

Original Research

Peran Induksi Emosi Terhadap Pembelian Cryptocurrency Pada Mahasiswa

Ivan Dragono¹, Honey Wahyuni Sugiharto Elgeka^{1*}

¹ Fakultas Psikologi, Universitas Surabaya, Surabaya-Indonesia

* corresponding author: honeywahyuni@staff.ubaya.ac.id

Abstract—Technology that is developing rapidly is evidenced by the presence of cryptocurrency investment. Rational and analytical decision-making is required in investing. There are two emotions that affect individuals in making decisions, namely the emotions felt at the time and the emotions that arise as a result of decision making. Humans have 2 dominant emotions, namely happy and sad emotions. Thus, this study aims to examine and explain the role of emotional induction on cryptocurrency purchases among college students. This study used an experimental method, by comparing 2 treatments. The participants of this study consisted of 30 people, who were then divided into 2 groups (happy and sad groups). The group will then be given emotional induction in the form of a video according to the division of the group. The results showed that there was no difference between the induction of positive and negative emotions on cryptocurrency investment decision making ($\chi^2 = 0.114$, $p > 0,05$). This happens, because the individual has a 3rd thinking system which inhibits the individual from thinking irrationally. So as to make individuals to get the highest utility in decision making and get a sense of happiness. Thus, decision-making for investors, especially novice investors, is very important. Especially the metacognition ability that exists in every human being to control individual decision making. Investment is growing and becoming modern

Keywords: emotional state, purchase decision making, experiment, novice stock investors

Abstrak—Teknologi yang berkembang dengan pesat dibuktikan dengan hadirnya investasi *cryptocurrency*. Pengambilan keputusan yang rasional dan analitis diperlukan dalam melakukan investasi. Terdapat dua emosi yang mempengaruhi individu dalam pengambilan keputusan, yaitu emosi yang dirasakan saat itu dan emosi yang muncul akibat pengambilan keputusan. Manusia memiliki 2 emosi yang dominan, yaitu emosi bahagia dan sedih. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan peran induksi emosi terhadap pembelian *cryptocurrency* pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode eksperimen, dengan membandingkan 2 perlakuan. Partisipan penelitian ini terdiri atas 30 orang, yang kemudian terbagi menjadi 2 kelompok (kelompok bahagia dan sedih). Kelompok kemudian akan diberikan induksi emosi berupa video sesuai dengan pembagian kelompoknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada beda antara induksi emosi positif dan negatif terhadap pengambilan keputusan investasi *cryptocurrency* ($\chi^2 = 0.114$, $p > 0,05$). Hal ini terjadi, karena individu memiliki sistem berpikir ke-3 yang menghambat individu untuk berpikir secara irasional. Sehingga membuat individu untuk mendapatkan utilitas tertinggi dalam pengambilan keputusan dan mendapatkan rasa bahagia. Sehingga, pengambilan keputusan untuk investor, terutama investor pemula adalah hal yang sangat penting. Terutama kemampuan metakognisi yang ada di setiap manusia untuk mengontrol pengambilan keputusan individu.

Kata kunci: kondisi emosional, pengambilan keputusan pembelian, eksperimen, investor crypto pemula

PENDAHULUAN

Investasi di masa sekarang menjadi lebih beragam dan modern. Salah satunya adalah investasi *cryptocurrency*. Investasi *cryptocurrency* merupakan investasi yang bersifat *high risk* dan *high return*. *Cryptocurrency* merupakan mata uang digital yang terkenal hanya bisa digunakan di berbagai negara. Investasi *cryptocurrency* dimulai dengan munculnya *bitcoin* pada tahun 2009 yang dibuat oleh Satoshi Nakamoto. Somadiyono (Mausir & Seftarita, 2019) mengatakan bahwa *cryptocurrency* merupakan pembayaran digital yang berbentuk algoritma. Yelowitz and Wilson (Gazali et al., 2018) berpendapat bahwa aspirasi politik dan bukti keuntungan investasi *cryptocurrency* mendukung individu untuk mulai investasi *cryptocurrency*. Hasil investasi yang didapatkan berlipat-lipat mengakibatkan individu semakin tertarik untuk investasi dalam *crypto*. Tidak hanya itu, tetapi berita-berita yang mengatakan bahwa harga *crypto* yang dalam kurun kurang dari 2 tahun melonjak sebesar 1000% juga mempengaruhi pola pikir individu. Hal ini karena hasil investasi *cryptocurrency* yang didapatkan berlipat-lipat yang membuat individu tertarik untuk investasi. Selain itu, berita-berita juga mengatakan bahwa dalam waktu 2 tahun harga *crypto* dapat meningkat sebesar 1000% sehingga mempengaruhi pola pikir individu.

Penelitian-penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa terdapat 3 alasan utama individu melakukan investasi *cryptocurrency*, yaitu *trust*, *usefulness*, dan *safety* (Aghajanyan & Gill, 2022). *Trust* berhubungan dengan persepsi, keyakinan dan faktor sosial. Seperti seberapa terkenalnya suatu *cryptocurrency*. *Usefulness* berhubungan keuntungan yang bisa membuat individu tertarik. Seperti anonimitas, biaya transaksi rendah, kecepatan transaksi dan keuntungan. *Safety* hampir sama dengan *trust*, yaitu rasa aman ketika menggunakan aplikasi.

