

Psikolojik faktörlerin tüketicilerin kripto varlıklara yatırım yapma niyetlerine etkisi: Demografik özelliklerin düzenleyici rolü¹

The influence of psychological determinants on intention to invest in crypto assets: The moderating role of demographics

¹ Bu makale, 27. Ulusal Pazarlama Kongresi'nde sözlü olarak sunulan "Kripto Varlık Yatırımına Yönelik Risk Algılamasının Psikolojik Belirleyicileri: Cinsiyetin Düzenleyici Rolü" adlı bildirinin revize edilmiş ve genişletilmiş versiyonunu teşkil etmektedir.

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, selamiakin@medipol.edu.tr

ORCID: 0000-0002-8175-4618

² Arş. Gör. Dr., Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdağ, Türkiye, sbaloglu@nku.edu.tr

ORCID: 0000-0001-8623-4251

Sorumlu Yazar/Corresponding Author:

Mahmut Selami Akın,

İstanbul Medipol Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, selamiakin@medipol.edu.tr

Mahmut Selami Akın¹ 

Sevi Baloğlu Sevinç² 

Öz

Bu çalışma, kripto varlıklara karşı algılanan riski literatürde yeterince irdelenmeyen psikolojik faktörler çerçevesinde ele alarak yatırım yapma niyetinin nasıl şekillendiğini keşfetmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada kripto varlıklara yönelik risk algılamasının psikolojik belirleyicileri olarak öz-yeterlik, finansal FOMO, gelecek kaygısı, kripto varlıklara güven ve kripto varlık platformlarına güven olarak incelenmiştir. Bununla birlikte bazı temel demografik özelliklerin düzenleyici rolünü ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. İstanbul örnekleminde toplanan 287 geçerli veri kullanılarak Yapısal Eşitlik Modellemesi, PROCESS makrosu aracılığıyla dolaylı ve düzenleyici etki analizleri yürütülmüştür. Araştırma sonucunda katılımcılarda öz-yeterlik ve kripto varlıklara güvenin bu tür varlıklara karşı algılanan riski ters yönde etkileyerek azalttığı, gelecek kaygısının ise algılanan riski artırdığı saptanmıştır. Finansal FOMO ve kripto varlık platformlarına olan güvenin algılanan risk üzerinde anlamlı etkisi bulunmamıştır. Ayrıca katılımcıların risk algılamasının kripto varlıklara yatırım yapma niyetini olumsuz yönde etkilediği ortaya çıkarılmıştır. Diğer yandan, cinsiyetin düzenleyici etkisi bulunmazken, gelecek kaygısının algılanan risk üzerindeki etkisinde medeni durumun düzenleyici rolü olduğu keşfedilmiştir. Araştırma bulguları doğrultusunda teorik çıkarımlar yapılmış ve kripto varlık pazarında faaliyet gösteren aktörlere güven artırıcı stratejiler konusunda içgörüler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kripto Varlıklar, Tüketici Davranışı, Algılanan Risk, Tüketici Güveni, Dijital Pazarlama, Finansal FOMO, Öz-Yeterlik

İel Kodları: M310

Abstract

The study aims to explore how investment intention is shaped by examining the perceived risk toward crypto assets through psychological factors that have not been sufficiently addressed in the literature. The study investigates self-efficacy, financial FOMO, future anxiety, trust in crypto assets, and trust in crypto asset platforms as psychological determinants of perceived risk. Additionally, it seeks to identify the moderating role of key demographic characteristics. Two hundred eighty-seven valid data points from an Istanbul-based sample were included in the Structural Equation Modelling, and indirect and moderating effect analyses were conducted using the PROCESS Macro. The findings indicate that self-efficacy and trust in crypto assets unfavourably affect perceived risk, whereas future anxiety increases it. However, financial FOMO and trust in crypto asset platforms did not significantly affect perceived risk. Furthermore, perceived risk negatively influenced investment intention in crypto assets. While the moderating effect of gender was not found, the moderating role of marital status was identified in the relationship between future anxiety and perceived risk. Based on the research findings, theoretical implications were discussed, and insights were provided for actors in the crypto asset market to develop trust-enhancing strategies.

Keywords: Crypto Assets, Consumer Behaviour, Perceived Risk, Consumer Trust, Digital Marketing, Financial FOMO, Self-Efficacy

İel Codes: M310

Atf/Citation: Akın, M. S., & Baloğlu-Sevinç, S., Psikolojik faktörlerin tüketicilerin kripto varlıklara yatırım yapma niyetlerine etkisi: Demografik özelliklerin düzenleyici rolü, bmij (2025) 13 (4): 2383-2405 doi: <https://doi.org/10.15295/bmij.v13i4.2681>

Extended Abstract

The influence of psychological determinants on intention to invest in crypto assets: The moderating role of demographics

Research purpose

Cryptocurrency assets have gained significant attention in the global financial system, with millions of individuals actively trading and investing in them. Despite the increasing popularity of cryptocurrencies, consumers' perceived risk regarding them remains a neglected area, particularly in terms of psychological factors. The study aims to fill the gap by investigating the psychological determinants of perceived risk and their impact on consumers' investment intentions. Specifically, the study examines self-efficacy, financial FOMO, future anxiety, trust in cryptocurrencies, and trust in crypto assets trading platforms as key components influencing perceived risk. Additionally, the moderating role of demographics, such as gender, marital status, and parental status, is explored to provide a more nuanced understanding of consumer behaviour in the cryptocurrency market.

Literature review

Combining rational decision-making and psychological influences shapes consumer behaviour in financial markets. Perceived risk has long been recognised as a critical determinant of economic decision-making, influencing an individual's likelihood of investing in uncertain assets. Research suggests that self-efficacy influences risk perception by enhancing consumers' confidence in their ability to manage investments (Bandura, 1986). Meanwhile, financial FOMO has been identified as a driver of impulsive investment behaviour, leading individuals to engage in high-risk trading to avoid missing lucrative opportunities (Kang, Tang and Fiore, 2019).

Future anxiety, characterised by concerns about financial stability and economic uncertainties, has also been linked to increased risk aversion in investment decisions (Zaleski, Sobol-Kwapinska, Przepiorka and Meisner, 2019). Trust in cryptocurrencies and trading platforms mitigates perceived risk, encouraging greater market participation (Mendoza-Tello, Mora, Pujol-López and Lytras, 2019). However, empirical evidence regarding the role of trust in shaping perceived risk and investment intention remains inconsistent. Furthermore, demographic factors such as marital status and parental status have been neglected in existing studies despite their potential influence on financial decision-making.

Methodology

The study employed a quantitative research approach, utilising Structural Equation Modelling (SEM) to analyse relationships among psychological factors, perceived risk, and investment intention. Data were collected from 287 respondents in Istanbul, ensuring a diverse representation of cryptocurrency users and non-users. The survey instrument comprised validated scales measuring self-efficacy (Meuter, Bitner, Ostrom and Brown, 2005), financial FOMO (Gerrans, Abisekaraj and Liu, 2023), future anxiety (Zaleski et al., 2019), trust in cryptocurrencies and platforms (Jiang and Lau, 2021), perceived risk (Faqih, 2016), and investment intention (Pilatin and Dilek, 2024).

Moderating effects of demographic characteristics were tested using PROCESS macro analysis. The study adhered to ethical research guidelines and obtained approval from the Institutional Review Board of Istanbul Medipol University. The sample was analysed through confirmatory factor analysis to ensure validity and reliability. Descriptive statistics were used to profile participants, and hypothesis testing was conducted using regression analysis and bootstrapping.

Findings and conclusion

Research findings indicate that self-efficacy and trust in cryptocurrencies negatively influence perceived risk, reducing intention to invest in crypto assets. Conversely, future anxiety positively correlates with perceived risk, reinforcing cautious investment behaviour. Financial FOMO and trust in trading platforms did not significantly affect perceived risk, suggesting that impulsive trading tendencies and platform credibility may not directly alter risk perception.

Furthermore, perceived risk toward crypto assets substantially negatively impacted investment intention, confirming its central role in shaping consumer decisions. Demographic analyses revealed no significant moderating effect of gender; however, marital status moderated the relationship between future anxiety and perceived risk. Specifically, single participants exhibited a stronger association between future anxiety and perceived risk, whereas no significant effect was observed among married individuals. Interaction analysis further demonstrated that future anxiety influenced perceived risk among childless participants but had no meaningful impact among those with children.

