, desentralisasi, dan transparansi. Namun, seiring pertumbuhannya yang pesat, *cryptocurrency* juga dihadapkan dengan berbagai tantangan seperti volatilitas harga yang tinggi, potensi penipuan, serta ketidakpastian regulasi.

Investasi dalam *cryptocurrency* telah menjadi topik yang semakin relevan di tengah meningkatnya digitalisasi dan integrasi teknologi dalam kehidupan sehari-hari. *Cryptocurrency*, yang dipopulerkan oleh Bitcoin, kini berkembang pesat dengan berbagai jenis aset digital lainnya, seperti Ethereum, *Binance Coin*, dan banyak *altcoin* lainnya. Popularitas *cryptocurrency* didorong oleh berbagai faktor, termasuk potensi keuntungan tinggi, penggunaan teknologi blockchain yang aman, dan kesempatan untuk diversifikasi portofolio investasi.

Kecamatan Tapos, sebagai daerah dengan masyarakat yang mulai melek teknologi dan berkembangnya akses terhadap informasi digital, menjadi contoh menarik untuk mengkaji fenomena ini. Memahami bagaimana kepercayaan dan persepsi risiko berperan dalam keputusan pembelian *cryptocurrency* di kalangan masyarakat Tapos dapat memberikan pandangan yang lebih luas tentang pola perilaku konsumen di era digital.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Kepercayaan**

Kepercayaan adalah keyakinan seseorang bahwa suatu hal, orang lain, atau institusi akan bertindak sesuai dengan harapannya atau memiliki integritas dan dapat diandalkan. Kepercayaan melibatkan ekspektasi positif bahwa pihak yang dipercayai akan jujur, konsisten, dan tidak mengecewakan, meskipun mungkin ada risiko. (Rahmadhana & Ekowati, 2022)

### **Persepsi Resiko**

Persepsi risiko dapat didefinisikan sebagai penilaian subjektif individu terhadap kemungkinan terjadinya suatu kejadian yang merugikan atau berbahaya. Persepsi ini berkaitan dengan bagaimana seseorang menganggap potensi kerugian atau ancaman yang dapat timbul dari suatu situasi atau keputusan, meskipun tingkat ketidakpastian dan dampaknya tidak selalu jelas. Menurut beberapa literatur, persepsi risiko dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman pribadi, pengetahuan, dan faktor emosional. Dalam konteks ini, seseorang mungkin merasakan kekhawatiran atau ketakutan akan kerugian finansial atau sosial yang mungkin terjadi akibat suatu keputusan. (Makhdom & Aminah, 2022)

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian diartikan sebagai kegiatan perorangan yang secara langsung terlibat dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau layanan yang telah diiklankan atau dipromosikan. Proses ini mencakup berbagai tahapan, mulai dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian. Keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional seperti harga atau kualitas, tetapi juga oleh faktor emosional, sosial, dan psikologis yang berperan dalam memotivasi konsumen untuk memilih produk tertentu. (Indrasari, 2019)

## **3. METODE PENELITIAN**

Penggunaan metode statistik dengan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini menekankan pada analisis numerik yang presisi terhadap variabel-variabel penelitian. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh data yang terukur dan objektif, sehingga hasil

penelitian dapat diaplikasikan secara umum di berbagai situasi. Pendekatan ini tidak hanya memberikan pemahaman mendalam tentang pola data yang ada, tetapi juga memungkinkan penarikan kesimpulan yang relevan di luar batasan waktu, lokasi, dan konteks tertentu. Melalui pengukuran yang sistematis, pendekatan ini diharapkan menghasilkan temuan yang dapat direplikasi dan divalidasi pada populasi yang lebih luas.

Penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang dimulai dari konsep-konsep abstrak yang kemudian dijabarkan dalam teori-teori yang relevan, yang selanjutnya diuji melalui hipotesis untuk mencari bukti konkret dari fenomena yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model matematis, yang tidak hanya didasarkan pada kajian teori yang ada, tetapi juga melibatkan pengujian hipotesis yang relevan dengan fenomena alam yang sedang dianalisis (Priadana, 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah yang berfokus pada pengujian hipotesis dengan memanfaatkan metode statistik untuk menganalisis data secara objektif dan akurat. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengukur pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Aset Digital Cryptocurrency Di Kalangan Masyarakat Kecamatan Tapos.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Uji Kualitas Data

##### Uji Validitas

Agar dikatakan valid, nilai sig setiap kuesioner wajib  $< .05$ , jika tidak maka kuesioner tidak valid. Sebuah pernyataan atau pertanyaan pada sebuah kuesioner disebut valid bila jumlah koefisiennya lebih besar dari angka R tabel, jika jumlah koefisiennya  $<$  dari angka R tabel maka dikatakan tidak valid. Jika sampel sebanyak 122 maka  $df = n-2$  atau  $122-2 = 120$  dan  $0,1779$  akan digunakan sebagai acuan pada r tabel.

Tabel 1

Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kepercayaan

Variabel / Indikator	Nilai R	R tabel	Keterangan
X1.1	0,537	0,1779	Valid
X1.2	0,609	0,1779	Valid
X1.3	0,518	0,1779	Valid
X1.4	0,588	0,1779	Valid
X1.5	0,509	0,1779	Valid
X1.6	0,550	0,1779	Valid

X1.7	0,636	0,1779	Valid
X1.8	0,526	0,1779	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Dari tabel diatas menunjukkan hasil pengujian dengan SPSS 25, bahwa nilai korelasi r hitung yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari 0,1779. Yang berarti semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Kepercayaan dinyatakan valid.

Tabel 2

**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Persepsi Resiko**

Variabel / Indikator	Nilai R	R tabel	Keterangan
X2.1	0,650	0,1779	Valid
X2.2	0,771	0,1779	Valid
X2.3	0,635	0,1779	Valid
X2.4	0,778	0,1779	Valid
X2.5	0,676	0,1779	Valid
X2.6	0,710	0,1779	Valid
X2.7	0,643	0,1779	Valid
X2.8	0,759	0,1779	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel hasil pengujian menggunakan SPSS 25, dapat dijelaskan bahwa nilai korelasi indikator variabel Persepsi Resiko yang dipakai sebagai acuan penelitian ini lebih besar dari pada 0,1779. Yang berarti keseluruhan indikator yang digunakan untuk menghitung variabel bersifat valid.

Tabel 3

**Hasil Pengujian Validitas Instrumen Keputusan Pembelian**

Variabel / Indikator	Nilai R	R tabel	Keterangan
Y1.1	0,615	0,1779	Valid
Y1.2	0,663	0,1779	Valid
Y1.3	0,570	0,1779	Valid
Y1.4	0,769	0,1779	Valid
Y1.5	0,763	0,1779	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas, hasil pengujian menggunakan SPSS 25 dapat dijelaskan bahwa nilai korelasi indikator variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini lebih dari 0,1779. Maka dari itu dikatakan semua indikator keputusan pembelian yang digunakan dalam pengukuran variabel bersifat valid.

## Uji Reliabilitas

Pada uji ini, menggunakan metode *Cronbach's s alpha*. Jika *cronbachi alpha*  $> 0,6$  (batas minimum reliabilitas) maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Tetapi jika nilai *cronbach's alpha*  $< 0,06$  maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

Tabel 4  
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Nilai R tabel	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,687	0,6	Reliabel
Persepsi Resiko (X2)	0,853	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,708	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Tabel 4 diatas mengenai hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS 25, ketiga variabel yang digunakan pada penelitian kali ini, menunjukkan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 disemua variabel. Dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dikatakan andal (reliabel) dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		122
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95403719
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.057
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.  
c. Lilliefors Significance Correction.  
d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 1

Hasil Kolmogorov - Smirnov

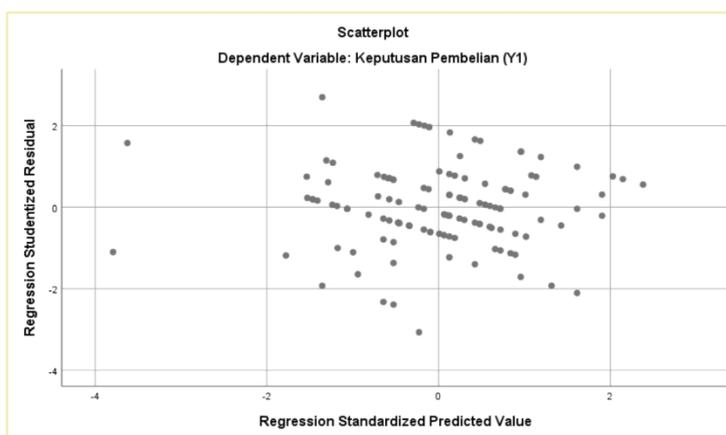
Sumber: Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan gambar tersebut, jika menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan aplikasi SPSS 25, data bisa dikatakan normal jika nilai signifikansi  $>$  dari 0,05 (*alpha*), berarti residual terdapat standar distribusi normal. Hasil pada gambar IV.1 tersebut menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar  $0,200 > 0,05$ . Ditarik Kesimpulan

