



Article history:

Submitted: 21-03-2025

Received: 02-03-2026

Revised: 02-03-2026

Accepted: 03-03-2026

Kepercayaan dalam Transaksi Digital: Pengaruh Persepsi Risiko dan Persepsi Keamanan terhadap Minat Pembelian NFT di Indonesia

Melvin Joshua*, Reikman Aritonang

Universitas Sahid, Jakarta Selatan

*Correspondence: melvjoshua@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko dan persepsi keamanan terhadap niat pembelian NFT di Indonesia, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi dan keinovasian sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada responden berusia 18 hingga 40 tahun yang memiliki pengalaman bertransaksi di marketplace NFT. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 220 responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS versi terbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, sementara persepsi risiko tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Selain itu, kepercayaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian NFT. Namun, keinovasian tidak memoderasi hubungan antara persepsi risiko dan kepercayaan maupun antara persepsi keamanan dan kepercayaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi keamanan merupakan faktor utama dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap platform NFT, sedangkan persepsi risiko dan keinovasian tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam memahami hubungan antara persepsi risiko, persepsi keamanan, dan kepercayaan di pasar NFT. Secara praktis, hasil ini mendorong pengembang platform NFT untuk meningkatkan sistem keamanan dan edukasi guna memperkuat kepercayaan dan mendorong adopsi NFT di Indonesia.

Kata kunci: NFT, Persepsi Risiko, Persepsi Keamanan, Kepercayaan, Keinovasian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of risk perception and security perception on the intention to purchase NFTs in Indonesia, with trust as a mediating variable and innovativeness as a moderating variable. This research employs a quantitative approach with an explanatory method. Data were collected through questionnaires distributed to respondents aged 18 to 40 years who have experience in NFT marketplace transactions. The sampling technique used purposive sampling with a total of 220 respondents. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the latest version of SmartPLS software. The results show that security perception has a positive and significant effect on trust, while risk perception does not have a significant effect. Moreover, trust positively and significantly influences the intention to purchase NFTs. However, innovativeness does not moderate the relationship between risk perception and trust or between security perception and trust. These findings indicate that security perception is the primary factor in building user trust in NFT platforms, while risk perception and innovativeness do not have a significant impact. This study contributes theoretically to understanding the relationship between risk perception, security perception, and trust in the NFT market. Practically, these findings encourage NFT platform developers to enhance security systems and provide education to strengthen user trust and drive NFT adoption in Indonesia.

Keywords : NFT, Risk Perception, Security Perception, Trust, Innovativeness

PENDAHULUAN

Non-Fungible Tokens (NFTs) merupakan inovasi revolusioner dalam ekonomi digital yang menawarkan cara baru untuk membuktikan keaslian dan kepemilikan aset digital melalui teknologi blockchain. NFT menjadi tren global sejak 2021, dengan nilai transaksi yang mencapai miliaran dolar setiap tahunnya, terutama di sektor seni digital, hiburan, dan permainan (Yonatan, 2023). Di Indonesia, adopsi NFT semakin berkembang di berbagai sektor industri kreatif seperti seni dan fashion. Berdasarkan data terbaru, Indonesia memiliki 1.250.000 pengguna NFT dan berada di peringkat kedelapan di dunia dalam jumlah pengguna NFT terbanyak (Yonatan, 2023). Namun, meskipun ada potensi besar di pasar domestik, kinerja perdagangan NFT lokal masih mengalami tantangan signifikan di tengah meningkatnya volume perdagangan NFT secara global (Palguna, 2024).

Salah satu tantangan utama dalam pertumbuhan pasar NFT di Indonesia adalah rendahnya minat investor terhadap NFT dibandingkan dengan aset kripto lainnya. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa jumlah investor kripto di Indonesia mencapai 21,27 juta orang per September 2024, meningkat dari 20,9 juta di bulan sebelumnya (Silfia, 2024). Namun, kepercayaan terhadap NFT masih rendah karena adanya kasus penipuan dan kurangnya perlindungan hukum yang jelas (Safitri & Ramadhan, 2022). Penelitian Say Keat et al (2020) menunjukkan bahwa keamanan dan kepercayaan merupakan faktor kunci dalam memengaruhi perilaku konsumen di lingkungan digital yang berisiko tinggi, termasuk di pasar NFT.