These results contribute to the existing literature by highlighting the psychological underpinnings of cryptocurrency investment behaviour. Practical implications suggest that cryptocurrency platforms should enhance consumer trust and provide educational resources to alleviate future anxiety-related concerns. Future research should explore cross-cultural variations and the longitudinal effects of psychological factors on investment decisions.

Giriş

Kripto varlıklar blokzincir teknolojisi ile üretilip sanal olarak işlenebilen, depolanabilen ve saklanabilen, kullanım hakkı belirli bir kişiye veya kuruma ait olan şifrelenerek korunan dijital varlıklardır. Kripto varlıklara örnek olarak ilk kripto para arzı (ICO=Initial coin offering), nitelikli fikri tapu (NFT=Non-fungible token) formatında dijital sanat eseri, dijital taraftar jetonu (fan token), gerçek para birimine endeksli sabit dijital para birimi (Stable currency coin), Bitcoin ve Ethereum örnek gösterilebilmektedir.

Ocak 2025 itibarıyla piyasa değeri yaklaşık 3,37 trilyon ABD dolarına ulaşan kripto varlıklar, mevcut finans dünyasında önemli bir konum edinmiştir (CoinMarketCap, 2025). Kripto varlık pazarının %58,2'sini 2025 yılı başında bir adedi 100.000 ABD doları değerine erişmiş olan Bitcoin, %11'ini Ethereum domine ederken, %30,8'lik kısmını ise diğer kripto varlıklar oluşturmaktadır. Dünya genelinde 560 milyondan fazla bireyin kripto varlıklara sahip olduğu tahmin edilmektedir. Kripto varlık adaptasyonu en yüksek ülkeler arasında yer alan Türkiye (Statista, 2024), en çok kripto varlık bulunduran ülkelerden birisi olmakla birlikte, 2023 tarihli rapora göre 4.825.626 kişi kripto varlık sahibi olarak ülke nüfusunun %5,62'sini oluşturmaktadır (TripleA, 2024).

2023'te yayımlanan bir araştırmaya göre, kripto varlık yatırıma sahip olan katılımcıların %23'ü Z-nesli olarak adlandırılan genç kuşakta yer almaktadır. Bununla birlikte, kripto yatırımcılarının bu tür varlıklara yönelmesinin en büyük sebeplerinin ekonomik konjonktür, yükselen fiyatlar ve yaşam maliyetleri olduğu belirlenmiştir. Türkiye'de kripto varlıklara yapılan yatırımın sebepleri arasında Türk lirasının diğer para birimleri karşısındaki değişimi, ekonomik konjonktür, bireylerin finansal güvencelerini sağlamlaştırma ve gelecek kaygılarını azaltma eğilimlerinin yer aldığı ileri sürülmektedir (Chainalysis, 2024).

Finansal ürünlere yönelik yatırım yapmada tüketicilerin risk algılaması önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü bu tür ürünlerde belirsizlik yüksek seyretmekte ve bireylerin sahip oldukları bilgi sınırlı kalmaktadır (Diacon ve Ennew, 2001). Finansal bir ürün olarak kripto varlıklara yönelik artan ilgi, tüketicilerin risk algılamasının nasıl şekillendiğinin aydınlatılmasını gerektigine işaret etmektedir. Ancak risk algısının ekonomik, politik, kültürel ve psikolojik gibi çok sayıda faktör tarafından etkilenebileceği aşikardır. Kripto varlık literatürü genel olarak kripto varlıkları ödeme aracı olarak kullanmaya yönelik adaptasyon (Sobhanifard ve Sadatfarizani, 2019; Mercan, Kurt, Akkaya ve Erdin, 2021; Murugappan, Nair ve Krishnan, 2023), kripto varlıklara yönelik farkındalık (Gupta ve Bagga, 2017; İri, 2021; Othman, Lim, Tarmizi ve Salehuddin, 2022) ve bibliyometrik inceleme (Jalal, Alon ve Paltrinieri, 2021; Sousa, Calçada, Rodrigues ve Pinto Borges, 2022) ekseninde yoğunlaşmıştır. Halbuki psikolojik motivasyonların kripto varlık yatırımında nasıl bir rol oynadığını inceleyen çalışmalar sınırlıdır. Asimetrik bilgi ve belirsizliğin yüksek olduğu kripto varlık pazarında tüketici davranışını psikolojik yaklaşımla ele alan girişimlere ihtiyaç duyulduğu öngörülmektedir. Bu çalışma, kripto varlıklara yönelik algılanan riski psikolojik etmenler çerçevesinde ele alarak içsel faktörlerin risk algılamasındaki etkilerine dair literatüre katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Tüketicilerin davranışlarını açıklamada içsel motivasyonların anlaşılması önem teşkil etmektedir. Bu amaçla literatürde çok sayıda kavramsal çerçeve oluşturulmuş ve farklı teoriler tartışılmıştır. Bunlardan öz-yeterlik teorisi, tüketicilerin sahip olduğu bilgi ve becerileri herhangi bir durum veya görev karşısında eyleme geçmede kullanabilme kabiliyetine olan inançlarını temsil etmektedir. Öz-yeterlik karmaşık problemlerin çözümünde veya yeni ürünlerin benimsenmesinde tüketicileri psikolojik olarak hazırlayan önemli bir kavramdır (Garlin ve McGuiggan, 2002). Bu nedenle kripto varlık gibi belirsizliğin yüksek olduğu kompleks yatırım kararlarına yönelik algılanan riskin şekillenmesinde öz-yeterliğin rolünün incelenmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Gelişmeleri kaçırma korkusunu temsil eden FOMO'nun (fear-of-missing-out) özellikle çevrimiçi tüketici davranışı incelenirken dikkate alınması gerekmektedir (Kang vd., 2019). FOMO'nun bireylerin sosyal medyada paylaşılan içerikleri takip etme, pazara yeni sunulan ürünlere kısa sürede sahip olma ve yeni etkinlikleri deneyimleme arzusunu tetiklediği düşünülmektedir. Bu durumun sebebi olarak FOMO'nun tüketicilerin risk algısını tetikleyerek davranışa yönlendirme ihtimalinin bulunması öne sürülmektedir. Kripto varlık gibi finansal yatırımlar söz konusu olduğunda FOMO'nun yatırım fırsatlarını kaçırma endişesiyle risk iştahını artırabileceği öngörülmektedir (Kärkkäinen, 2023). Dahası, kripto varlıklarla ilgili FOMO algısının kripto varlık satın alma niyetini de etkilediği ortaya koyulmuştur (Anaza, Upadhyaya, Bennett ve Ruvalcaba, 2024).

Tüketicilerde davranışsal endişelere sebep olan bir unsur da gelecek kaygısıdır. Price (2009) gelecek kaygısının kişinin kontrolünün olmadığı olayların gerçekleşmesine dair endişeyi de barındırdığını belirtmiştir. Bu noktada gelecek kaygısının bireylerin geleceğe dair endişe verici ve hatta olumsuz

düşünmelerine sebep olduğu ileri sürülebilir. Dolayısıyla kripto varlıklara yönelik yatırım kararlarında tüketicilerin gelecek kaygısı önemli bir rol oynayabilecektir.

Bireysel tüketicilerin kripto varlıklara ve bu varlıkların alım satımına imkan sağlayan platformlara olan güven duygusu finansal karar alma süreçlerinde risk algılamasını şekillendirebilmektedir. Kripto varlıklar merkezîyetçi olmayan yapıları, 7/24 işlem yapma imkanı ve yüksek volatiliteleri nedeniyle hisse senedi, yatırım fonları gibi geleneksel yatırım araçlarına kıyasla daha fazla risk algılamasına sebep olabilmektedir.

Kripto varlık platformları (BtcTurk, Binance gibi) iki faktörlü kimlik doğrulama, 7/24 kullanıcı soru-cevap desteği, gelişmiş güvenlik altyapısı gibi tedbirlerin alındığını belirtse de bireylerin güven duygusu ve risk algılamaları arasındaki ilişki kripto varlık yatırım yapma eğilimini şekillendirebilecek önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Diğer yandan, kripto varlıklara ve bunların alışverişine imkan sağlayan platformlara yönelik tüketici güveninin risk algılaması üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar sınırlıdır.