mengenai data pada penelitian ini berjalan normal, disebabkan nilai p yang didapat > dari 0,05 (tingkat kepercayaan statiska 5% atau 0,05%).

### Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini penulis melakukan pengujian terhadap heteroskedastisitas menggunakan aplikasi SPSS 25 dengan menggunakan 2 metode. Pada gambar IV. 2 dengan menggunakan metode *scatterplot*, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas karena titik berada diantara garis nol, titik menyebar dan titik tidak berpola dan tidak pula berbentuk bergelombang.



Gambar 2

Hasil Scatterplot

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Sedangkan pada gambar IV. 3, pengujian menggunakan metode korelasi *Spearman* data yang diuji mendapati hasil tidak terjadi heteroskedastisitas, dikarenakan nilai Sig pada variabel Kepercayaan tidak terjadi korelasi; yang signifikan dengan *unstandardize residual*, karena nilai Sig 0,615 > 0,05. Hal yang sama juga terjadi terhadap variabel kedua yaitu kualitas produk yang memiliki nilai Sig 0,925 > 0,05. Maka disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang diuji.

		Kepercayaan (X1)	Persepsi Resiko (X2)	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kepercayaan (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.067
		Sig. (2-tailed)		.615
		N	122	122
Persepsi Resiko (X2)	Persepsi Resiko (X2)	Correlation Coefficient	.067	1.000
		Sig. (2-tailed)	.615	.925
		N	122	122
Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.067	.009
		Sig. (2-tailed)	.615	.925
		N	122	122

Gambar 3

Hasil Uji Korelasi Spearman

Sumber: Data diolah penulis, 2024

## Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mencari tahu apakah terjadi korelasi dari variabel independen atau tidak, dengan cara melihat nilai VIF pada setiap variabel independen. Apabila nilai tolerance > dari 0,1 dan VIF < 10,00 maka data tersebut bebas dari multikolinearitas.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.848	2.473		2.365	.020		
	Kepercayaan (X1)	.334	.063	.423	5.324	.000	1.000	1.000
	Persepsi Resiko (X2)	.132	.040	.264	3.321	.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y1)

Gambar 4

### Hasil Uji Multikolinearitas

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan gambar diatas, hasil uji multikolinearitas menggunakan aplikasi SPSS 25 menunjukkan, nilai tolerance untuk kedua variabel Kepercayaan dan Persepsi Resiko dengan nilai 1,00 > 0,10 disimpulkan ternyata data yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan nilai VIF pada kedua variabel lokasi dan kualitas produk sebesar 1,00 < 10,00. Dengan hasil yang didapat menyatakan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

## Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam analisa ini dipakai untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Seberapa kuatnya pengaruh kedua variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama bisa dihitung dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.848	2.473		2.365	.020
	Kepercayaan	.334	.063	.423	5.324	.000
	Persepsi Resiko	.132	.040	.264	3.321	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Gambar 4

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Sumber: Data diolah penulis, 2024

Berdasarkan gambar tersebut, persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi ini adalah:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$$

$$Y = 5.848 + 0,334.X_1 + 0,132.X_2$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan seperti berikut:

- a. Nilai a sebesar 5.848 adalah konstanta atau keadaan disaat variabel keputusan pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya, yaitu Kepercayaan ( $X_1$ ) dan Persepsi Resiko ( $X_2$ ). Jika variabel independen tidak ada, maka variabel keputusan pembelian tidak terjadi perubahan.
- b.  $b_1$  (nilai koefisien regresi  $X_1$ ) sebesar 0,334, menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel Kepercayaan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,334. Dengan asumsi tidak adanya variabel lain yang diteliti pada penelitian ini
- c.  $b_2$  (nilai koefisien regresi  $X_2$ ) sebesar 0,132, menunjukkan bahwa variabel Persepsi Resiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut disimpulkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel Persepsi Resiko maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,132. Dengan asumsi tidak adanya variabel lain yang diteliti.