Pada saat melakukan investasi individu memerlukan yang namanya *financial management behavior*. Terutama pada investasi yang melibatkan *high risk* dan *high return*. Kholilah dan Iramani (dalam Tanusaputri et al., 2022) mengatakan bahwa *financial management behavior* adalah kemampuan yang dimiliki untuk mengatur, mencari dan mengontrol uang. Dew dan Xiao (dalam Tanusaputri et al., 2022) membagi *financial management* menjadi 4 aspek, yaitu *saving and investment behavior*, *cash management*, *credit management*, *insurance behavior*. Shefrin dan Nostringer (dalam Arifin et al., 2019) mengatakan bahwa *Behavioral Finance* mempelajari bagaimana kondisi psikologis individu mempengaruhi pengambilan keputusan finansial mereka. Pengambilan keputusan sendiri terdiri atas pengambilan keputusan secara rasional dan irasional.

Pengambilan keputusan individu, terutama pada pilihan yang melibatkan resiko dapat dijelaskan menggunakan *prospect theory*. *Prospect theory* mengatakan bahwa individu mengambil keputusan berusaha untuk mewujudkan *risk averse* atau *risk seeking*. *Risk averse* terjadi ketika individu berusaha untuk menghindari resiko, sementara *risk seeking* terjadi ketika individu memiliki pilihan yang paling berisiko dari semua pilihan yang merugikan. Pada saat individu dihadapi dengan *risk seeking* atau *risk averse*, sebenarnya mereka menerapkan *systems of thinking*. *Systems of thinking* terbagi menjadi 2, yaitu *system one*, *two* dan *three*. *System one* adalah sistem pengambilan keputusan secara cepat (heuristik). *System two* merupakan pengambilan keputusan secara rasional dan analisis (Kahneman, 2011). Terdapat juga *system three* yang merupakan sistem yang berfungsi untuk menghambat emosi individu dalam proses pengambilan keputusan dan mengembalikannya ke *system two* untuk pengambilan keputusan secara rasional. (Houdé, 2019)

Alquraan et al(2016) membagi proses pengambilan keputusan menjadi 2, yaitu *traditional finance theory* dan *behavioral finance theory*. *Traditional finance theory* merupakan keputusan yang diambil individu secara rasional, tanpa pengaruh emosi. Hal tersebut dapat dilihat ketika individu membandingkan keuntungan dan kerugian sebelum mengambil keputusan. *Behavioral finance theory* merupakan proses pengambilan keputusan yang berasal dari emosi dan bias. Emosi tersebut bisa berupa emosi Bahagia, sedih, dan takut. Sementara bias bisa berasal dari informasi yang didapat oleh individu.

Keadaan emosi adalah emosi yang dirasakan oleh individu tersebut. Salah satu contohnya adalah emosi bahagia dan sedih. Keadaan emosi seseorang merupakan perasaan yang muncul akibat dari aktivitas atau situasi tertentu yang dialami oleh individu (Duque et al., 2013). Bieg (2013) mengatakan bahwa *emotional state/* keadaan emosi berbeda dengan *emotional traits*. *Emotional traits* adalah perasaan yang dimiliki individu secara umum dan bersifat lama. Sehingga keadaan emosi yang dimiliki individu bisa mempengaruhi pengambilan keputusan

Keadaan emosi sendiri terbagi menjadi 2, yaitu perasaan negatif dan perasaan positif (Fenton-O'creevy et al., 2011). Grizane & Deksnis (2011) berpendapat bahwa perasaan positif timbul ketika individu mengalami sesuatu yang menyenangkan. Sementara perasaan negatif muncul, ketika individu mengalami sesuatu yang tidak menyenangkan. Salah satu aspek dari perasaan positif dan negatif adalah *joviality* dan *sadness*. *joviality* terdiri atas *happy*, *joyful*, *delighted*, *cheerful*, *excited*, *enthusiastic*, *lively*, dan *energetic*. Sementara *sadness* terdiri atas *sad*, *blue*, *downhearted*, *alone*, dan *lonely* (Watson & Clark, 1994).

Peran emosi dalam pengambilan keputusan dapat dijelaskan dengan dua cara, yaitu *expected emotions* dan *immediate emotions* (Loewenstein & Lerner, 2003). *Expected emotions*

merupakan pengambilan keputusan berdasarkan emosi yang didapatkan ketika mengambil keputusan tersebut. Sementara *Immediate emotions*, individu mengambil keputusan sesuai dengan emosi yang dirasakan pada saat itu. Peran emosi dalam manusia memunculkan berbagai macam teori dan pendekatan selama 120 tahun. Sehingga terdapat berbagai macam cara untuk melakukan induksi emosi. Cara-cara tersebut dapat menggunakan *imagination, film, sound, music, images, reading passages*, dll (Fakhrhosseini & Jeon, 2017).

Pengambilan keputusan tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor selain emosi. Faktor-faktor tersebut adalah culture, social, personal, dan psychological (Kotler & Keller, 2010). Selain itu, dalam pengambilan keputusan individu juga dapat terpengaruhi oleh Anchors. Anchors menurut Kahneman (dalam, Houdé (2019)) adalah penilaian yang bersifat tidak masuk akal. Sehingga bersifat tidak relevan dan tidak informatif. Anchor dapat dikatakan sebagai bias kognitif, karena bergantung kepada informasi yang sepihak dalam pengambilan keputusan.