Çalışmanın amacı, tüketicilerin son yıllarda dünya genelinde popülerliği ve pazar penetrasyonu gittikçe artan kripto varlıklara karşı risk algılamasını psikolojik yaklaşımla ele almaktır. Bu doğrultuda risk algılamasının psikolojik belirleyicileri olarak öz-yeterlik, finansal FOMO, gelecek kaygısı, kripto varlıklara güven ve bu tür varlıkların alım-satımına imkan sunan platformlara olan güven incelenmiştir. Söz konusu belirleyicilerin algılanan risk üzerindeki etkisinde temel demografik özelliklerin düzenleyici rolü olup olmadığını ortaya çıkarmak çalışmanın alt amacını oluşturmuştur.

Çalışma amaçları doğrultusunda yanıt aranacak araştırma soruları şu şekilde oluşturulmuştur:

RQ1: Kripto varlıklara yönelik risk algısını hangi psikolojik faktörler etkilemektedir?

RQ2: Risk algısı yatırım niyetini nasıl etkilemektedir?

RQ3: Cinsiyet-medeni durum-çocuk sahipliği bu ilişkide düzenleyici rol oynamakta mıdır?

Çalışmada öncelikle teorik çerçeve oluşturularak kripto varlıklara karşı algılanan riskin psikolojik belirleyicileri irdelenmiş ve araştırma hipotezleri oluşturulmuştur. Ardından araştırmanın deseni hakkında bilgiler verilerek, toplanan verilerin analiz süreci anlatılmıştır. Analiz bulgularından hareketle literatüre katkı sunabilecek teorik çıkarımlar yapılmış ve uygulayıcılara ışık tutmayı hedefleyen öneriler getirilmiştir. Son olarak araştırmanın sınırlılıkları ve gelecek çalışmalar için tavsiyelerde bulunulmuştur.

Teorik çerçeve

Kripto varlıklar ve tüketicilerin risk algılaması

Algılanan risk, uzun yıllar boyunca tüketici davranışını belirleyen önemli bir bileşen olarak incelenmiştir (Mitchell, 1999). Algılanan risk genel manada bireylerin belirli bir eylemin sonuçlarının kendileri üzerinde ne gibi tesirleri olabileceğine dair kaygıların simgeleyen içsel bir faktör olarak nitelendirilebilmektedir (Dowling, 1986). Özellikle belirsizlik ortamında tüketicilerin risk algılaması yükseldikçe olumsuz duygular açığa çıkabilmekte, bunun sonucunda tüketiciler kendileri açısından dezavantaj ortaya çıkarabilecek eylemlerden kaçınma eğilimi sergileyebilmektedir.

Algılanan riski şekillendiren psikolojik dinamiklerin belirlenmesinin tüketicilerin iç dünyalarının daha iyi anlaşılmasına, bununla birlikte zihinsel süreçlerin nasıl gerçekleştiğine yönelik bir metafor olan “kara kutu”nun (Michon ve Chebat, 2008) aydınlatılmasına katkı sunabileceği beklenmektedir. Kripto varlık gibi son yıllarda popülerliği artan ve yüksek risk içeren yatırım araçları konusunda tüketicilerin risk algısının nasıl şekillendiğine yönelik çalışmaların bu tür yatırım davranışlarının öngörülmesine katkı sunabileceği düşünülmektedir. Zira algılanan risk, internet üzerinden satın alma niyetini etkilediği kadar (Kamalul Ariffin, Mohan ve Goh, 2018) bireylerin yatırım araçlarına karşı tutumlarını etkileyen önemli bir belirleyici konumundadır (Munnukka, Uusitalo ve Koivisto., 2017). Dolayısıyla kripto varlıklara yönelik algılanan risk, bu tür finansal araçlara yatırım yapma eğilimini olumsuz yönde etkileyebilecektir. Bu öngörü doğrultusunda test edilecek hipotez aşağıdadır.

H₁: Kripto varlıklara karşı risk algılaması, kripto varlıklara yatırım yapma niyetini olumsuz yönde etkiler.

Kripto varlıklara karşı risk algılamasının psikolojik belirleyicileri

Öz-yeterlik

Bireylerin sahip oldukları becerileri belirli bir eyleme geçme konusunda kullanabilmelerine olan inançları öz-yeterlik kavramıyla açıklanmaktadır. Tüketici davranışı açısından ele alındığında öz-yeterlik, tüketicilerin alışveriş yapma, ürün kullanımı, platform kullanımı veya yatırım yapma gibi

eylemleri gerçekleştirmede kendi kabiliyetlerini kullanabilmelerine yönelik değerlendirmeleri olarak ifade edilebilmektedir (Ben-Ami, Hornik, Eden ve Kaplan, 2014). Kripto varlık yatırımı bağlamında öz-yeterlik, bireylerin kripto varlık yatırımı yapabilmek için gerekli bilgi ve becerilere sahip olup olmadıkları, yatırım yapılması için gereken işlemlerin nasıl gerçekleştirilebileceği ile ilgili inançlarını temsil etmektedir.

Literatürde öz-yeterlikle ilgili yürütülen çalışmalar çeşitli bulgular ortaya çıkarmıştır. Ahmad ve Guzmán (2021), öz-yeterliği yüksek kullanıcıların düşük olanlara göre çevrimiçi yorumlara daha çok bağlı kaldığını saptamıştır. Bu durumda öz-yeterliliği yüksek tüketiciler tüketici karar sürecindeki belirsizliği azaltmak adına internette yer alan yorumlardan yararlanmaktadır. Chen ve Cheng'in (2020) araştırmalarında, öz-yeterliğin kullanıcılara sosyal medya platformlarında yer alan sahte haberleri ayırt edebilme imkânı sunduğu ortaya çıkarılmıştır. Diğer yandan Liu ve Zhang'ın (2021), üniversite öğrencileri üzerinde yürüttükleri bir araştırmada finansal öz-yeterliğin finansal okuryazarlık ve riskli kredi çekme davranışı ilişkisinde aracılık etkisi üstlendiği bulgulanmıştır. Ancak kripto varlıklara yatırım yapma niyeti üzerinde öz-yeterliğin rolünü inceleyen çalışmalar sınırlıdır.

Geçmiş çalışmalardan hareketle, kripto varlıklar dikkate alınarak bireylerin öz-yeterliğinin risk algılamaları üzerinde önemli bir etkisi olduğu öngörülmektedir. Zira kripto varlık yatırımı konusunda, birey sahip olduğu bilgi ve beceriyi kullanabileceğine inandığı taktirde risk algılaması azalabilecektir. Bu durumu temsil eden hipotez aşağıdadır:

H₂: Öz-yeterlik, kripto varlıklara karşı risk algılamasını olumsuz yönde etkiler.

Finansal FOMO

Kripto varlıklara yatırım yapma konusunda tüketicilerin risk algılamalarını belirleyen diğer bir psikolojik etmen, gelişmeleri kaçırma korkusu anlamına gelen FOMO'dur. FOMO, bireylerin herhangi bir yeni gelişmeyi takip edemediklerinde psikolojik olarak gerginlik hissetmelerini ifade etmektedir (Altundal, Tokay Argan ve Argan, 2024). Örneğin FOMO algısı yüksek bireyler sosyal medyada paylaşılan içerikleri daha sık takip etmekte, takip edemedikleri durumda kaygılanabilmekte ve strese girebilmektedir. Finansal FOMO ise, finansal alanda ortaya çıkan yeni gelişmeleri veya potansiyel yatırım fırsatlarını kaçırma korkusu olarak nitelendirilebilmektedir (Li, Delfabbro ve King, 2025).