## **Pembahasan Hasil Penelitian**

### **Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian**

Secara parsial, Kepercayaan memberikan pengaruh dan konsisten kepada keputusan pembelian Aset Digital *Cryptocurrency* di kalangan Masyarakat Komunitas Ask Airdrops. Melihat hasil t hitung yang lebih besar dari t tabel ( $5,324 > 1,98010$ ) disertai hasil Sig  $0,000 < 0,05$ . Menyimpulkan jika Tingkat Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Aset Digital semakin tinggi, maka keyakinan untuk melakukan pembelian akan meningkat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan secara signifikan mendorong perilaku positif masyarakat dalam memutuskan pembelian aset digital *cryptocurrency*. Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang menggunakan variabel yang sama, dan mendapatkan hasil uji yang selaras dengan penelitian ini yaitu berpengaruh dan signifikan, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Urnika & Khasanah, 2023). Penelitian tersebut sejalan dan menyimpulkan dengan membangun Kepercayaan yang kuat dapat memengaruhi peningkatan Keputusan Pembelian Aset digital *Cryptocurrency* di kalangan Masyarakat komunitas Ask Airdrops.

### **Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian**

Persepsi Resiko secara parsial dapat dikatakan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Aset Digital *Cryptocurrency* di kalangan Masyarakat Komunitas Ask Airdrops dilihat dari hasil uji t yang dengan hasil t hitung  $5,321 > t$  tabel  $1,98010$  dan nilai signifikansi yang didapat  $0,001 < 0,05$ . Semakin tinggi persepsi risiko yang dirasakan, maka

keputusan pembelian akan cenderung dipengaruhi, baik secara positif maupun negatif, tergantung bagaimana individu menilai dan mengelola risiko tersebut.

Hasil pengujian variabel kedua yang digunakan pada penelitian ini dikuatkan dengan penelitian terdahulu yang mendukung jika terdapat adanya pengaruh positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian, yaitu penelitian oleh (Riyono et al., 2019). Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan mengurangi persepsi risiko yang dirasakan konsumen, dapat mendorong peningkatan keputusan pembelian. Hal ini menekankan pentingnya strategi untuk meminimalkan risiko yang dirasakan oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

### **Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian**

Dalam uji yang telah dilakukan, variabel Kepercayaan dan Persepsi Risiko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian aset digital cryptocurrency. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil uji F hitung pada kedua variabel tersebut, dengan hasil F hitung sebesar  $19,584 > F \text{ tabel } 3,07$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kepercayaan dan Persepsi Risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian aset digital cryptocurrency di kalangan masyarakat Kecamatan Tapos.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan studi sebelumnya yang mendukung adanya hubungan positif dan signifikan secara simultan antara kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen yang tinggi, disertai dengan persepsi risiko yang rendah, secara bersama-sama dapat memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alghifari & Rahayu, 2021). Penelitian ini juga meneliti variabel Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut, secara bersama-sama, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan yang tinggi pada produk atau layanan, disertai dengan persepsi risiko yang rendah, dapat secara efektif meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

### **Implikasi Penelitian**

Dari data yang didapat melalui hasil uji t dapat dijelaskan mengenai variabel lokasi dan kualitas produk secara parsial memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian, begitu juga ketika melihat hasil uji f yang mendapatkan hasil kedua variabel bebas memberikan peran dalam variabel terikat.

Maka dari itu, penelitian ini memiliki implikasi bahwa peningkatan kepercayaan dan pengelolaan persepsi risiko yang baik harus menjadi prioritas untuk mendorong keputusan pembelian aset digital cryptocurrency. Dalam konteks ini, masyarakat Kecamatan Tapos perlu diberikan edukasi yang mendalam mengenai keamanan dan manfaat cryptocurrency agar kepercayaan terhadap aset digital ini semakin meningkat. Selain itu, upaya untuk meminimalkan persepsi risiko, seperti transparansi transaksi dan perlindungan investasi, sangat penting agar masyarakat merasa lebih yakin dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan demikian, cryptocurrency dapat menjadi pilihan investasi yang lebih menarik dan memiliki nilai jual yang baik di masa depan.