Penelitian yang dilakukan Breaban dan Noussair (2018) mengatakan bahwa investor akan melakukan pembelian saham dengan jumlah yang banyak ketika memiliki perasaan positif, sementara ketika mengalami perasaan negatif investor akan menjual lebih banyak saham. Namun, eksperimen yang dilakukan oleh Wijayanti (2014) masih belum dapat menjelaskan terkait pengambilan keputusan beresiko antara peserta yang memiliki emosi positif dengan emosi negatif. Selain itu, subjek penelitian yang dipilih masih terlalu luas, dimana faktor usia mempengaruhi pengambilan keputusan. Dikarenakan adanya perbedaan hasil dalam pemberian induksi emosi peneliti tertarik untuk melakukan eksperimen terkait perbedaan induksi emosi terhadap pengambilan keputusan investasi. Peneliti akan menggunakan investasi *cryptocurrency* sebagai variabel dependen dan induksi emosi positif dan negatif sebagai variabel independen. Penelitian ini dilakukan karena masih belum ada penelitian yang membahas terkait pengambilan keputusan dalam investasi *cryptocurrency*.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kondisi emosional, khususnya bahagia dan sedih, terhadap pengambilan keputusan pembelian pada investor *cryptocurrency* pemula. Manfaat teoritis penelitian ini adalah sebagai referensi untuk penelitian terkait di masa mendatang, dan juga memberikan kontribusi positif untuk melengkapi penelitian terdahulu. Manfaat praktis penelitian ini adalah untuk menambah pengetahuan para investor *cryptocurrency* pemula mengenai peranan kondisi emosional terhadap pengambilan keputusannya dalam membeli *cryptocurrency*. Dengan demikian, terdapat dua hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1: Ada beda antara kondisi emosional (bahagia dan sedih) dengan pengambilan keputusan pembelian ((dilihat dari jumlah uang yang digunakan investasi *cryptocurrency*).

METODE

Pada penelitian ini pengambilan keputusan pembelian digunakan sebagai variabel tergantung, sedangkan kondisi emosional sebagai variabel bebas. Pengambilan keputusan pembelian didefinisikan sebagai hasil dari proses memilih apa, dan berapa jumlah yang akan dibeli, dengan mempertimbangkan kemungkinan konsekuensi emosional yang mengikuti tiap pilihan. Pada penelitian ini, pengambilan keputusan pembelian dilihat secara manual dari jumlah uang yang dikeluarkan pada saat simulasi.

Kondisi emosional diartikan sebagai emosi bahagia atau sedih yang dirasakan seseorang yang muncul akibat aktivitas tertentu, seperti menonton film komedi atau drama. Kondisi emosional dapat diukur dengan menggunakan *Positive and Negative Affect Schedule-Expanded version* (PANAS-X) yang diciptakan oleh Watson dan Clark (1994). Dalam alat ukur PANAS-X, salah satu kondisi emosional yang termasuk perasaan positif (*positive affect*) adalah *joyfulness*. Sedangkan salah satu kondisi emosional yang termasuk dalam perasaan negatif (*negative affect*) adalah *sadness*. Alat ukur ini memiliki 60 aitem pernyataan yang digunakan untuk mengukur berbagai kondisi emosional tersebut. Partisipan akan diminta untuk mengisi seluruh pernyataan yang ada, namun kondisi emosional yang dianalisis pada penelitian ini hanyalah *joyfulness* (8

aitem) dan *sadness* (5 aitem). *Joviality* (bahagia) dan *sadness* (sedih) dipilih karena kedua emosi tersebut merupakan emosi terkuat dalam manusia (Duque et al., 2013).

Selain kondisi emosional peneliti juga memberikan kuesioner *FMB Scale*. *FMB Scale* adalah alat ukur yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perencanaan individu. Alat ukur ini mengukur mulai dari mencari, menganggarkan, mengontrol dan menyimpan uang mereka. Alat ukur ini merupakan *self-report* berjumlah 15 aitem dengan memiliki nilai rentang 1 (*never/tidak pernah*) sampai 5 (*always/selalu*). Selain itu terdapat 2 aitem yang harus *reverse coding*, ketika penilaian.

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa investor *crypto* pemula, berjenis kelamin pria dan wanita. Peneliti memilih subjek tersebut karena investor pemula memiliki sifat irasional dan cenderung melibatkan emosi daripada investor yang profesional. Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *convenience sampling*. Teknik tersebut merupakan teknik *non random sampling*, dimana peneliti memilih subjek sesuai dengan kriteria dan bersedia untuk mengikuti rancangan penelitian dari awal hingga akhir (Neuman, 2014).

Pada penelitian ini, kondisi emosional diinduksi dengan menggunakan cuplikan video yang mampu menimbulkan perasaan bahagia dan sedih. Penggunaan video dipilih karena merupakan metode yang cukup efektif dalam menginduksi kondisi emosional seseorang (Zhang et al., 2017). Perasaan bahagia diinduksikan melalui video yang berjudul "SURCD – Cewek Menguasai Indera". Video tersebut dipilih karena mengandung adegan tertawa dan menunjukkan ekspresi bahagia, sehingga mampu untuk menginduksi emosi bahagia (Shevchenko & Bröder, 2019).