Kepercayaan menjadi elemen fundamental dalam transaksi digital yang berisiko tinggi seperti cryptocurrency dan NFT. Penelitian Jing Li et al (2016) mengidentifikasi bahwa persepsi risiko terhadap teknologi, hukum, sosial, dan pasar memiliki dampak signifikan terhadap kepercayaan pada platform berbasis blockchain. Dalam konteks NFT, risiko yang dirasakan mencakup kekhawatiran tentang keamanan, transparansi, dan volatilitas harga, yang berpengaruh pada keputusan konsumen untuk berpartisipasi dalam perdagangan NFT (Wu et al, 2024). Namun, hubungan antara persepsi risiko, persepsi keamanan, dan kepercayaan di pasar NFT, khususnya di Indonesia, masih belum banyak dieksplorasi secara empiris.

Persepsi risiko dan keamanan memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap platform digital. Menurut McKnight et al. (2011), ketika individu memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap sebuah sistem, maka mereka akan merasakan risiko yang lebih rendah dalam bertransaksi. Dalam pasar NFT, risiko yang dirasakan mencakup potensi kerugian finansial, penipuan, dan ketidakpastian regulasi (Rahardja et al., 2023). Selain itu, persepsi keamanan—yang mencerminkan keyakinan terhadap kemampuan platform dalam melindungi data pribadi dan keuangan—menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen (Mashatan et al., 2022). Meskipun penelitian di pasar cryptocurrency menunjukkan hubungan kuat antara persepsi risiko, keamanan, dan kepercayaan, masih diperlukan kajian lebih lanjut di ekosistem NFT, terutama di pasar negara berkembang seperti Indonesia.

Perilaku konsumen di pasar NFT, teori disonansi kognitif (*Cognitive Dissonance Theory*) yang dikemukakan oleh Festinger (1957) relevan untuk menjelaskan bagaimana ketidaknyamanan psikologis dapat memengaruhi keputusan pembelian. Ketidakcocokan antara ekspektasi dan hasil aktual dari pembelian NFT, seperti volatilitas harga atau keabsahan aset digital, dapat memicu disonansi kognitif yang memengaruhi kepuasan pasca-pembelian. Kotler & Keller (2016) menyebutkan bahwa proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dalam pasar NFT, tahap evaluasi alternatif menjadi lebih kompleks karena melibatkan faktor risiko dan regulasi yang belum jelas. Oleh karena itu, memahami bagaimana faktor-faktor ini memengaruhi kepercayaan dan niat pembelian menjadi sangat penting bagi pengembang platform NFT.

Penelitian Zarifis & Castro (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan memengaruhi seluruh perjalanan pembelian NFT, mulai dari pembuatan dompet digital hingga dukungan pasca-pembelian. Mereka menegaskan bahwa kepercayaan konsumen terhadap platform NFT menjadi penentu utama dalam meningkatkan adopsi NFT di masyarakat. Selain itu, meskipun teknologi blockchain sering dipromosikan sebagai sistem yang "tanpa kepercayaan," pada kenyataannya, konsumen tetap memerlukan keyakinan yang tinggi terhadap keamanan dan keandalan sistem (Chittipaka et al., 2022). Penelitian ini memperkuat pentingnya mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan

dan bagaimana kepercayaan tersebut berfungsi sebagai mediator antara persepsi risiko dan niat pembelian di pasar NFT.

