

**TESIS**

**PENGARUH E-WOM PADA NIAT TRANSAKSI NFT ART DI  
INDONESIA**



**Daryl Jeremia Kembaren**

**No. Mhs.: 215026545/EBU/MM**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2022**




**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOYAKARTA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

---

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS**

Nama : DARYL JEREMIA KEMBAREN  
Nomor Mahasiswa : 215026545/EB/MM  
Konsentrasi : E-Bisnis  
Judul Tesis : PENGARUH E-WOM PADA NIAT TRANSAKSI NFT  
ART DI INDONESIA

<b>Nama Pembimbing</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Tanda Tangan</b>
<b>Dr. Dra. J. Ellyawati, M.M</b>	<b>5 Januari 2023</b>	



**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOYAKARTA  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

---

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama : DARYL JEREMIA KEMBAREN  
Nomor Mahasiswa : 215026545/EB/MM  
Konsentrasi : E-Bisnis  
Judul Tesis : PENGARUH E-WOM PADA NIAT TRANSAKSI NFT  
ART DI INDONESIA

<b>Nama Penguji</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Tanda Tangan</b>
<b>Dr. Dra. J. Ellyawati, M.M</b>	<b>31 Januari 2023</b>	
<b>Drs. Parnawa Putranta M., MBA.Ph.D.</b>	<b>31 Januari 2023</b>	
<b>Dr. C. Handoyo Wibisono, MM, CSA</b>	<b>31 Januari 2023</b>	

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Pengaruh E-Wom Pada Niat Transaksi NFT Art Di Indonesia*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth*, promosi, adopsi informasi, fluktuasi harga dan niat transaksi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei melalui kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dengan usia 18 tahun sampai dengan 36 tahun untuk usia produktif dan pernah bertransaksi ataupun menyerap informasi dari NFT maupun *cryptocurrency*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 237 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu PLS - SEM (*Partial Least Square - Structural Equation Modelling*). Hasil analisis data dengan signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh *electronic word of mouth* terhadap adopsi informasi dan niat transaksi berpengaruh positif. Pengaruh promosi terhadap adopsi informasi berpengaruh positif, serta pengaruh fluktuasi harga terhadap niat transaksi investor berpengaruh positif.

**Kata kunci:** NFT, *electronic word of mouth*, *cryptocurrency*, niat beli, adopsi informasi, fluktuasi harga investasi.

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	<b>i</b>
<b>Halaman Persetujuan Pembimbing Tesis</b> .....	<b>ii</b>
<b>Halaman Pengesahan Tesis</b> .....	<b>iii</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>v</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>viii</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>x</b>
<b>I. Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Batasan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
<b>II. Tinjauan Konseptual dan Kerangka Teori</b> .....	<b>8</b>
2.1. Tinjauan Pustaka .....	8
2.2. Landasan Teori .....	16
2.2.1. <i>E-WOM (Electronic Word of Mouth)</i> .....	16
2.2.2. Promosi .....	17
2.2.3. Niat Beli (Transaksi) .....	19
2.2.4. Model Adopsi Informasi (IAM) .....	21
2.2.5. <i>Theory Reasoned Action (TRA)</i> .....	21
2.2.6. Non-Fungible Tokens (NFT) .....	22
2.2.7. Blockchain pada NFT .....	24
2.2.8. CryptoArt .....	25
2.3. Pengembangan Hipotesis .....	26
2.3.1. Pengaruh Hubungan Antara e-Wom dengan niat transaksi NFT .....	26
2.3.2. Pengaruh Hubungan Promosi Terhadap Adopsi Informasi .....	27
2.3.3. Pengaruh Hubungan Adopsi informasi dan Niat Beli (Transaksi) .....	28
2.3.4. Pengaruh Hubungan Fluktuasi Harga dengan Niat Transaksi NFT .....	29
2.3.5. Batasan Masalah .....	31