Perasaan negatif diinduksikan melalui video yang berjudul "Iklan sedih Thailand – Ibu Pelayan Sub Indo). Video tersebut dipilih karena mengandung kisah menyedihkan dan adegan orang yang menangis, sehingga mampu untuk menginduksi emosi sedih (Shevchenko & Bröder, 2019).

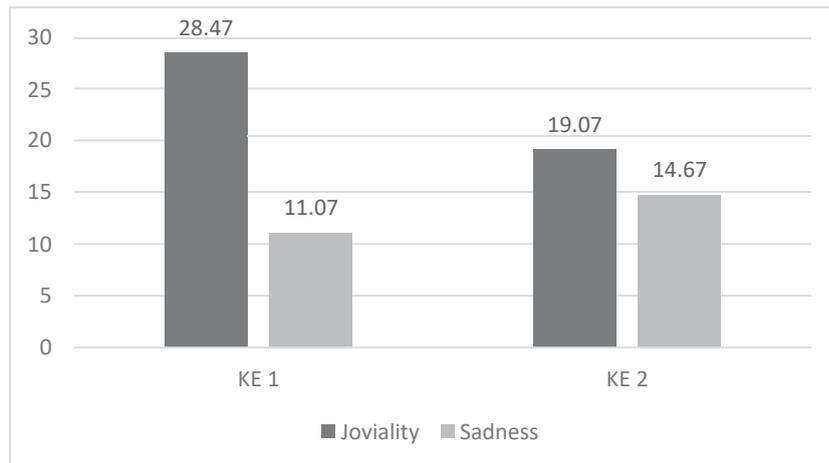
Peneliti juga akan melakukan *mood manipulation check* kepada partisipan. *Mood manipulation check* berfungsi untuk mengetahui apakah terdapat perubahan *mood* dari partisipan, sebelum dan sesudah diberikan *treatment*. Pada penelitian ini *mood manipulation check* dilakukan dengan cara memberikan sebuah pertanyaan umum (*general question*) mengenai kondisi emosional partisipan saat itu ("Bagaimana Anda menggambarkan perasaan Anda saat ini?"), dengan pilihan jawaban 1 (sangat sedih) sampai 10 (sangat bahagia). Pertanyaan umum tersebut akan diberikan dua kali, yaitu sebelum dan setelah diberikan *treatment*. Perubahan *mood* akan dilihat dari perbandingan jawaban sebelum dan setelah *treatment*.

Desain pada penelitian eksperimen kali ini adalah *basic randomized design comparing two treatments*. Partisipan dibagi menjadi dua kelompok dan mereka akan diberikan perlakuan (*treatment*) yang berbeda. Setelah mendapatkan perlakuan, para partisipan akan mengisi alat ukur PANAS-X, dan diikuti dengan simulasi bermain *crypto*.

Data yang didapatkan akan melalui proses uji asumsi dan hipotesis menggunakan program SPSS. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan homogenitas. Uji normalitas menggunakan tes *Kolmogorov-Smirnov*, dan uji hipotesis menggunakan *Levene's Test of Homogeneity*. Jika data bersifat parametrik, uji hipotesis menggunakan Anova. Namun jika data bersifat nonparametrik, uji hipotesis menggunakan Kruskal Wallis. Selain itu peneliti juga melakukan uji anakova terhadap FMB dan pengambilan keputusan dan uji hipotesis terhadap jenis kelamin, sumber penghasilan, jumlah *crypto* dan alasan partisipan.

HASIL

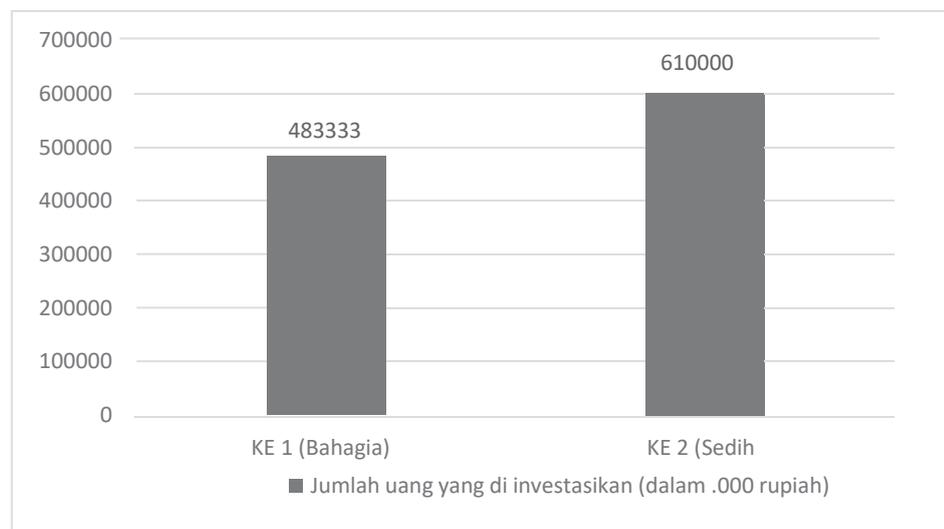
Dari hasil pengukuran terhadap kondisi emosional yang menggunakan PANAS-X, didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 1. Rata-rata kondisi emosional berdasarkan PANAS-X.