Selain kepercayaan, daya inovasi individu (*personal innovativeness*) juga memainkan peran penting dalam adopsi teknologi baru. Penelitian Nguyen & Borusiak (2021) serta Kaur et al. (2019) mengungkapkan bahwa individu dengan tingkat inovasi yang tinggi cenderung lebih terbuka terhadap risiko dan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk mengadopsi teknologi baru. Namun, tingkat inovasi di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan negara lain. Berdasarkan laporan World Intellectual Property Organization (WIPO), Indonesia menempati peringkat ke-54 dari 133 negara dalam Indeks Inovasi Global pada tahun 2024, yang menunjukkan adanya tantangan besar dalam meningkatkan penerimaan terhadap inovasi teknologi (WIPO, 2024). Dengan rendahnya daya inovasi ini, perlu dilakukan eksplorasi lebih lanjut mengenai bagaimana faktor ini memoderasi hubungan antara persepsi risiko, persepsi keamanan, dan niat pembelian di pasar NFT. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi risiko dan persepsi keamanan terhadap niat pembelian NFT di Indonesia, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi dan daya inovasi sebagai variabel moderasi.

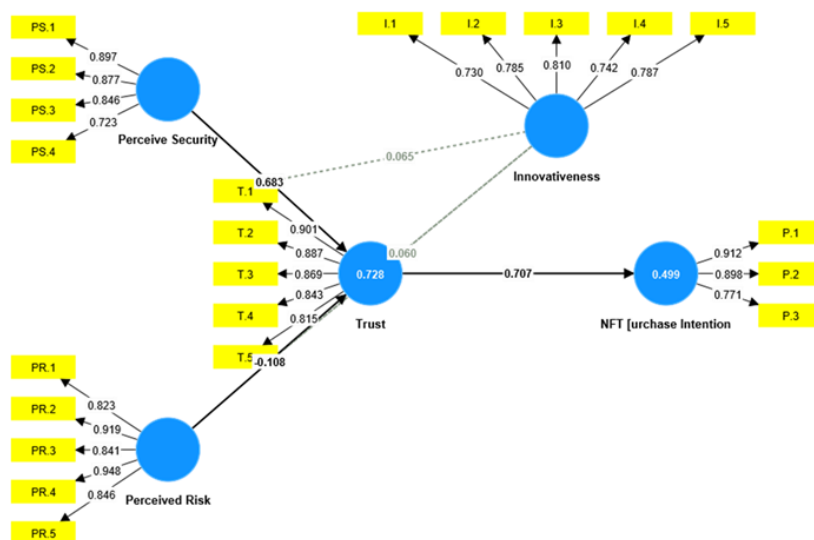
METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori yang bertujuan menganalisis hubungan kausal antara persepsi risiko, persepsi keamanan, kepercayaan, dan niat pembelian di marketplace NFT di Indonesia. Responden penelitian adalah individu berusia 18 hingga 40 tahun yang memiliki pengetahuan atau pengalaman dalam bertransaksi di marketplace NFT. Lokasi penelitian berfokus di Indonesia karena pertumbuhan pesat ekosistem digital dan meningkatnya jumlah pengguna NFT (Silfia, 2024). Pemilihan lokasi ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan dalam ekosistem NFT di pasar berkembang.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probabilitas dengan pendekatan purposive sampling. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Hair et al. (2018) untuk analisis SEM-PLS, di mana jumlah sampel minimal adalah 5-10 kali jumlah indikator yang diobservasi. Jumlah minimal sampel yang dibutuhkan adalah 100-200 responden. Kriteria responden mencakup individu yang memiliki pengalaman transaksi NFT dalam 12 bulan terakhir. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri dari empat bagian utama untuk mengukur persepsi risiko, persepsi keamanan, kepercayaan, dan niat pembelian. Setiap variabel diukur menggunakan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju). Indikator persepsi risiko diadaptasi dari Chang et al. (2024), indikator persepsi keamanan dari McKnight et al. (2011), indikator kepercayaan dari Gefen et al. (2003), dan indikator niat pembelian dari Liao et al. (2024). Validitas diuji menggunakan validitas konvergen dan diskriminan, sementara reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha dengan nilai di atas 0,7 menunjukkan reliabilitas yang baik (Hair et al., 2018).

Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS versi terbaru. Teknik ini dipilih karena kemampuannya dalam menangani model dengan variabel laten yang kompleks dan tidak memerlukan asumsi distribusi normal (Hair et al., 2018). Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden, sedangkan uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk mengevaluasi hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel. Efek mediasi diuji menggunakan pendekatan bootstrapping untuk memastikan keakuratan hasil (Hair et al., 2018).