Geçmiş çalışmalar FOMO'nun bireyler üzerinde farklı etkilere sahip olduğunu öne sürmektedir. Argan, Altundal ve Tokay Argan'ın (2023) bireylerin yatırım kararları üzerinde FOMO'nun rolünü inceledikleri araştırmalarında, yatırım ilgilenimi ve yatırımla ünsiyet geliştirmede önemli etkisi olduğunu saptanmıştır. Song, Graupensperger, Lostutter ve Larimer (2024) ise, üniversite öğrencilerinin finansal FOMO algısının hisse senedi piyasası ve kripto varlık alım-satım faaliyetleri ile bağlantılı olduğunu ortaya çıkarmıştır. Benzer şekilde, Kaur, Jain ve Sood (2024) de kripto yatırımcılarının yatırım kararlarında FOMO'nun dikkate değer bir rolü olduğunu doğrulamıştır. Diğer yandan van der Schyff ve Flowerday (2023) sosyal medya platformları bağlamında algılanan riski belirleyen faktörleri inceledikleri çalışmalarında FOMO'nun algılanan risk üzerinde anlamlı etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Yukarıda yer verilen açıklamalardan hareketle, kripto varlıklara yatırıma dair algılanan risk üzerinde finansal FOMO'nun etkili olduğu ve aralarında olumlu yönde bir ilişki bulunduğu öngörüsüne yönelik aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H₃: Finansal FOMO, kripto varlıklara karşı risk algılamasını olumlu yönde etkiler.

Gelecek kaygısı

Gelecek kaygısı gelecekte olması muhtemel tehlikeli ve olumsuz değişikliklerin meydana geleceğine dair kaygı, endişe ve korkuyu ifade etmektedir (Zaleski vd., 2019). Olumsuz bilişsel ve duygusal süreçlerin olumlu süreçlerden daha ağır bastığı ve korkunun umuttan daha güçlü olduğu bir tutumu ifade eden gelecek kaygısının temelinde korkuya tepki verme şeklini etkileyen kişilik özellikleri, kişisel deneyimler ve güncel olaylar bulunmaktadır (Zaleski, 1996).

Her ne kadar kaygının tüketicilerin davranışsal niyet, tutum ve davranışını etkilediğini gösteren çalışmalar olsa da (Giao, Vuong, Duy Tung ve Quan, 2020; Mishra, Indwar ve Samu, 2022; Liu, Zu, Zhang, Liu ve He, 2022; Santos-Corrada, Flecha-Ortiz, López, Dones, Ortiz Soto, Mena ve Melendez, 2025) pazarlama literatüründe gelecek kaygısının algılanan riski etkilediğini ortaya koyan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bununla birlikte, algılanan risk kavramının bireylerin karşılaşmaktan kaçındığı belirsizlikleri ve olumsuz durumları ifade ettiği göz önüne alındığında, gelecek kaygısının algılanan risk kavramının temel bileşenlerinden birisi olduğu öne sürülebilir.

Kripto varlık gibi yatırımların uzun vadeli ve garanti vermeyen sonuçlar içeren riskli yatırımlar olduğu göz önüne alındığında, bireylerin gelecek kaygısının arttıkça kripto varlıklara yatırıma dair algıladıkları riskin de artacağı öngörülerek oluşturulan hipotez şu şekildedir:

H₄: Gelecek kaygısı, kripto varlıklara karşı risk algılamasını olumlu yönde etkiler.

Kripto varlıklara ve platformlara güven

Tüketici güveni algılanan riski şekillendiren ve satın alma kararlarını etkileyen önemli bir faktördür. Tüketicilerin ürün veya markaya olan güven duygusu arttıkça, risk algılamaları azalmakta ve alışveriş yapma eğilimleri güçlenmektedir. İşletmelerin rekabet avantajı sağlayabilmek adına tüketici güvenini kazanmaları ve böylelikle müşteri sadakati oluşturmaları gerekmektedir (Koç, Kaya, Özbek ve Akkılıç, 2014). Kripto varlıklar gibi risk algısının ve volatilitenin yüksek olduğu finansal yatırım ürünlerinde asimimetrik bilgi daha belirgin olduğundan, güven unsuru tüketici davranışı açısından kritik öneme sahip olmaktadır.

Kripto varlık pazarında kullanıcıların risk algılaması, geleneksel yatırım araçları piyasasından kripto varlık piyasasına geçme niyetlerini etkilemektedir (Sun, Dedahanov, Shin ve Kim, 2020; Veerasingam ve Teoh, 2023). Gelişmekte olan ülkelerden birinde yürütülen araştırmada tüketicilerin risk algılamasını oluşturan bileşenler yatırımcı güveni ve çevrimiçi yatırım araçları alım-satım platformlarına yatırım yapma eğilimlerini etkilemiştir (Maziriri, Mapuranga ve Madinga, 2019). Zamzami (2021) buna paralel biçimde algılanan risk azaldıkça tüketicilerin kripto varlık platformlarına olan güvenin pekiştiğini, düşük risk algısı ve yüksek güven duygusunun bireylerin kripto varlık platformlarına yatırım yapma niyetlerini tetiklediğini saptamıştır.

Diğer yandan Arli, van Esch, Bakpayev ve Laurence (2021) yürüttüğü çalışmada, tüketicilerin kripto varlıklara olan güven duygusunun bu tür varlıklara yatırım yapma kaygılarını hafiflettiği saptanmıştır. Bununla birlikte, yatırım yaptıkları aracı kuruma olan sadakatlerini ise artırdığı ortaya çıkmıştır. Benzer durum kripto varlıklarla ödeme yapma işlemine olan tüketici güveninin bu tür yöntemleri tercih etmeye devam etme niyetlerini etkilediğini bulgulayan Mashatan, Sangari ve Dehghani'nin (2022) araştırmasında da görülmüştür. Literatürden farklı olarak Mosmer ve Başarır (2023), kripto varlıklarla ilgili endişenin ve kripto varlık platformlarına olan güvenin bu tür varlıklara yatırım yapma eğilimini anlamlı etkilemediğini ortaya koymuştur.

Kripto varlıklara yönelik güven duygusunun tüketicilerin risk algısının ve bu tür varlıklara yatırım yapma eğilimlerinin şekillenmesinde önemli bir rolü olduğu ileri sürülebilmektedir. Güven unsuru iki açıdan ele alınmalıdır: Kripto varlıklara yatırım yapmak için kullanılan alım-satım platformlarına (BtcTurk, Binance gibi) olan güven ve kripto varlıklara (Bitcoin, Ethereum gibi) karşı güven. Her iki bileşene dair güven duygusu, tüketicilerin risk algısını hafifleterek kripto varlıklara yatırım yapma eğilimini tetikleyebilecektir. Söz konusu öngörü doğrultusunda hazırlanan hipotezler aşağıdadır.

H₅: Kripto varlık platformlarına güven, kripto varlıklara karşı risk algılamasını olumsuz yönde etkiler.

H₆: Kripto varlıklara güven, kripto varlıklara karşı risk algılamasını olumsuz yönde etkiler.

Kripto varlıklara karşı tüketicilerin risk algılamasının psikolojik belirleyicileri olan öz-yeterlik, finansal FOMO, gelecek kaygısı, kripto varlıklara ve platformlara olan güven duygusunun algılanan riski şekillendirdiği gibi, kripto varlıklara yatırım yapma niyetlerini geçmiş çalışmalarda elde edilen bulgular (Munnukka vd., 2017; Waheed, Ahmed, Saleem, Din ve Ahmed, 2020; Ahmed, Rasool, Saleem, Khan ve Kanwal, 2022; Rehmat, Khan, Hussain ve Khurshid, 2023) dikkate alındığında dolaylı olarak etkileyebileceği öngörülmektedir. Bu doğrultuda oluşturulan hipotez aşağıdadır.

H₇: Kripto varlıklara karşı risk algılamasının psikolojik belirleyicileri, kripto varlıklara yatırım yapma niyetini dolaylı olarak etkiler.

H₇₁: Öz-yeterlik kripto varlıklara yatırım yapma niyetini dolaylı olarak etkiler.

H₇₂: Finansal FOMO kripto varlıklara yatırım yapma niyetini dolaylı olarak etkiler.

H₇₃: Gelecek kaygısı kripto varlıklara yatırım yapma niyetini dolaylı olarak etkiler.

H₇₄: Kripto varlık platformlarına güven kripto varlıklara yatırım yapma niyetini dolaylı olarak etkiler.

H₇₅: Kripto varlıklara güven kripto varlıklara yatırım yapma niyetini dolaylı olarak etkiler.

Demografik özelliklerin düzenleyici rolü

Tüketicilerin kripto varlıklara yönelik risk algılaması ve yatırım yapma davranışı sosyo-demografik özelliklere göre farklılık gösterebilmektedir. Türkiye'de fark testlerinin yürütüldüğü bir çalışmada, erkek yatırımcıların kadınlara, lisansüstü eğitime sahip olanların ilköğretim mezunlarına, 18-47 yaş

aralığında bulunan bireylerin 48 ve üzeri yaşta olanlara kıyasla kripto varlık yatırımı yapma ihtimallerinin daha yüksek olduğu ortaya çıkarılmıştır (Pilatin, 2022).