Berdasarkan pemaparan gambar satu, dapat diketahui bahwa rata-rata kondisi emosional partisipan pada seluruh kelompok (Kelompok Eksperimen 1 dan Kelompok Eksperimen 2) cenderung berada dalam kondisi emosional bahagia yang lebih kuat daripada sedih. Meskipun demikian, Kelompok Eksperimen 2 (kelompok yang mendapatkan video sedih) memiliki skor bahagia yang lebih rendah dibanding Kelompok Eksperimen 1 (Bahagia) dan juga memiliki skor sedih yang lebih tinggi dibandingkan kelompok bahagia.

Lalu untuk pengambilan keputusan pembelian partisipan selama simulasi bermain *crypto*, didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar2. Rata-rata pengambilan keputusan pembelian partisipan.

Berdasarkan gambar dua, diketahui bahwa rata-rata partisipan pada Kelompok Eksperimen 2 (kelompok sedih) melakukan investasi paling banyak, yaitu Rp 610.000. Lalu rata-rata partisipan pada Kelompok Eksperimen 1 (kelompok bahagia) melakukan investasi sebanyak Rp 483.333. Lalu untuk hasil *FMB* dapat dijabarkan sebagai berikut.

Berikutnya peneliti juga menanyakan pertimbangan partisipan dalam membeli *crypto* selama menjalani simulasi, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1

Tabel Hasil Uji Anakova Kemampuan Financial Management Behavior Mahasiswa dan Pengambilan Keputusan Berdasarkan Emosi

Pengukuran	P	f	Keterangan
FMB	.496	.484	Tidak Signifikan
Emosi (Kelompok bahagia dan sedih)	.239	1.450	Tidak Signifikan

Berdasarkan tabel 1, uji anakova terpenuhi jika memiliki nilai signifikansi yang diperlukan adalah kurang dari 0.05. Pada pengukuran FMB dan Emosi (kelompok Bahagia dan sedih) memiliki nilai signifikansi 0.05. Sehingga dapat dikatakan bahwa emosi dan FMB tidak memiliki peran dalam pengambilan keputusan individu dalam berinvestasi. Berikutnya peneliti juga menanyakan pertimbangan partisipan dalam membeli *crypto* selama menjalani simulasi, yang akan dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 2

Tabel Pertimbangan Partisipan dalam Membeli Crypto Selama Simulasi

Pertimbangan	Frekuensi	%
Hanya berdasarkan emosi/perasaan	7	23.33%
Melakukan analisis	18	60%
Menjawab keduanya	5	16,67%
Total	30	100%

Berdasarkan tabel satu, diketahui bahwa mayoritas keputusan pembelian partisipan selama simulasi dalam eksperimen kali ini dibuat berdasarkan analisis (80%). Hanya terdapat 7 partisipan yang membeli berdasarkan emosi/perasaannya (23,33%), dan sisanya menjawab berdasarkan keduanya (16,67%).

Berikutnya peneliti melakukan uji asumsi dan hipotesis menggunakan program SPSS. Uji asumsi dibagi menjadi dua, yaitu uji normalitas dan uji homogenitas. Pada uji normalitas, ditemukan data yang bersifat tidak normal ($p < 0,05$), pada uji homogenitas ditemukan data bersifat tidak homogen ($p < 0,05$). Karena terdapat data yang bersifat tidak normal dan tidak homogen, maka uji hipotesis yang digunakan adalah uji nonparametrik Kruskal Wallis. Hasil uji hipotesis dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 3

Tabel Hasil Uji Hipotesis

Pengukuran	χ^2	P
Pengambilan Keputusan Pembelian	.114	.736

Berdasarkan pemaparan tabel dua, diketahui bahwa $\chi^2 = .114$, $p > 0,05$. Pada uji Kruskal Wallis, jika nilai $p > 0,05$, maka H_1 ditolak sehingga dikatakan bahwa tidak ada beda antara kondisi emosional (bahagia dan sedih) dengan pengambilan keputusan pembelian (jumlah uang yang di investasikan). Peneliti juga melakukan uji hipotesis tambahan terkait jenis kelamin, sumber penghasilan dan jumlah *crypto* yang dimiliki partisipan sebagai berikut:

Tabel 4

Tabel Hasil Uji Hipotesis Tambahan

Pengukuran	χ^2	p
Jenis Kelamin	.277	.599
Sumber Penghasilan	2.880	.578
Jumlah Crypto	2.372	.305
Alasan partisipan	10.220	.333

Dari tabel 4, dapat kita ketahui bahwa jenis kelamin, sumber penghasilan, jumlah *crypto* dan alasan partisipan memiliki nilai $p > 0,05$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa tidak terdapat perbedaan jenis kelamin, sumber penghasilan, jumlah *crypto* dan alasan partisipan dalam pengambilan keputusan individu selama simulasi.