HASIL



Sumber: data olahan

Gambar 1
Hasil PLS Algorithm pada Software SmartPLS 4.1.0

Evaluasi validitas konvergen dilakukan untuk menentukan apakah indikator atau item pertanyaan dalam penelitian ini dapat menggambarkan variabel laten yang diukur secara akurat. Evaluasi ini dilakukan dengan melihat hasil outer loading. Outer loading menunjukkan seberapa besar korelasi antara item pengukuran dengan variabel yang diukur. Jika nilai outer loading lebih dari 0,70, maka indikator tersebut dianggap memiliki validitas konvergen yang baik (Hair et al., 2022). Hair et al. (2022) menambahkan bahwa item dengan outer loading kurang dari 0,4 sebaiknya dihapus dan tidak dimasukkan dalam proses selanjutnya di analisis PLS, sedangkan item dengan outer loading antara 0,4 - 0,7 dapat dipertahankan jika konstruk yang dibentuk memiliki validitas konvergen yang baik (Average Variance Extracted) lebih dari 0,5. Nilai outer loading dalam Tabel 1 menunjukkan bahwa semua item pengukuran yang tersisa memiliki nilai outer loading di atas 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pengukuran telah mencapai validitas konvergen dan dapat digunakan dalam model pengukuran.

Tabel 1
Hasil Evaluasi Validitas Konvergen

Variabel	Item	Outer loadings	AVE
Persepsi Keamanan	PS.1	0.897	0.703
	PS.2	0.877	
	PS.3	0.846	
	PS.4	0.723	
Persepsi Risiko	PR.1	0.823	0.769
	PR.2	0.919	
	PR.3	0.841	
	PR.4	0.948	
	PR.5	0.846	
Keinovasian	I.1	0.730	0.595
	I.2	0.785	
	I.3	0.810	
	I.4	0.742	
	I.5	0.787	
Kepercayaan	T.1	0.901	0.746
	T.2	0.887	
	T.3	0.869	
	T.4	0.843	
	T.5	0.815	
Niat Membeli NFT	P.1	0.912	0.745
	P.2	0.898	
	P.3	0.771	

Sumber: data olahan

Tabel 2
Evaluasi Validitas Diskriminan Menggunakan Kriteria Fornell-Larcker

	I	P	PS	PR	T
Keinovasian (I)	0.771				
Niat Membeli (P)	0.709	0.863			
Persepsi Keamanan (PS)	0.640	0.747	0.839		
Persepsi Risiko (PR)	0.091	-0.057	-0.026	0.877	
Kepercayaan (T)	0.660	0.707	0.830	-0.067	0.864

Sumber: data olahan

Selanjutnya, model struktural (inner model) dievaluasi untuk menguji hubungan kausal antara variabel laten dengan fokus pada koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam model. Nilai R^2 yang lebih tinggi menunjukkan kemampuan prediktif yang lebih baik, di mana nilai 0,19 dianggap lemah, 0,33 moderat, dan 0,67 kuat dalam konteks penelitian sosial (Hair et al., 2022).

Tabel 3
Nilai Adjusted R2 Tiap Variabel Endogen

Variable Endogen	R2	Adjusted R2
Kepercayaan	0.728	0.721
Niat Membeli NFT	0.499	0.497

Sumber: data olahan

Koefisien determinasi (R^2) pada variabel Kepercayaan adalah 0.728. Nilai ini menunjukkan bahwa 72.8% variabilitas dalam kepercayaan dapat dijelaskan oleh persepsi keamanan, persepsi risiko, dan pengaruh moderasi dari keinovasian terhadap kedua variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 27.2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model ini. Sementara itu, variabel Niat Membeli NFT memiliki nilai R^2 sebesar 0.499, yang berarti bahwa 49.9% variabilitas dalam niat membeli NFT dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan. Sisanya sebesar 50.1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Evaluasi terhadap koefisien jalur (path coefficient) dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel yang menjadi hipotesis penelitian.