Benzer yöntemlerin tekniklerin uygulandığı diğer bir araştırmada kripto varlık yatırımı yapanların çoğunluğunun erkek olduğu ve yüksek yaş grubunda yer aldığı, medeni durum ve eğitim seviyeleri bakımından anlamlı farklılıklar bulunmadığı saptanmıştır (Dilek ve Pilatin, 2023). Benzer bulgular Şenkardeş ve Akadur'un (2021) çalışmalarında da ortaya konmuştur. Geçmiş araştırmalar tüketicilerin demografik özelliklerinin rolünü genellikle belirli bir değişken özelinde ele alarak fark testleri aracılığıyla irdelenmiştir. Yalnızca farklılıkların incelenmesi kripto varlıklara yönelik tüketici davranışını anlamada sınırlı bir perspektif sunmaktadır.

Araştırma kapsamında bireylerin kripto varlıklara yönelik risk algılamalarını etkileyen faktörler incelenirken söz konusu etkilerin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmak ayrıca hedeflenmiştir. Farklı ve daha geniş perspektiften yola çıkılarak söz konusu farklılıklar demografiyi düzenleyici değişken olarak ele alarak değişkenler arası ilişkiler temelinde analiz edilecektir. Buna göre örneğin öz-yeterliğin algılanan risk üzerindeki yordayıcı gücü kadınlarda anlamlı iken, erkeklerde anlamlı olmayabilecektir. Böylelikle tüketicilerin kripto varlıklara yönelik risk algılamasını etkileyen psikolojik faktörlerin etki gücü teşhis edilebilecektir. Tüketicilerin demografik özelliklerine göre söz konusu etkilerin ne ölçüde farklılaştığını test eden hipotezler aşağıda sunulmuştur.

H₈₁: Kripto varlıklara yönelik algılanan riski belirleyen faktörlerin algılanan risk üzerindeki etkisi cinsiyet tarafından düzenlenmektedir.

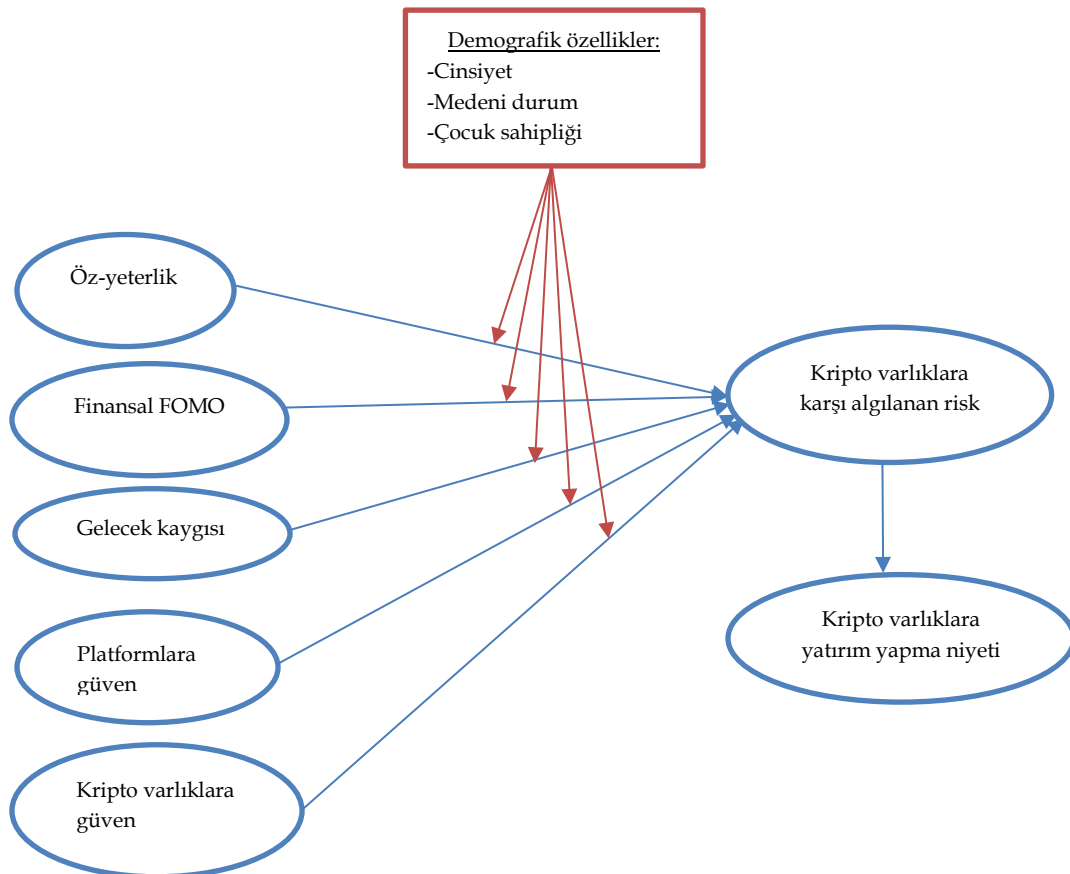
H₈₂: Kripto varlıklara yönelik algılanan riski belirleyen faktörlerin algılanan risk üzerindeki etkisi medeni durum tarafından düzenlenmektedir.

H₈₃: Kripto varlıklara yönelik algılanan riski belirleyen faktörlerin algılanan risk üzerindeki etkisi çocuk sahipliği tarafından düzenlenmektedir.

Araştırmanın metodolojisi

Araştırmanın modeli

Araştırmanın modeli Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

Şekil 1’de yer alan araştırma modelinde kripto varlıklara karşı algılanan risk (KVAR) değişkeninin psikolojik belirleyicileri olarak öz-yeterlik, finansal FOMO, gelecek kaygısı, kripto varlık platformlarına güven ve söz konusu varlıklara güven yer almaktadır. Kripto varlıklara karşı risk algılaması ise bu tür finansal varlıklara yatırım yapma niyetini şekillendirmektedir. Bununla birlikte modele göre demografik özelliklerden cinsiyet, medeni durum ve çocuk sahipliği, KVAR’ın psikolojik belirleyicilerinin etkilerini düzenleyebilmektedir.

Değişkenleri ölçmede yararlanılan ölçekler

Kripto varlıklara yönelik 3 maddelik algılanan risk değişkenini ölçümlemek için Faqih’in (2016) çalışmasındaki ölçekten yararlanılmıştır. Risk algılamasının psikolojik belirleyicilerinden 5 maddelik öz-yeterlik değişkeni için Meuter vd.nin (2005), 5 maddelik finansal FOMO için Gerrans vd. (2023) ile Zhang, Jiménez ve Cicala’nın (2020), 6 maddelik gelecek kaygısı için Zaleski vd.nin (2019), 3 maddelik kripto varlık platformlarına güven değişkeni için Jiang ve Lau’nun (2021), 4 maddelik kripto varlıklara güven için Babu, Bason, Porreca, Petratos ve Akter’in (2024) çalışmalarında yer alan ölçeklerden derlenmiştir. 4 maddelik kripto varlıklara yatırım yapma niyeti değişkenini ölçmek içinse Pilatin ve Dilek’in (2024) çalışmasında bulunan ölçek uyarlanmıştır. Araştırmanın etik kurallara uygunluğu, İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu tarafından 28/11/2024 tarihli ve E-43037191-604.01-97892 sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Araştırmada veri toplama süreci

Araştırmada birincil kaynaktan elde edilecek veriler için Türkiye’nin en kalabalık ve yoğun nüfusuna sahip olan, farklı kültürlere sahip bireylerin bir arada yaşadığı İstanbul ili tercih edilmiştir (TÜİK, 2024). İstanbul’da yaşayan bireylerin yazılı olduğu bir listeye erişilemediği için örnekleme çerçevesi oluşmamış, bu nedenle örnekleminin daha pratik bir biçimde oluşmasını sağladığı için kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırma örnekleminin büyüklüğünü belirlemede farklı yöntemler mevcuttur. Bunlardan biri madde sayısının en az 5 katı, ideal olarak ise 10 katı büyüklüğünde örnekleme sahip olmaktır (Bentler ve Chou, 1987; Tavşancıl, 2002). Mevcut çalışmada kullanılan ölçeklerde toplam 30 madde bulunduğundan, 300 örneklem büyüklüğü hedeflenmiştir.