### **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian selanjutnya juga harus memperhatikan beberapa hal agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Diantaranya adalah:

1. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis data berdasarkan persepsi dan tanggapan yang diberikan oleh responden, sehingga kesimpulan yang dihasilkan didasarkan pada informasi yang telah didokumentasikan secara tertulis.
2. Penelitian ini menggunakan data berupa respons dari responden terhadap pernyataan yang diajukan. Beberapa hal yang perlu menjadi bahan pertimbangan dalam proses ini, antara lain:
  - a. Kemungkinan responden menjawab pernyataan dengan tergesa-gesa tanpa membaca secara saksama.
  - b. Ketidakbiasaan responden terhadap format kuesioner yang diberikan.
  - c. Rendahnya minat beberapa responden untuk mengisi kuesioner, yang mendorong peneliti untuk memutuskan menggunakan 122 respons tercepat sebagai sampel dan langsung menguji hasil tersebut.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan.**

Setelah melakukan penelitian mengenai pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian aset digital cryptocurrency di kalangan masyarakat Kecamatan Tapos, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $5,324 > t$  tabel  $1,98010$ . Ini mengindikasikan bahwa kepercayaan yang tinggi terhadap

platform cryptocurrency, yang didorong oleh transparansi, keamanan, dan reputasi, secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian aset digital.

## 2. Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji t menunjukkan bahwa Persepsi Risiko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $5,321 > t$  tabel  $1,98010$ . Artinya, semakin rendah persepsi risiko terhadap cryptocurrency, semakin besar kemungkinan konsumen untuk bertransaksi dan berinvestasi.

## 3. Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko secara Simultan

Hasil uji F menunjukkan bahwa kombinasi Kepercayaan (X1) dan Persepsi Risiko (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $f$  hitung  $19,584 > f$  tabel  $3,07$ . Ini membuktikan bahwa kepercayaan tinggi dan persepsi risiko rendah secara bersama-sama mendorong minat investasi masyarakat Kecamatan Tapos dalam cryptocurrency.

### **Saran.**

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran dapat diberikan untuk pertimbangan pengambilan keputusan dan pengembangan strategi. Saran ini juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas penelitian serupa di masa depan. Berikut adalah beberapa saran yang dapat disampaikan:

1. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen: Edukasi transparan tentang risiko dan peluang, serta memastikan platform transaksi yang aman dan terpercaya.
2. Mengelola Persepsi Risiko: Peningkatan literasi keuangan, informasi jelas tentang cara kerja aset digital, dan penjelasan langkah-langkah mitigasi risiko.
3. Pengembangan Layanan: Prioritaskan kualitas layanan, pengalaman transaksi yang aman, cepat, dan efisien, serta informasi yang relevan dan mudah dipahami.
4. Penelitian Selanjutnya: Eksplorasi variabel lain seperti literasi keuangan, pengalaman pengguna, dan pengaruh sosial untuk memperkaya pemahaman tentang keputusan pembelian cryptocurrency.

## **6. DAFTAR PUSTAKA**

Alghifari, A. F., & Rahayu, T. S. M. (2021). Pengaruh diskon, kualitas website, persepsi risiko dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada online shop Shopee: Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *Jurnal Manajemen*, *15*(2), 223–236.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.

- Makhdum, M. F., & Aminah, S. (2022). Pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian Shopee di Sampang. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(2), 803. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i2.1898>
- Priadana, S. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Rahmadhana, R., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian secara online pada konsumen Shopee di Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 1572–1582. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2239>
- Riyono, R., Astono, A. D., & M, R. N. (2019). Pengaruh kepercayaan dan persepsi risiko terhadap keputusan pembelian online oleh mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(1), 61–71. <https://doi.org/10.36694/jimat.v10i1.185>
- Tampubolon, E. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Matahari Departemen Store Tbk. Cabang Binjai. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan*, 2(3), 55–72. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v2i3.2120>
- Urnika, A., & Khasanah, I. (2023). Analisis pengaruh kepercayaan, persepsi risiko, dan e-service quality terhadap keputusan pembelian di Lazada dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>