Tabel 4
Pengujian Koefisien Jalur dalam Model Struktural

Hipotesis	Pengaruh Langsung	β	T-Stat	P-Values
H1	Perceived Risk - Trust	-0.108	1.613	0.107
H2	Perceive Security -> Trust	0.683	10.760	0.000
H3	Innovativeness x Perceived Risk -> Trust	0.060	0.865	0.387
H4	Innovativeness x Perceive Security -> Trust	0.065	1.390	0.165
H5	Trust -> NFT Purchase Intention	0.707	12.243	0.000

Sumber: data olahan

Hipotesis dengan nilai p kurang dari 0,05 dianggap diterima. Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam Tabel 5, dari 5 hipotesis yang diuji, 2 hipotesis menunjukkan koefisien positif dan signifikan. Pengaruh persepsi keamanan terhadap kepercayaan (H2) dan pengaruh kepercayaan terhadap niat membeli NFT (H5) memiliki pengaruh positif. Sementara itu, H1, H3, dan H4 memiliki nilai p di atas 0,05, sehingga hipotesis tersebut ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan adalah faktor utama yang membentuk kepercayaan pengguna terhadap platform NFT, sedangkan persepsi risiko dan keinovasian tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam hubungan ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna pada platform marketplace NFT (OpenSea). Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur (β) sebesar -0.108, t-statistics sebesar 1.613, dan p-value sebesar 0.107 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Temuan ini berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi risiko dalam transaksi digital berpotensi mengurangi kepercayaan pengguna terhadap platform (Gefen et al., 2003; Pavlou, 2003). Dalam studi e-commerce dan fintech,

persepsi risiko sering dianggap sebagai faktor kunci yang memengaruhi kepercayaan pengguna (Kim et al., 2008). Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks marketplace NFT, persepsi risiko tidak menjadi penentu utama kepercayaan terhadap OpenSea.

Terdapat beberapa faktor yang dapat menjelaskan mengapa persepsi risiko tidak memengaruhi kepercayaan secara signifikan. Pertama, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa meskipun pengguna menyadari adanya risiko, tingkat kekhawatiran mereka tidak cukup tinggi untuk memengaruhi kepercayaan. Risiko yang paling banyak dirasakan meliputi ketidakpastian nilai NFT di masa depan dan keamanan data pribadi, tetapi pengguna percaya bahwa sistem keamanan OpenSea mampu memitigasi risiko tersebut.

Kedua, pengguna NFT di OpenSea cenderung memiliki pemahaman yang lebih matang terhadap teknologi berbasis blockchain. Penelitian Pavlou dan Gefen (2004) menunjukkan bahwa dalam sistem berbasis blockchain, kepercayaan tidak hanya bergantung pada pengurangan risiko, tetapi juga pada keandalan teknologi yang memastikan transparansi dan keamanan. Dengan demikian, pengguna yang sudah familiar dengan mekanisme smart contract di OpenSea memiliki ekspektasi yang realistis terhadap volatilitas pasar, yang mengurangi pengaruh persepsi risiko terhadap kepercayaan mereka.

Ketiga, hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan, yang menunjukkan bahwa pengguna lebih mempertimbangkan keamanan sistem daripada risiko yang mereka rasakan. Penelitian Kim et al. (2008) mendukung temuan ini, di mana keamanan merupakan faktor kunci dalam membangun kepercayaan di lingkungan digital. Dengan demikian, meskipun pengguna menyadari risiko, kepercayaan mereka terhadap platform tetap tinggi jika mereka merasa sistem keamanan yang disediakan andal.

Sebaliknya, persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna pada platform OpenSea. Dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0.683 dan p-value 0.000, hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi keamanan, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa keamanan merupakan faktor utama dalam membangun kepercayaan di lingkungan digital (Gefen et al., 2003; Wang et al., 2021).