DISKUSI

Eksperimen ini bertujuan untuk menguji dan menjelaskan perbedaan kondisi emosional, khususnya bahagia dan sedih, terhadap pengambilan keputusan pembelian pada investor *crypto* pemula. Penelitian-penelitian terdahulu mengatakan bahwa terdapat pengaruh antara kondisi emosional investor, terhadap perilaku investasinya (Alquraan et al., 2016; Breaban & Noussair, 2018; Prasad et al., 2014). Meski demikian, belum terdapat penelitian yang secara spesifik meneliti emosi bahagia dan sedih terhadap pengambilan keputusan pembelian pada investor *crypto* terutama mahasiswa. Emosi bahagia dan sedih menjadi penting, karena kedua emosi tersebut merupakan emosi terkuat dalam manusia (Duque et al., 2013).

Hipotesis dalam penelitian ini menguji apakah terdapat perbedaan antara kondisi emosional (bahagia dan sedih) terhadap pengambilan keputusan pembelian (dilihat dari jumlah uang yang dilakukan investasi). Hasil dari uji hipotesis mengatakan bahwa kondisi emosional bahagia dan sedih tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian ($p > 0,05$). Hasil ini berbeda dengan penelitian Breaban dan Noussair (2018), yang mengatakan bahwa partisipan dalam kondisi emosional positif akan cenderung melakukan pembelian lebih banyak daripada dalam kondisi emosional negatif.

Penolakan hipotesis tersebut dapat dijelaskan secara teoritis. Secara teoritis, dari pemaparan tabel satu diketahui bahwa pertimbangan partisipan untuk membeli *crypto* selama simulasi lebih banyak dibuat berdasarkan analisis dibandingkan emosi yang dirasakan. Alasan emosi tidak berpengaruh dalam penelitian ini adalah karena partisipan memiliki *system three thinking* yang menghambat pengaruh emosi terhadap pengambilan keputusan. Sehingga partisipan tidak menggunakan emosi melainkan pemikiran secara logis dan rasional. Hal ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan pembelian para partisipan berdasarkan *traditional finance theory*, yang lebih mengutamakan rasionalitas ketika hendak membeli *crypto* (Alquraan et al., 2016).

Menurut Baker dan Ricciardi (2014), tujuan partisipan berpikir secara rasional dalam mengambil keputusan adalah untuk mendapatkan *highest expected utility*. Semakin tinggi utilitas yang didapatkan, maka partisipan akan merasa semakin bahagia dengan keputusannya

(Kahneman, 2011). Perasaan bahagia tersebut merupakan perasaan yang muncul sebagai hasil dari keputusannya (*expected emotions*), bukan perasaan yang muncul saat membuat keputusan (*immediate emotions*) (Loewenstein & Lerner, 2003). Oleh karena itu, meskipun tidak terdapat perbedaan antara kondisi emosional bahagia dan sedih (*immediate emotions*) investor *crypto* pemula terhadap pengambilan keputusan pembelannya, namun hasil emosi yang muncul (*expected emotions*) tetap bisa berperan dalam pengambilan keputusan pembelian investor *crypto* pemula. *Immediate emotions* tidak berpengaruh juga dipengaruhi oleh adanya *system three thinking*, yang menghambat pengaruhnya emosi dalam pengambilan keputusan. Sehingga membuat partisipan untuk tetap menggunakan pemikiran secara rasional dibandingkan secara emosional (Houdé, 2019). Penelitian C. Magnusson & Stenberg (2021) juga menemukan bahwa partisipan dalam penelitian tersebut melakukan investasi *crypto* karena rasa senang dan proses pembelajaran dan uang yang di investasikan merupakan uang yang tidak keberatan untuk hilang.

Perilaku pengambilan keputusan individu juga dapat kita ketahui dari FMB partisipan. Partisipan dalam penelitian ini termasuk dalam golongan *emerging adulthood* atau bisa dikatakan sebagai generasi milenial. Arifin et al (2019) berpendapat bahwa *financial management behavior* yang dimiliki oleh individu yang tua dengan yang muda akan berbeda, dimana individu yang tua memiliki pola pikir yang lebih matang dan lebih bisa mengatur keuangan mereka hingga melakukan investasi kedepannya. Tanusaputri et al., (2022) juga mengatakan bahwa generasi milenial masih memiliki kemampuan pengelolaan finansial yang kurang baik. Kemampuan pengelolaan finansial generasi milenial juga terbatas dengan tugas sederhana, seperti menabung, mengatur pengeluaran dan pemasukan. Jumlah uang. Pengambilan keputusan partisipan yang tidak berbeda disebabkan pengaruh *Anchors*. Hal ini terjadi karena minimnya pemahaman partisipan terkait *cryptocurrency* dan waktu yang terbatas dalam pengambilan keputusan (Budhiraja et al., 2018). Oleh karena itu, partisipan membuat pemahaman mereka sendiri berdasarkan informasi yang mereka percaya dan memuat suatu nilai yang mereka tetapkan. Nilai tersebut menjadi referensi untuk membuat keputusan dalam investasi selama simulasi (Kapoor & Prosad, 2017).

Uji hipotesis tambahan terkait jenis kelamin dan sumber pendapatan tidak terdapat perbedaan. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Alquraan et al. (2016), yang menemukan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara data demografis (usia, jenis kelamin, pendapatan dan sebagainya). Alasan partisipan untuk investasi juga tidak signifikan dalam penelitian ini. Penelitian C. Magnusson & Stenberg (2021) menemukan bahwa partisipan yang memiliki pengetahuan yang minim terkait *crypto* melakukan investasi *crypto* karena rasa senang dan proses pembelajaran dan uang yang di investasikan merupakan uang yang tidak keberatan untuk hilang. Sehingga, hal tersebut menyebabkan alasan partisipan tidak mempengaruhi pengambilan keputusan.