<b>III. Metode Penelitian .....</b>	<b>32</b>
3.1. Lingkup Penelitian .....	32
3.2. Metode Sampling dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3. Definisi Operasional .....	33
3.4. Metode dan Prosedur Statistik .....	35
3.4.1. Uji Validitas .....	35
3.4.2. Uji Reliabilitas .....	35
3.5. Metode Analisis Data .....	36
3.5.1. Analisis Statistik Deskriptif Responden .....	36
3.5.2. Teknik Analisis PLS-SEM .....	36
<b>IV. Hasil Penelitian &amp; Pembahasan .....</b>	<b>38</b>
4.1. Pendahuluan .....	38
4.2. Analisis Statistik Deskriptif Responden .....	38
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan .....	41
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan alasan Transaksi NFT/ <i>Cryptocurrency</i> .....	42
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Transaksi  NFT maupun <i>Cryptocurrency</i> .....	43
4.3. Hasil Analisis PLS SEM .....	44
4.3.1. Merancang <i>Inner Model</i> / Model Struktural .....	44
4.3.2. Merancang <i>Outer Model</i> / Model Pengukuran .....	44
4.3.3. Menggambar Diagram Jalur ( <i>Path Diagram</i> ) .....	46
4.3.4. Eliminasi Data .....	48
4.3.5. Evaluasi <i>Goodness of fit: Outer Model</i> .....	48
4.3.5.1. Uji Validitas Konvergen: <i>Covergen Validity</i> .....	48
4.3.5.2. Uji Validitas Diskriminan .....	50
4.3.5.3. Uji Reliabilitas .....	52
4.3.6. Evaluasi <i>Goodness of Fit: Inner Model</i> .....	53
4.3.7. Uji Hipotesis Secara Langsung .....	55
4.3.8. Hasil Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung Melalui Mediasi .....	57
4.4. Pembahasan .....	59
4.4.1. Pengaruh <i>E-Wom</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	59
4.4.2. Pengaruh <i>E-Wom</i> Terhadap <i>Information Adoption</i> .....	59
4.4.3. Pengaruh <i>Promotion</i> Terhadap <i>Information Adoption</i> ....	60
4.4.4. Pengaruh <i>Information Adoption</i> Terhadap <i>Purchase</i> <i>Intention</i> .....	61
4.4.5. Pengaruh <i>Price Fluctuation</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	61

<b>V. Penutup .....</b>	<b>63</b>
5.1. Kesimpulan .....	63
5.2. Implikasi Manajerial .....	65
5.3. Keterbatasan dan Saran Penelitian .....	66
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>68</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>74</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1.</b> Tinjauan Pustaka .....	7
<b>Tabel 3.1.</b> Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional .....	34
<b>Tabel 4.1.</b> Deskripsi Karakteristik Responden .....	40
<b>Tabel 4.2.</b> Variabel-Variabel Laten .....	45
<b>Tabel 4.3.</b> Nilai <i>Outer Loadings</i> .....	49
<b>Tabel 4.4.</b> Hasil Nilai <i>Outer Loadings</i> Eliminasi EW1 .....	50
<b>Tabel 4.5.</b> Hasil Nilai <i>Outer Loadings</i> Eleminasi EW1 .....	51
<b>Tabel 4.6.</b> Nilai <i>Cross Loading</i> .....	52
<b>Tabel 4.7.</b> Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	52
<b>Tabel 4.8.</b> Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	53
<b>Tabel 4.9.</b> Nilai <i>R-Square</i> dan <i>Q-Square</i> .....	55
<b>Tabel 4.10.</b> Uji Hipotesis Pengaruh Langsung .....	56
<b>Tabel 4.11.</b> Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung .....	58
<b>Tabel 4.12.</b> Hubungan Antara <i>E-Wom</i> , <i>Promotion</i> dan <i>Purchase Intention</i> ..	58
<b>Tabel 4.13.</b> Hubungan Antara <i>Promotion</i> , <i>Information Adoption</i> dan <i>Purchase Intention</i> .....	59



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1.</b> Perbedaan <i>Aset Fungible</i> dan <i>Non-Fungible</i> .....	23
<b>Gambar 2.2.</b> Proses Pada NFT .....	25
<b>Gambar 2.3.</b> Data Investor <i>Crypto</i> Indonesia .....	30
<b>Gambar 2.4.</b> Model Penelitian .....	31
<b>Gambar 4.1.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
<b>Gambar 4.2.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Usia .....	42
<b>Gambar 4.3.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per Bulan .....	42
<b>Gambar 4.4.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Alasan Transaksi NFT/ <i>Cryptocurrency</i> .....	43
<b>Gambar 4.5.</b> Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Transaksi dan Informasi NFT Maupun <i>Cryptocurrency</i> .....	44
<b>Gambar 4.6.</b> Diagram Jalur ( <i>Path Diagram</i> ) .....	48
<b>Gambar 4.7.</b> Model Struktural PLS Algorithm .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian .....	73
Lampiran 2: Kuesioner Asli .....	77
Lampiran 3: Data Responden .....	78
Lampiran 4: Hasil Olah Data <i>SPSS 22</i> .....	93
Lampiran 5: Hasil Olah Data <i>SMART-PLS Professional</i> 3.0 (3.2.9) .....	103