Aspek keamanan yang dinilai penting oleh responden meliputi keamanan transaksi, perlindungan informasi pribadi, dan mitigasi risiko peretasan. Keamanan berbasis blockchain yang diterapkan oleh OpenSea, seperti verifikasi akun dan enkripsi data, berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan rasa aman pengguna (Zheng et al., 2020). Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan persepsi risiko dalam membentuk kepercayaan. Hasil ini konsisten dengan teori Pavlou dan Gefen (2004) yang menyatakan bahwa dalam transaksi digital, keamanan menjadi faktor determinan utama kepercayaan. Oleh karena itu, platform NFT seperti OpenSea dapat meningkatkan kepercayaan pengguna melalui peningkatan fitur keamanan, edukasi pengguna mengenai mekanisme blockchain, dan perlindungan data pribadi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keinovasian tidak memoderasi pengaruh persepsi risiko terhadap kepercayaan. Dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0.060 dan p-value 0.387, hasil ini menunjukkan bahwa tingkat keinovasian pengguna tidak memperkuat atau melemahkan hubungan antara persepsi risiko dan kepercayaan. Temuan ini berbeda dengan penelitian Agarwal dan Prasad (1998) yang menyatakan bahwa individu yang inovatif lebih mampu mengelola risiko dalam adopsi teknologi.

Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengguna marketplace NFT umumnya sudah melek teknologi dan memahami risiko yang melekat dalam ekosistem ini. Sebagian besar responden menunjukkan kecenderungan tinggi terhadap eksplorasi teknologi baru. Namun, karena persepsi risiko sendiri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan, peran keinovasian dalam memoderasi hubungan tersebut menjadi tidak relevan. Sementara itu, variabel keinovasian tidak memoderasi hubungan antara persepsi keamanan dan kepercayaan. Dengan nilai koefisien jalur (β) sebesar 0.045 dan p-value 0.452, hasil ini menunjukkan bahwa tingkat keinovasian tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh persepsi keamanan terhadap kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pengguna memiliki kecenderungan tinggi untuk mengadopsi teknologi baru, mereka tetap mengutamakan faktor keamanan sebagai dasar membangun kepercayaan, terlepas dari seberapa inovatif mereka.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pengguna di platform marketplace NFT. Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi, pengguna lebih cenderung memiliki niat untuk membeli NFT. Sebaliknya, persepsi risiko tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan, menunjukkan bahwa kekhawatiran terhadap ketidakpastian dan potensi kerugian dalam transaksi NFT belum cukup besar untuk mengurangi keyakinan pengguna. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa keinovasian individu tidak memoderasi hubungan antara persepsi risiko dan kepercayaan, meskipun responden memiliki kecenderungan tinggi terhadap eksplorasi teknologi baru. Implikasi dari penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan keamanan sistem sebagai strategi utama dalam membangun kepercayaan pengguna dan mendorong niat pembelian di pasar NFT. Platform NFT seperti OpenSea diharapkan dapat memperkuat sistem perlindungan data dan transparansi transaksi untuk meningkatkan keyakinan pengguna. Selain itu, edukasi yang lebih mendalam tentang teknologi blockchain dan perlindungan hukum dapat membantu mengurangi persepsi risiko di kalangan pengguna. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepercayaan dan niat pembelian di lingkungan digital berisiko tinggi, khususnya di pasar NFT di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R., Prasad, J., 1998. A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204–215.
- Chang, C. W., Lai, C. J., Yen, C. C., 2024. Examining drivers of NFT purchase intention: The impact of perceived scarcity and risk. *Acta Psychologica*, 248, 104424.
- Chittineni, J., 2022. A study on cryptocurrency investors' purchase intentions: Revisiting the Brand Personality Theory. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 12(4), 28-33.
- Festinger, L., 1957. *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Gefen, D., Karahanna, E., Straub, D. W., 2003. Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Gudergan, S. P., 2018. *Advanced Issues in Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Jing Li et al., 2016. Study on Bitcoin Risk Perception Based on EFA and Structural Equation Model.
- Kaur, P., Dhir, A., Bodhi, R., Singh, T., Almotairi, M., 2020. Why do people use and recommend m-wallets? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102091.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., Rao, H. R., 2008. A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents. *Decision Support Systems*, 44(2), 544-564.
- Kotler, P., Keller, K. L., 2016. *Marketing Management*. Pearson Education.
- Liao, P., Liu, C., Yin, J., Wang, Z., Cui, X., 2024. NFT Security Matrix: Towards Modeling NFT Ecosystem Threat. *CMES - Computer Modeling in Engineering and Sciences*, 139(3), 3255–3285.
- Mashatan, A., Soleimani, S., Faraji, H., 2022. Information privacy and its effect on trust in blockchain-based payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 54(3), 101145.
- Maziriri, E. T., Mapuranga, M., Madinga, N. W., 2019. Exploring the role of perceived risk on consumer trust in online trading platforms. *Journal of Technology and Marketing Innovation*, 6(4), 321-338.
- McKnight, D. H., Carter, M., Thatcher, J. B., Clay, P. F., 2011. Trust in a specific technology: An investigation of its components and measures. *ACM Transactions on Management Information Systems (TMIS)*, 2(2), 1-25.
- Nguyen, N. M. H., Borusiak, B., 2021. Using UTAUT2 model to examine the determinants of omnichannel technology acceptance by consumers. *Logforum*, 17(2), 231–241.
- Ooi, K. B., Lin, B., Tan, G. W. H., 2021. Blockchain trust: How security perceptions influence user trust in Bitcoin. *International Journal of Information Management*, 57, 102320.
- Palguna, A., 2024. *Volume pasar NFT global meningkat, bagaimana nasib NFT asal Indonesia?*, diakses melalui website <https://coinvestasi.com/berita/nasib-nft-lokal-indonesia>