Araştırmada veri toplama süreci 01 Aralık 2024’te başlamış, 31 Aralık 2024 tarihinde sona ermiştir. Çevrimiçi tasarlanan anket formu WhatsApp grupları ve sosyal medya kanalları aracılığıyla uygulanmıştır. Araştırmanın veri toplama süreci sonunda 406 katılımcıdan veri elde edilmiştir. Katılımcıların anketi bilinçli olarak doldurmalarını teyit etmek ve böylelikle toplanan veri kalitesini iyileştirmek amacıyla anket içerisine yerleştirilen kontrol sorusuna “katılıyorum” seçeneğini işaretlemeyen 109 anket değerlendirme dışı bırakılmıştır. Bununla birlikte doğum tarihi belirtilmemiş 3 anket ve 18 yaş altında kalan 7 anket analize dahil edilmemiştir. Nihai olarak 287 geçerli anket analiz sürecine tabi tutulmuştur. Hair, Black, Babin ve Anderson (2019), faktör analizi ve benzeri çok değişkenli analizlerde örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde 'gözlem/değişken oranının değişken başına en az 5-10 gözlem düşmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu doğrultuda 300 gözlem değerine çok yakın bir örnekleme erişildiği ifade edilebilmektedir.

Verilerin analizi

Tanımlayıcı istatistikler

Katılımcılara ait sosyo-demografik özellikler Tablo 1’de belirtilmiştir.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Veriler

Değişken		Frekans	Oran
Cinsiyet	Kadın	144	50,20%
	Erkek	143	49,80%
Yaş	18-22	103	35,89%
	23-27	47	16,38%
	28-32	20	6,97%
	33-37	11	3,83%
	38-42	13	4,53%
	43-47	35	12,20%
	48-52	35	12,20%
	53-57	13	4,53%
	58+	10	3,48%
Aylık toplam gelir	0-18.000TL	108	37,63%
	18.001TL-36.000TL	73	25,44%
	36.001TL-54.000TL	52	18,12%
	54.001TL-72.000TL	26	9,06%
	72.001TL ve üzeri	28	9,76%
Medeni durum	Bekar	172	59,90%
	Evli	115	40,10%
Çocuk sahipliği	Çocuksuz	185	64,50%
	1 veya 2 çocuklu	77	26,80%
	3 çocuk ve üzeri	25	8,70%
Daha önce kripto varlık satın aldınız mı?	Evet	88	30,70%
	Hayır	199	69,30%

Tablo 1’de de görüldüğü üzere katılımcıların %50,2’si kadın, %49,80’i erkektir. Yaş aralığı incelendiğinde katılımcıların %35,89’u 18-22, %16,38’i 23-27, %12,2’si 43-47, %12,2’si 48-52 arasında yer almaktadır. Katılımcıların %37,63’ü 0-18.000TL, %25,44’ü 18.001-36.000TL aralığında aylık toplam gelire sahiptir. Bununla birlikte %59,9’u bekar, %40,1’i evli, %64,5’i çocuksuz, %26,8’i 1 veya 2 çocukludur. Diğer yandan, yanıtlayıcıların %30,7’si geçmişte kripto varlık satın almış olup, %69,3’ü hiç satın almamıştır. Frekans analizinin ardından bir sonraki bölümde araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği değerlendirilmiştir.

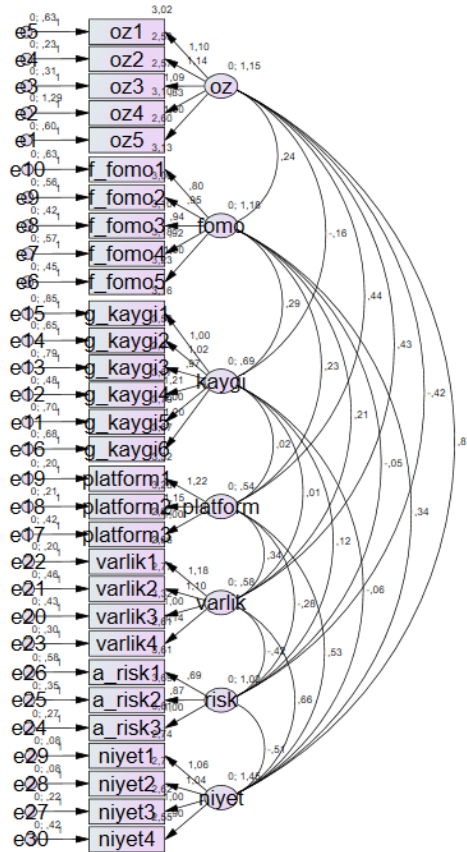
Geçerlilik ve güvenilirliğin değerlendirilmesi

Araştırmanın yapısal geçerliliğini test etmek için, ölçüm modeline ait değişkenlerin faktör yapılarının kavramsal model ile tutarlı olup olmadığını test etmek amacıyla AMOS 24.0 yazılımı aracılığıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yürütülmüştür. DFA bulguları Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: Doğrulayıcı Faktör Analizi Bulguları

Değişken	Madde	Tahmin	St. Hata	Anlamlılık	St. Reg. Katsayıları	Ort. Aç. Varyans	B. Güvenilirlik
						0,68	0,91
Öz-yeterlik	oz5	1			0,81		
	oz4	0,832	0,074	***	0,62		
	oz3	1,091	0,058	***	0,90		
	oz2	1,135	0,058	***	0,93		
	oz1	1,095	0,067	***	0,83		
						0,66	0,90
Finansal FOMO	f_fomo5	1			0,85		
	f_fomo4	0,916	0,057	***	0,80		
	f_fomo3	0,941	0,054	***	0,85		
	f_fomo2	0,948	0,058	***	0,81		
	f_fomo1	0,804	0,056	***	0,74		
						0,54	0,87
Gelecek kaygısı	g_kaygi5	1			0,70		
	g_kaygi4	1,212	0,097	***	0,82		
	g_kaygi3	0,973	0,093	***	0,67		
	g_kaygi2	1,022	0,091	***	0,73		
	g_kaygi1	0,999	0,096	***	0,67		
	g_kaygi6	1,202	0,101	***	0,77		
						0,67	0,88
Kripto varlık platformlarına güven	platform3	1			0,75		
	platform2	1,151	0,077	***	0,88		
	platform1	1,219	0,081	***	0,89		
						0,67	0,89
Kripto varlıklara güven	varlik3	1			0,76		
	varlik2	1,101	0,081	***	0,78		
	varlik1	1,18	0,075	***	0,89		
	varlik4	1,14	0,076	***	0,85		
						0,65	0,85
Kripto varlıklara karşı algılanan risk	a_risk3	1			0,89		
	a_risk2	0,874	0,058	***	0,83		
	a_risk1	0,691	0,057	***	0,68		
						0,88	0,97
Kripto varlıklara yatırım yapma niyeti	niyet3	1			0,93		
	niyet2	1,044	0,028	***	0,98		
	niyet1	1,062	0,029	***	0,98		
	niyet4	0,899	0,038	***	0,86		
***p<0,001							

Tablo 2’de yer alan bulgular incelendiğinde, gözlenen değişkenlerin gizil değişkene etkisini gösteren standardize regresyon katsayılarının 0,50’nin üzerinde olduğu görülmektedir. Bu durum geçerlilik incelemelerinde önemli bir kriteri oluşturmaktadır (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2014). Yakınsama geçerliliğini teyit etmek için her bir değişkene ait ortalama açıklanan varyans (OAV) değerleri hesaplanmıştır. OAV değerlerinin %50’nin üzerinde olması yakınsama geçerliliği için önemli bir ön koşudur (Götz, Liehr-Gobbers ve Krafft, 2009). Tablo 2’de OAV değerlerinin 0,54 ile 0,88 aralığında gerçekleşmesi, araştırmanın yakınsama geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir. Ölçüm modelinin uyum iyiliği değerleri incelendiğinde, parametrelerin Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller’in (2003) ideal aralık olarak belirttiği referans değerlerle büyük ölçüde örtüştüğü görülmektedir (Ki-kare=719,309, Serb. Der.=384, Ki-kare/Serb. Der.=1,873<3,000, IFI=0,95≤0,95, TLI=0,943>0,95, CFI=0,949>0,95, RMSEA=0,055<0,080). Değişkenler arası kovaryans değerleri ve madde faktör yüklerini gösteren ölçüm modeli Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2: Ölçüm Modeli Test Sonucu