Berdasarkan hasil pengukuran PANAS-X, diketahui bahwa kondisi emosional partisipan dari seluruh kelompok lebih cenderung pada emosi bahagia daripada sedih (skor *Joviality* lebih besar daripada skor *Sadness*). Sementara, kondisi emosional yang diharapkan dari Kelompok Eksperimen 2 (Sedih) seharusnya lebih condong ke sedih (skor *Sadness* seharusnya lebih besar daripada skor *Joviality*). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara hasil pengukuran kondisi emosional dengan kondisi emosi yang diharapkan dari para partisipan, khususnya Kelompok Eksperimen 2 (Sedih) dan Kelompok Kontrol (netral).

Terdapat beberapa alasan mungkin bisa menyebabkan ketidaksesuaian itu terjadi, pertama adalah kondisi emosional awal partisipan yang rata-rata berada di sedih, dan yang kedua adalah ketidakmampuan *treatment*/perlakuan untuk memicu emosi yang diinginkan. Untuk penyebab yang pertama, kondisi emosional awal partisipan diukur dengan cara memberikan pertanyaan umum, dengan pilihan jawaban 1-2 (sangat sedih), 3-4 (sedih), 5-6 (netral), 7-8 (bahagia), 9-10 (sangat bahagia). Dari hasil dari pengukuran tersebut, diketahui bahwa para partisipan tidak berada dalam kondisi emosional yang netral (rata-rata partisipan

berada dalam rentang sedih), sehingga hal tersebut berpotensi untuk mempengaruhi kondisi emosional mereka saat menjalani eksperimen.

Untuk penyebab yang kedua, kecenderungan partisipan yang berada dalam kondisi emosional bahagia juga bisa disebabkan oleh ketidakmampuan *treatment*/perlakuan untuk memicu emosi yang diinginkan. Pada eksperimen kali ini, perlakuan yang diberikan kepada partisipan adalah menonton video berdurasi kurang lebih 5 menit, sesuai dengan pembagian kelompoknya (bahagia dan sedih). Menonton video dipilih menjadi metode untuk menginduksi kondisi emosional partisipan karena menurut Zhang et al. (2017), menonton video merupakan metode yang cukup efektif untuk menginduksi emosi seseorang.

Siedlecka dan Denson (2019) juga mengatakan bahwa dalam memberikan induksi emosi partisipan, disarankan untuk menggunakan beberapa kombinasi metode seperti menonton video ditambah dengan mendengarkan musik, agar bisa memicu emosi yang diinginkan. Pada penelitian ini emosi hanya diinduksi dengan metode menonton video, sehingga mungkin tidak cukup kuat untuk memicu emosi yang diinginkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kondisi emosional bahagia dan sedih tidak memiliki perbedaan terhadap pengambilan keputusan pembelian investor *crypto* pemula. Hasil analisis yang dilakukan peneliti telah menjawab tujuan dan pertanyaan penelitian dengan menerima H₀, yaitu tidak terdapat perbedaan antara kondisi emosional bahagia dan sedih terhadap pengambilan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Breaban dan Noussair (2018), yang mengatakan bahwa investor dalam kondisi positif akan cenderung melakukan pembelian lebih banyak daripada investor dalam kondisi negatif.

Perbedaan tersebut bisa dijelaskan secara teoritis dan juga metodologis. Dari segi teoritis, partisipan dalam penelitian kali ini lebih dominan membuat keputusan secara rasional daripada emosional. Keputusan mereka dibuat secara rasional dengan tujuan untuk mendapatkan *highest expected utility*, yang mana semakin tinggi utilitas yang didapatkan, maka akan semakin bahagia investor tersebut. Sehingga, emosi yang berperan dalam pengambilan keputusan investor merupakan konsekuensi emosi dari keputusan yang dibuat (*expected emotions*), bukan emosi yang dirasakan (*immediate emotions*). Hal ini terjadi karena ada pengaruh *system three thinking* dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, partisipan juga melakukannya karena ingin mendapatkan pengalaman mengingat partisipan merupakan investor *crypto* pemula

Terdapat beberapa kekurangan dalam penelitian ini, yaitu ketidakmampuan/ketidaksesuaian intervensi dalam eksperimen, pengambilan keputusan yang tidak memiliki unsur resiko, kondisi awal partisipan yang tidak netral. Meskipun demikian, penelitian ini dapat menambah pengetahuan investor *crypto* terkait dengan peran kondisi emosional yang lebih kepada konsekuensi emosi (*expected emotions*) dalam pengambilan keputusan pembelinya. Saran untuk penelitian berikutnya diharapkan menambahkan intervensi yang sesuai dengan konteks *cryptocurrency*, memperluas jenis partisipan (partisipan yang berpengalaman dan tidak berpengalaman dalam investasi *cryptocurrency*) untuk melihat lebih detail dinamika pengambilan keputusan, dan menambah kepribadian dalam variabel penelitian untuk mendeskripsikan karakteristik individu ketika investasi *cryptocurrency*.

