

**Analisis Determinan *Intention to Use* Pada Penggunaan Platform
Kripto**

MUHAMMAD HAFIIZH SYAH AQILLA

1710621053



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***Analysis of the Determinants of Intention to Use in the Adoption of
Cryptocurrency Platforms***

MUHAMMAD HAFIIZH SYAH AQILLA

1710621053



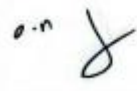
**This Thesis Was Prepared as One of The Requirements to Obtain a Bachelor of
Business Degree at The Faculty of Economics and Business , State University of
Jakarta.**

**STUDY PROGRAM S1 DIGITAL BUSINESS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Ketua)		28 Juli 2025
2	Ati Sumiati, S.Pd., MM NIP. 197906102008011008 (Penguji 1)		28 Juli 2025
3	Siti Fatimah Zahra, S.E.I., M.E NIP. 199108182019032019 (Penguji 2)		28 Juli 2025
4	Prof. Dr. Umi Widyastuti, SE., M.E. NIP. 197612112000122001 (Pembimbing 1)		28 Juli 2025
5	Diena Noviarini, MMSi NIP. 197511152008122002 (Pembimbing 2)		28 Juli 2025
Nama : Muhammad Hafiizh Syah Aqilla No. Registrasi : 1710621053 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 24 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru
 F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Proposal ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan guna memperoleh gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Proposal ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta 24 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Muhammad Hafiizh Syah Aqilla

NIM. 1710621053

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220 Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Muhammad Hafizh Syah Aqilla

NIM : 1701621053

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Alamat Email : m.hafizhs@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain ()

yang berjudul :

Analisis Determinan *Intention to Use* pada Penggunaan Platform Kripto

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 24 Juli 2025

Penulis

(Muhammad Hafizh Syah Aqilla)

ABSTRAK

Muhammad Hafiizh Syah Aqilla: “Analisis Determinan Intention to Use pada Penggunaan Platform Kripto”. Skripsi, Jakarta: Program Studi S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Prof. Dr. Umi Widyastuti, S.E., M.E. dan Diena Noviarini, MMSi.

Pesatnya perkembangan teknologi finansial telah mendorong adopsi cryptocurrency sebagai alternatif investasi digital, dengan Binance sebagai salah satu platform exchange yang paling dominan di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi elemen-elemen yang memengaruhi niat untuk menggunakan platform Binance, dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model (TAM)* yang diperluas melalui variabel *trust*, *influencer marketing*, *perceived ease of use*, serta *perceived usefulness* sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 185 responden pengguna aktif Binance. Pengumpulan data dilakukan melalui survei online, dan analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *trust* dan *influencer marketing* berpengaruh positif terhadap *intention to use*. Selain itu, *perceived ease of use* juga berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness*, yang selanjutnya memberikan pengaruh positif terhadap *intention to use*. Temuan ini menegaskan pentingnya kepercayaan, kemudahan penggunaan, serta peran influencer dalam membentuk persepsi manfaat dan mendorong niat penggunaan platform kripto.

Kata kunci: *Trust, Influencer Marketing, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Intention to Use*

ABSTRACT

Muhammad Hafiizh Syah Aqilla: *“Analysis of the Determinants of Intention to Use in the Adoption of Cryptocurrency Platforms”*. Thesis, Jakarta: Undergraduate Program in Digital Business, Faculty of Economics and Business, Jakarta State University. Advisors: Prof. Dr. Umi Widyastuti, S.E., M.E. and Diena Noviarini, MMSi.

The rapid development of financial technology has driven the adoption of cryptocurrency as an alternative digital investment, with Binance emerging as one of the most dominant exchange platforms in Indonesia. This study aims to explore the factors influencing the intention to use the Binance platform by employing the Technology Acceptance Model (TAM), which is extended through the inclusion of trust, influencer marketing, perceived ease of use, and perceived usefulness as intervening variables. A quantitative approach was used, applying purposive sampling and involving 185 active Binance users. Data were collected through an online survey and analyzed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the help of SmartPLS. The results indicate that trust and influencer marketing have a positive influence on intention to use. Additionally, perceived ease of use positively affects perceived usefulness, which in turn positively impacts intention to use. These findings highlight the importance of trust, ease of use, and the role of influencers in shaping perceived usefulness and encouraging the intention to use cryptocurrency platforms.

