

ABSTRAK
FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH PADA PENGUMPULAN KEMBALI
BITCOIN DI INDONESIA

Nama: Aditya Hizkia Obinli Pratama & Garpepi Hanief Aotearoa

Dosen Pembimbing: Ir. Widyarso Roswinanto, MM, MBA, Ph. D.

Penelitian ini mengkaji intensi untuk pengumpulan *bitcoin* dengan mengedepankan batasan waktu pasca-adopsi. Fokus penelitian ini adalah melakukan identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi pemegang *bitcoin* untuk menambah jumlah kepemilikan *bitcoin*. Berangkat dari literatur *customer repurchase intention* dan *purchase decision*, terancang empat faktor: *perceived value*, *satisfaction*, *brand preferences*, dan *perceived risk*. Setiap faktor akan diuji seberapa besar pengaruh yang diberikan ke pengguna *bitcoin* dalam membeli kembali untuk menggunakan *bitcoin*.

Faktor yang memengaruhi pengumpulan kembali *bitcoin* telah diuji dengan penelitian kuantitatif dengan melakukan analisis data menggunakan PLS-SEM. Data dikumpulkan dengan cara survei kuesioner berbasis web. Sampel yang terkumpul sebanyak 76 warga negara Indonesia yang pernah atau masih mempunyai/menggunakan *bitcoin*.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua faktor berpengaruh pada intensi pengumpulan kembali *bitcoin*, dengan *perceived value* menjadi faktor pengaruh terbesar. Dari sisi sosio-demografi pada karakteristik jenis kelamin, Pria lebih banyak berinteraksi dengan *bitcoin* daripada Wanita. Responden dari umur 21-25 tahun menjadi peserta terbanyak dalam penelitian. Indikator terkuat dalam intensi pengumpulan kembali *bitcoin* adalah persepsi mengenai *bitcoin* baik untuk investasi, tingkat kepuasan yang tinggi, dan keyakinan bahwa nilai *bitcoin* akan naik dalam 5 tahun ke depan.

Kata kunci: *repurchase to use, bitcoin, perceived value, satisfaction, brand preferences, dan perceived risk*

ABSTRACT

FACTORS OF RECOLLECTING BITCOIN IN INDONESIA

Nama: Aditya Hizkia Obinli Pratama & Garpepi Hanief Aotearoa

Dosen Pembimbing: Ir. Widyarso Roswinanto, MM, MBA, Ph. D.

This research is to study intention to repurchase to use bitcoin with post-adoption time period. The focus of the research is to identifying factors in influencing bitcoin users to increase their ownership amount of bitcoin. Departing from customer repurchase intention and purchase decision literatures, four factors are designed: perceived value, satisfaction, brand preferences, and perceived risk. Every factor will be tested on how big in affecting bitcoin users to repurchase to use bitcoin.

All factors will be tested through quantitative research by analyzing data with PLS-SEM. All data is collected via web-based questionnaire survey. The sample consisted of 76 Indonesia residents who have had/used or still have/use bitcoin.

The findings of this research shows that all factors are affecting intention to recollecting bitcoin, with perceived value came out as the biggest factor. From socio-demographic gender side, Male has more interaction with bitcoin than women. Respondents of 21-25 years old are the top participants of this research. The strongest indicators in recollecting bitcoin are perception of bitcoin is good for investment, high level of satisfaction, and the belief of bitcoin value will be increasing in the next 5 years.

Keywords: repurchase to use, bitcoin, perceived value, satisfaction, brand preferences, and perceived risk