Yapısal geçerliliğin incelenmesi sonucunda elde edilen değişkenlerin ayırt edilebilirliği, ayrışma geçerliliği yöntemiyle incelenmiştir. Bu doğrultuda modelde yer alan değişkenler arası korelasyon katsayıları hesaplanmış ve ardından her bir değişken için OAV değerlerinin karekökleri alınmıştır. Ayrışma geçerliliğinden bahsedebilmek için, değişkenin OAV karekökünün, diğerleriyle olan korelasyon değerlerinden daha yüksek bir değere sahip olması gerekmektedir (Ab Hamid, Sami ve Sidek, 2017). Karekök OAV ve korelasyon katsayıları bulguları Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Ayrışma Geçerliliğinin İncelenmesi

Değişkenler	Öz-yeterlik	Finansal FOMO	Gelecek kaygısı	K.V.P. güven	K.V. güven	K.V.K. algılanan risk	K.V. yatırım yapma niyeti
Öz-yeterlik	0,825						
Finansal FOMO	0,207**	0,809					
Gelecek kaygısı	-0,182**	0,323***	0,73				
K.V.P. güven	0,560***	0,288***	0,031	0,843			
K.V. güven	0,530***	0,251***	0,017	0,614***	0,821		
K.V.K. algılanan risk	-0,384***	-0,05	0,138*	-0,375***	-0,546***	0,804	
K.V. yatırım yapma niyeti	0,670***	0,258***	-0,06	0,598***	0,716***	-0,422***	0,937

Kalın punto ile yazılan değerler karekök OAV değerleridir.

*** $p < 0,001$, ** $p < 0,01$

Tablo 3'te değişkenlere ait karekök OAV değerlerinin korelasyon katsayılarından büyük olduğu ortaya çıkmıştır. Bu nedenle araştırmanın ölçüm modelinde yapılar arası ayrışma geçerliliğinin sağlandığı ifade edilebilmektedir.

Araştırmada ölçüm geçerliliğini teyit etmek amacıyla Ortak Metot Varyansı (OMV) (Common Method Variance) ayrıca değerlendirilmiştir. Birincil kaynaklarla yürütülen ve farklı ölçeklerin yoğunlukla kullanıldığı araştırmalarda ölçüm kalitesini zedeleyebilen, bu nedenle geçerlilik ve güvenilirliğin sorgulanmasına yol açan OMV'nin teşhis edilmesinde fayda görülmektedir (Tehseen, Ramayah ve Sajilan, 2017; Baumgartner, Weijters ve Pieters, 2021). OMV'nin teşhis edilmesinde genellikle Harman'ın tek faktör testi kullanılabilir. Bu tekniğe göre, araştırma modelinde yer alan değişkenlerin ölçümlendiği maddelerin tamamı tek bir faktöre yüklenmekte, %50'den düşük bir toplam açıklanan varyans ortaya çıktığında OMV'nin herhangi bir problem teşkil etmediği ileri sürülebilmektedir (Fuller, Simmering, Atinc, Atinc ve Babin, 2016). Ölçeklerde yer alan maddeler SPSS 22.0 üzerinde tek faktörde toplanmış, toplam açıklanan varyans %33,0 olarak ortaya çıkmıştır. Bu durumda OMV'nin bu araştırma için problem oluşturmadığı belirtilebilmektedir.

Araştırma modelinin geçerlilik ve güvenilirlik şartları sağlandıktan sonra yapısal modelin test edilmesi aşamasına geçilmiştir.

Yapısal modelin test edilmesi

Araştırma modelinde yer alan değişkenler arası ilişkilerin incelenmesi amacıyla AMOS 24.0 yazılımı aracılığıyla yapısal model test edilmiştir. Test sonucunda yapısal modelin uyum iyiliği değerlerinin ideal referans aralığında (Malhotra, 2010) yer alması nedeniyle yeterli uyumu sağladığı ifade edilebilmektedir (Ki-kare=914,374, Serb. Der.=389, Ki-kare/Serb. Der.=2,351<3,000, IFI=0,921>0,90, TLI=0,911>0,90, CFI=0,921>0,90, RMSEA=0,069<0,080). Diğer yandan, hipotezler 0,05 ve 0,10 anlamlılık düzeyinde test edilmiştir. Test bulguları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Yapısal Model Test Bulguları

İlişkiler			St. Reg. Katsayısı	Kritik Oran	p-değeri	Hipotez No	Hipotez Durum
			R ² =0,40				
Öz-yeterlik	→	K.V.K. algılanan risk	-0,127	-1,712	0,087*	H2	Desteklendi
Finansal FOMO	→	K.V.K. algılanan risk	0,060	0,952	0,341	H3	Desteklenmedi
Gelecek kaygısı	→	K.V.K. algılanan risk	0,108	1,696	0,090*	H4	Desteklendi
K.V. platformlarına güven	→	K.V.K. algılanan risk	-0,057	-0,697	0,486	H5	Desteklenmedi
K. varlıklara güven	→	K.V.K. algılanan risk	-0,514	-6,173	0,000**	H6	Desteklendi
			R ² =0,25				
K.V.K. algılanan risk	→	K.V. yatırım yapma niyeti	-0,499	-8,217	0,000**	H1	Desteklendi
*p<0,10, **p<0,001							

Tablo 4'te yer alan bulgulara göre öz-yeterlik, finansal FOMO, gelecek kaygısı, kripto varlıklara ve varlık platformlarına olan güven değişkenlerinin KVAR'ı yordayıcı gücü (R²) %40 olarak gerçekleşmiştir. Araştırma hipotezleri incelendiğinde KVAR'ın kripto varlıklara yatırım yapma niyetine etkisi olumsuz yönde ve anlamlı olarak gerçekleşmiştir. Buna göre H1 hipotezinin desteklendiği ifade edilebilmektedir (p=0,000<0,001). Öz-yeterliğin kripto varlıklara karşı risk algısı üzerinde etkisi olumsuz yönde anlamlı olarak ortaya çıkmıştır. Bu durumda H2 hipotezinin desteklendiği ifade edilebilmektedir (p=0,087<0,10).

Finansal FOMO ve kripto varlık platformlarına olan güvenin ise algılanan risk üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı saptanmıştır. Buna göre H3 (p=0,341>0,05) ve H5 (p=0,486>0,05) hipotezleri desteklenmemiştir. Gelecek kaygısının algılanan risk üzerindeki etkisi ise olumlu yönde anlamlı olarak gerçekleşmiş, böylelikle H4 hipotezi desteklenmiştir (p=0,090<0,10). Kripto varlıklara olan güvenin algılanan risk üzerindeki etkisi ise olumsuz yönde ve anlamlı olarak saptanmış, dolayısıyla H6 hipotezi desteklenmiştir (p=0,000<0,001). Kripto varlıklara yatırım niyetindeki değişimin %25'inin algılanan risk tarafından açıklandığı ayrıca belirtilebilmektedir (R²=0,25).

Araştırmada yapısal modelin test edilmesi sonrasında değişkenler arası dolaylı etkiler incelenmiştir.