Keywords: *Trust, Influencer Marketing, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Intention to Use*

KATA PENGANTAR

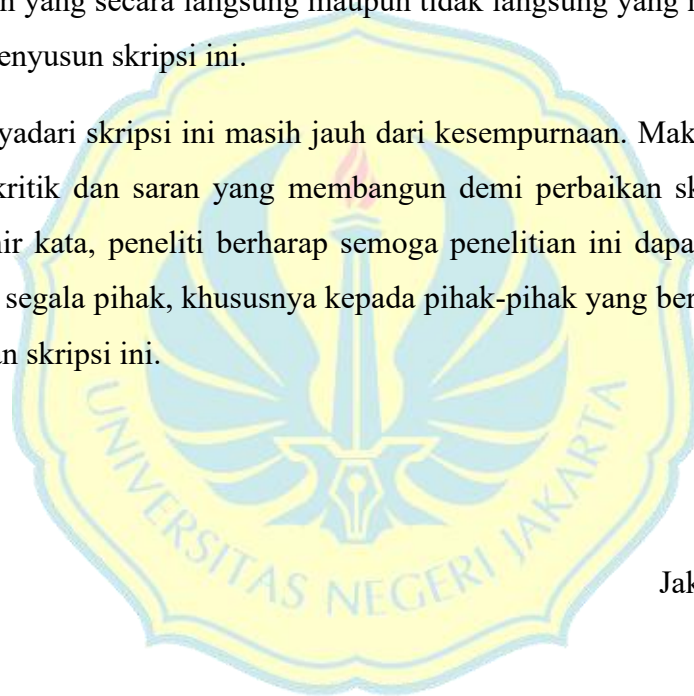
Segala puji dan Syukur kepada Allah SWT, atas berkat rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Determinan Intention to Use pada Penggunaan Platform Kripto”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Bisnis Digital di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam proses penulisan skripsi ini tidak akan mungkin terwujud tanpa adanya Rahmat dan karunia dari Allah SWT, serta bimbingan, bantuan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu dalam proses penyusunan skripsi sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital.
3. Ibu Prof. Dr. Umi Widyastuti, SE., M.E. selaku dosen pembimbing pertama yang senantiasa dengan sabar membimbing, meluangkan waktu, memberikan motivasi, dan dukungan serta pengarahan yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
4. Ibu Diena Noviarini, MMSi. selaku dosen pembimbing kedua yang senantiasa dengan sabar membimbing, meluangkan waktu, memberikan motivasi, dan dukungan serta pengarahan yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Seluruh dosen, staff dan karyawan Universitas Negeri Jakarta yang telah berjasa memberikan wawasan dan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa studi penulis.

6. Keluarga saya terutama Ayah, Ibu, dan Adik, yang memberikan dukungan, dan doa tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
7. Wahda Nur Fadila Amelia selaku support system, yang selalu memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah, membantu serta memotivasi dan menemani penulis selama proses penyusunan skripsi ini
8. Para responden yang telah berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian guna membantu proses penelitian hingga terpenuhi.
9. Pihak lain yang secara langsung maupun tidak langsung yang membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini di masa mendatang. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini dapat membantu serta bermanfaat bagi segala pihak, khususnya kepada pihak-pihak yang berhubungan dengan tema pembahasan skripsi ini.



Jakarta, 16 Juli 2025

Muhammad Hafiizh Syah Aqilla

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori Pendukung	11
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11
2.1.2 <i>Trust</i>	12
2.1.2.1 Definisi <i>Trust</i>	12
2.1.2.2 Dimensi <i>Trust</i>	13
2.1.2.3 Indikator <i>Trust</i>	13
2.1.3 <i>Influencer Marketing</i>	13
2.1.3.2 Dimensi <i>Influencer Marketing</i>	14

2.1.3.3 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	15
2.1.4 <i>Perceived Ease of Use</i>	15
2.1.4.1 Definisi <i>Perceived Ease of Use</i>	15
2.1.4.2 Dimensi <i>Perceived Ease of Use</i>	16
2.1.4.3 Indikator <i>Perceived Ease of Use</i>	17
2.1.5 <i>Perceived Usefulness</i>	17
2.1.5.1 Definisi <i>Perceived Usefulness</i>	17
2.1.5.2 Dimensi <i>Perceived Usefulness</i>	18
2.1.5.3 Indikator <i>Perceived Usefulness</i>	19
2.1.6 <i>Intention to Use</i>	19
2.1.6.1 Definisi <i>Intention to Use</i>	19
2.1.6.2 Dimensi <i>Intention to Use</i>	20
2.1.6.3 Indikator <i>Intention to Use</i>	20
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	21
2.2.1 <i>Trust</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	21
2.2.2 <i>Influencer Marketing</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	21
2.2.3 <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap <i>Perceived Usefulness</i>	22
2.2.4 <i>Perceived Usefulness</i> terhadap <i>Intention to Use</i>	22
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	24
3.2 Desain Penelitian	24
3.2.1 Metode Penelitian.....	24
3.2.2 Kontelasi Pengaruh Variabel antar Variabel	25
3.3 Populasi dan Sampel.....	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel.....	26
3.4 Pengembangan Instrumen.....	27
3.4.1 <i>Trust</i>	27
3.4.2 <i>Influencer Marketing</i>	27