PUSTAKA ACUAN

- Aghajanyan, S., & Gill, M. (2022). *The Decision-making Process and Bitcoin*. May.
- Alquraan, T., Alqisie, A., & Al Shorafa, A. (2016). Do Behavioral Finance Factors Influence Stock Investment Decisions of Individual Investors? (Evidences from Saudi Stock Market). *American International Journal of Contemporary Research*, 6(3), 159–169. www.aijcrnet.com

- Arifin, A. Z., Anastasia, I., Siswanto, H. P., & Henny, . (2019). *The Effects of Financial Attitude, Locus of Control, and Income on Financial Behavior*. 59–66. <https://doi.org/10.5220/0008488200590066>
- Baker, H. K., & Ricciardi, V. (2014). Investor behavior: The psychology of financial planning and investing. In Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118813454.ch4>
- Bieg, M. (2013). *Trait and State Academic Emotions : Two Sides of the Same Coin ?* 1–114.
- Breaban, A., & Noussair, C. N. (2018). Emotional State and Market Behavior. *Review of Finance*, 22(1), 279–309. <https://doi.org/10.1093/rof/rfx022>
- Budhiraja, K., Raman, T. V., & Bhardwaj, G. N. (2018). Impact of behavioral finance in investment decision making. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, 9(6), 1151–1157.
- C. Magnusson, & Stenberg, T. (2021). *Cryptocurrency Investments : The Good , The Bad , and The Ugly ?* May.
- Duque, M. J., Turla, C., & Evangelista, L. (2013). Effects of Emotional State on Decision Making Time. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 97, 137–146. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.10.214>
- Fakhrhosseini, S. M., & Jeon, M. (2017). Chapter 10 – Affect/Emotion Induction Methods. In *Emotions and Affect in Human Factors and Human–Computer Interaction*. Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-801851-4/00010-0>
- Fenton–O’reevy, M., Soane, E., Nicholson, N., & Willman, P. (2011). Thinking, feeling and deciding: The influence of emotions on the decision making and performance of traders. *Journal of Marriage and Family*, 32, 1044–1061. <https://doi.org/10.1002/job>
- Gazali, H. M., Ismail, C. M. H. B. C., & Amboala, T. (2018). Exploring the intention to invest in cryptocurrency: The case of bitcoin. *Proceedings - International Conference on Information and Communication Technology for the Muslim World 2018, ICT4M 2018*, 64–68. <https://doi.org/10.1109/ICT4M.2018.00021>
- Grizane, L., & Deksnis, H. (2011). *Impact of altered emotional state on impulse purchasing behaviour: are happier people more likely to make impulse purchases?* (Vol. 4, Issue November).
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kapoor, S., & Prosad, J. M. (2017). Behavioural Finance: A Review. *Procedia Computer Science*, 122, 50–54. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.340>
- Loewenstein, G., & Lerner, J. S. (2003). The Role of Affect in Decision Making. In *Handbook of Affective Science* (pp. 619–642).
- Mausir, M. Z., & Seftarita, C. (2019). Perilaku Masyarakat Terhadap Permintaan Cryptocurrency Di Banda Aceh. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan*, 4(4), 404–412. <http://jim.unsyiah.ac.id/EKP/article/view/14955>
- Neuman, W. L. (2014). Social research methods: Qualitative and quantitative approaches. In *Teaching Sociology* (Vol. 30, Issue 3). Pearson Educated Limited. <https://doi.org/10.2307/3211488>
- Prasad, D., Shollapur, M. R., & Patted, S. V. (2014). *Indian women investors: emotional decision makers?* 2(1), 31–48.
- Putra, M. K. D. (2021). DAMPAK COVID–19 PADA TREN PERKEMBANGAN PERDAGANGAN KRIPTOGRAFI (CRYPTO–CURRENCY) STUDI KASUS BITCOIN DI INDONESIA. *Jurnal EKOBIS :Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 61–75.
- Shevchenko, Y., & Bröder, A. (2019). Noncompliance with online mood manipulations using film clips: how to detect and control for it. In *Heliyon* (Vol. 5, Issue 4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01438>
- Siedlecka, E., & Denson, T. F. (2019). Experimental methods for inducing basic emotions: a qualitative review. *Emotion Review*, 11(1), 87–97. <https://doi.org/10.1177/1754073917749016>

- Tambunan, D. (2020). Investasi Saham di Masa Pandemi Related papers. *Widya Cipta : Jurnal Seretari Dan Manajemen*, 4(2), 117–123.
- Tanusaputri, D. M., Elgeka, H. W. S., & Tjahjoanggoro, A. J. (2022). Financial Literacy sebagai Mediator pada Hubungan Personality dan Locus of Control dengan Financial Management Behavior Generasi Millennials. *Insight: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 18(1), 1–15. <https://doi.org/10.32528/ins.v>
- Watson, D., & Clark, L. A. (1994). The panas-x. *FEBS Journal*, 277(18), 3622–3636.
- Wijayanti, Y. T. (2014). Pengaruh Induksi Emosi Terhadap Keputusan Membeli Produk. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 7(1), 45–56.
- Zhang, W., Gross, J., & Hayne, H. (2017). If you're happy and you know it: Positive moods reduce age-related differences in false memory. *Child Development*, 00(0), 1–10. <https://doi.org/10.1111/cdev.12890>