- Pavlou, P. A., Gefen, D., 2004. Building effective online marketplaces with institution-based trust. *Information Systems Research*, 15(1), 37-59.
- Rabaa'i, A. A., Abu Al Maati, S., Muhammad, N. B., Eljamal, E. M., 2024. Barriers to invest in NFTs: An innovation resistance theory perspective. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 601–614.
- Rahardja, U., et al. (2023). Evaluating the Mediating Mechanism of Perceived Trust and Risk toward Cryptocurrency: An Empirical Research. *Sage Open*, 13(4).
- Safitri, I. K., Ramadhan, F. M., 2022, *CekFakta #139 Waspada Penipuan NFT*, diakses melalui website <https://www.tempo.co/newsletter/cekfakta-139-waspada-penipuan-nft-434723>
- Say Keat, S., Loo, W. W., Wong, S. L. 2020. Understanding security and trust in Bitcoin adoption: Insights from a user perspective. *Journal of Digital Commerce Research*, 15(1), 45–58.
- Silfia, I., 2024. OJK: Jumlah investor kripto naik jadi 21,27 juta, diakses melalui website <https://www.antaraneews.com/berita/4436957/ojk-jumlah-investor-kripto-naik-jadi-2127-juta>
- Wang, X., Li, S., 2023. Factors Influencing Chinese Consumers' Purchasing Behavior of NFT Products. *Proceedings of the 2nd International Conference on Big Data Blockchain and Economy Management (ICBBEM 2023)*.
- Weber, M., Candia, B., Coibion, O., Gorodnichenko, Y., 2023. Do You Even Crypto, Bro? Cryptocurrencies in Household Finance. *NBER Working Paper Series*, No. 23-10.
- WIPO., 2024. *Global Innovation Index 2024*. World Intellectual Property Organization.
- Wu, X., Deng, W., Quan, Y., Zhang, L., 2024. Trust Dynamics and Market Behavior in Cryptocurrency: A Comparative Study of Centralized and Decentralized Exchanges. arXiv.
- Yonatan, A. Z., 2023, *10 Negara dengan Jumlah Pengguna NFT Terbanyak di Dunia*. *GoodStats Data*, diakses melalui website <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-jumlah-pengguna-nft-terbanyak-di-dunia-0IIqy>
- Zarifis, A., Castro, L. A., 2022. The NFT Purchasing Process and the Challenges to Trust at Each Stage. *Sustainability*, 14(16482).