3.4.3 <i>Perceived Ease of Use</i>	28
3.4.4 <i>Perceived Usefulness</i>	28
3.4.5 <i>Intention to Use</i>	29
3.4.6 Operasional Variabel	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6 Teknik Analisis Data	40
3.6.1 Uji <i>Common Method Bias</i>	41
3.6.2 <i>Outer Model</i>	41
3.6.2.1 Uji Validitas Data.....	41
3.6.2.2 Uji Reabilitas	43
3.6.3 <i>Inner Model</i>	44
3.6.3.1 <i>R Square</i>	44
3.6.3.2 <i>Prediction Relevance (Q-Square)</i>	44
3.6.3.3 <i>F-Square</i>	45
3.6.4 Uji Hipotesis.....	45
3.6.4.1 Pengujian Hipotesis (H0 dan Ha)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Data.....	47
4.1.1 Karakteristik Responden	47
4.1.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.1.2 Berdasarkan Umur.....	48
4.1.1.3 Berdasarkan Pekerjaan	49
4.1.1.4 Berdasarkan Rentang Pendapatan	50
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	50
4.1.2.1 Variabel <i>Trust</i>	50
4.1.2.2 Variabel <i>Influencer Marketing</i>	53
4.1.2.3 Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	56
4.1.2.4 Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	59
4.1.2.5 Variabel <i>Intention to Use</i>	62
4.2 Hasil dan Pembahasan	65

4.2.1 Uji <i>Outer Model</i>	65
4.2.1.1 <i>Common Method Bias</i>	65
4.2.1.2 <i>Outer Loading</i>	66
4.2.1.3 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	68
4.2.1.4 <i>Cross Loading</i>	69
4.2.1.5 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	71
4.2.1.6 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	72
4.2.1.7 <i>Cronbach's Alpha</i>	74
4.2.2 Uji <i>Inner Model</i>	75
4.2.2.1 <i>R-Square</i>	75
4.2.2.2 <i>Prediction Relevance (Q-Square)</i>	76
4.2.2.3 <i>F-Square</i>	77
4.2.3 Uji Hipotesis	78
4.2.4 Pembahasan	80
4.2.4.1 <i>Trust terhadap Intention to Use</i>	80
4.2.4.2 <i>Influencer Marketing terhadap Intention to Use</i>	81
4.2.4.3 <i>Perceived Ease of Use terhadap Perceived Usefulness</i>	82
4.2.4.4 <i>Perceived Usefulness terhadap Intention to Use</i>	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Implikasi	87
5.2.1 Implikasi Teoritis	87
5.2.2 Implikasi Praktis	88
5.3 Saran	90
5.3.1 Saran Akademis	90
5.3.2 Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN – LAMPIRAN	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Total Kapitalisasi Pasar Cryptocurrency.....	2
Gambar 1. 2 Most Used Crypto Exchange di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 3. 1 Kontelasi Hubungan antar Variabel	25
Gambar 4. 1 Kerangka Konseptual SmartPLS	68
Gambar 4. 2 Pengujian Hipotesis Kerangka Teori	79



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Volume Perdagangan 6 Exchange Terbesar di Dunia	3
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian Variabel Trust.....	29
Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian Variabel Influencer Marketing.....	31
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian Variabel Perceived Ease of Use	33
Tabel 3. 4 Instrumen Penelitian Variabel Perceived Usefulness.....	35
Tabel 3. 5 Instrumen Penelitian Variabel Intention to Use	37
Tabel 3. 6 Skala Likert.....	40
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur	48
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Rentang Pendapatan.....	50
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Indikator dan Pernyataan Trust.....	51
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Indikator dan Pernyataan Influencer Marketing	53
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Indikator dan Pernyataan Perceived Ease of Use	56
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Indikator dan Pernyataan Perceived Usefulness.....	59
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Indikator dan Pernyataan Intention to Use	62
Tabel 4. 10 Common Method Bias	65
Tabel 4. 11 Outer Loading	66
Tabel 4. 12 Average Variance Extracted (AVE).....	69
Tabel 4. 13 Cross Loading	70
Tabel 4. 14 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	72
Tabel 4. 15 Fornell-Larcker Criterion.....	73
Tabel 4. 16 Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	74
Tabel 4. 17 R-Square	75
Tabel 4. 18 Q-Square	76
Tabel 4. 19 F-Square.....	77
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis.....	78