Dolaylı etkilerin analiz bulguları

Araştırma modelinde yer alan tüketicilerin kripto varlıklara karşı risk algılamasının psikolojik belirleyicilerinin kripto varlıklara yatırım yapma niyetini dolaylı olarak etkileyebileceğini öngören H7 hipotezinin test edilmesi amacıyla dolaylı etki analizi yürütülmüştür. Söz konusu analiz, SPSS 22.0 yazılımı üzerinde Hayes'in (2022) PROCESS v4.0 makrosunda Model-4 seçilerek, Bootstrap örneklem büyüklüğü 5.000 olarak ve 0,05 anlamlılık düzeyinde çalıştırılmak suretiyle gerçekleştirilmiştir. Dolaylı etki analizi sonucunda ilgili değişkenler arasındaki dolaylı etki katsayısına ait LLCI (Lower Limit Confidence Interval) ve ULCI (Upper Limit Confidence Interval) değerleri sıfırı içermediğinde, söz konusu dolaylı etki katsayısının anlamlı olduğu ifade edilebilmektedir (Bozkurt, 2023). Analiz bulguları Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5: Değişkenler Arası Dolaylı Etkilerin İncelenmesi

Bağımsız d. (X)		Aracı d. (M)		Bağımlı d. (Y)	Dolaylı etki katsayısı	St. Hata	LLCI	ULCI
Öz-yeterlik	→	K.V.K. algılanan risk	→	K.V. yatırım yapma niyeti	0,07	0,023	0,029	0,118
Finansal FOMO	→	K.V.K. algılanan risk	→	K.V. yatırım yapma niyeti	0,02	0,029	-0,032	0,083
Gelecek kaygısı	→	K.V.K. algılanan risk	→	K.V. yatırım yapma niyeti	-0,06	0,035	-0,136	-0,003
K.V. platformlarına güven	→	K.V.K. algılanan risk	→	K.V. yatırım yapma niyeti	0,10	0,034	0,045	0,181
K. varlıklara güven	→	K.V.K. algılanan risk	→	K.V. yatırım yapma niyeti	0,06	0,035	-0,002	0,138

Tablo 5’te yer alan dolaylı analiz bulguları incelendiğinde, öz-yeterlik ($b=0,07$, $LLCI=0,029$, $ULCI=0,118$), gelecek kaygısı ($b=-0,06$, $LLCI=-0,136$, $ULCI=-0,003$) ve kripto varlık platformlarına güven ($b=0,10$, $LLCI=0,045$, $ULCI=0,181$) değişkenlerinin KVAR üzerinden kripto varlıklara yatırım yapma niyetini dolaylı olarak etkilemiştir. Buna göre H7.1, H7.3 ve H7.4 hipotezlerinin desteklendiği ifade edilebilmektedir. Finansal FOMO ($b=0,02$, $LLCI=-0,032$, $ULCI=0,083$) ve kripto varlıklara güvenin ($b=0,06$, $LLCI=-0,002$, $ULCI=0,138$) ise istatistiksel olarak anlamlı dolaylı etkilere sahip olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla H7.2 ve H7.5 hipotezlerinin desteklenmediği belirtilebilmektedir.

Değişkenler arası dolaylı etkilerin incelenmesinin ardından, değişken arası etkilerin üzerinde sosyo-demografik değişkenlerin düzenleyici rolü incelenmiştir.

Düzenleyici analiz bulguları

Araştırma modelinde yer alan değişkenler arası ilişkileri düzenleyici role sahip sosyo-demografik kriterleri ortaya çıkarmak amacıyla düzenleyici analiz yürütülmüştür. Söz konusu analiz, daha önce adı geçen PROCESS makrosunda Model-1 kullanılarak, 5.000 Bootstrap örneklem büyüklüğü ve 0,05 anlamlılık düzeyinde yürütülmüştür. Düzenleyici değişkenler olarak sosyo-demografik özelliklerden sırasıyla cinsiyet (1=Kadın, 2=Erkek), medeni durum (1=bekar/2=evli), çocuk sahipliği (1=yok/2=var) olarak belirlenmiştir. Çocuk sahipliği değişkeni, katılımcılardan çocuğu olmayanların “1”, 1 ve üzeri çocuğu olanların ise “2” olarak kodlanmasıyla yeniden tanımlanmıştır. Düzenleyici analiz bulguları Tablo 6’da sunulmuştur.

Tablo 6: Demografik Özelliklerin Düzenleyici Rolünün İncelenmesi

Bağımsız d. (X)	Düzenleyici d. (W)	Bağımlı d. (Y)	Etkileşim etki (X.W) reg. katsayısı	St. Hata	p-değeri
Öz-yeterlik	Cinsiyet	K.V.K. algılanan risk	-0,383	0,097	0,693
Finansal FOMO			0,079	0,106	0,452
Gelecek kaygısı			0,015	0,122	0,902
K.V. platformlarına güven			0,061	0,124	0,621
K. varlıklara güven			-0,089	0,110	0,416
Öz-yeterlik	Medeni durum	K.V.K. algılanan risk	-0,141	0,091	0,122
Finansal FOMO			0,003	0,113	0,979
Gelecek kaygısı			-0,242	0,118	0,042*
K.V. platformlarına güven			-0,123	0,121	0,309
K. varlıklara güven			-0,082	0,111	0,458
Öz-yeterlik	Çocuk sahipliği	K.V.K. algılanan risk	-0,155	0,092	0,092
Finansal FOMO			0,127	0,116	0,279
Gelecek kaygısı			-0,102	0,123	0,405
K.V. platformlarına güven			-0,103	0,122	0,401
K. varlıklara güven			-0,127	0,114	0,267
*p<0,05					

Tablo 6'da yer alan bulgular incelendiğinde, öz-yeterlik ($b_{öz-yeterlik}=-0,383$, $p=0,693>0,05$), finansal FOMO ($b_{f_FOMO}=0,079$, $p=0,452>0,05$), gelecek kaygısı ($b_{g.kaygısı}=0,015$, $p=0,902>0,05$), kripto varlıklara güven ($b_{K.V.P.güven}=-0,089$, $p=0,416>0,05$) ve varlık platformlarına güvenin ($b_{K.V.P.güven}=0,061$, $p=0,621>0,05$) kripto varlıklara karşı algılanan riske etkisi üzerinde cinsiyetin düzenleyici rolü tespit edilmemiştir. Çünkü ilgili bağımsız değişkenlerin her biri ile düzenleyici değişken olan cinsiyetin çarpımını simgeleyen etkileşimsel etkiye ait regresyon katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bunun sonucunda H8.1 hipotezinin desteklenmediği söylenebilir.

Tablo 6 incelendiğinde öz-yeterlik ($b_{öz-yeterlik}=-0,141$, $p=0,122>0,05$), finansal FOMO ($b_{f_FOMO}=0,003$, $p=0,979>0,05$), kripto varlıklara güven ($b_{K.V.P.güven}=-0,123$, $p=0,309>0,05$) ve varlık platformlarına güvenin ($b_{K.V.P.güven}=-0,082$, $p=0,458>0,05$) KVAR'a etkisi üzerinde medeni durumun düzenleyici rolü tespit edilmemiştir. Ancak gelecek kaygısının KVAR'a etkisi üzerinde medeni durumun düzenleyici etkisi saptanmış ($b_{g.kaygısı}=-0,242$, $p=0,042<0,05$) bekar ve evli gruplarda gelecek kaygısına ait yol katsayıları Tablo 7'de gösterilmiştir. Dolayısıyla H8.2 hipotezinin kısmen desteklendiği ifade edilebilmektedir.

Tablo 7: Medeni Durumun Gelecek Kaygısı Üzerindeki Düzenleyici Etkisi

Grup	İlişki	Reg. katsayısı	St. hata	p-değeri
Bekar	Gelecek kaygısı → K.V.K. algılanan risk	0,220	0,074	0,003*
Evli	Gelecek kaygısı → K.V.K. algılanan risk	-0,022	0,092	0,809
*p<0,05				

Tablo 7'ye göre bekar katılımcılarda gelecek kaygısı kripto varlıklara karşı algılanan riski doğrusal olarak etkilemektedir. Diğer bir ifade ile, bekar tüketicilerin gelecek kaygılarındaki bir birimlik artış, KVAR'ın artmasına 0,22 birimlik bir katkı yapacaktır ($p=0,003<0,05$). Evli tüketiciler içinse gelecek kaygısında bir birimlik artış, algılanan risk üzerinde -0,02'lik oldukça zayıf bir etki oluşturacaktır, diğer yandan söz konusu etki istatistiksel olarak anlamlı değildir ($p=0,809>0,05$).

Tablo 6 yeniden ele alındığında öz-yeterlik ($b_{öz-yeterlik}=-0,155$, $p=0,092>0,05$), finansal FOMO ($b_{f_FOMO}=0,127$, $p=0,279>0,05$), gelecek kaygısı ($b_{g.kaygısı}=-0,102$, $p=0,405>0,05$), kripto varlıklara güven

($b_{K.V.güven}=-0,103$, $p=0,401>0,05$) ve varlık platformlarına güvenin ($b_{K.V.P.güven}=-0,127$, $p=0,267>0,05$) KVAR'a etkisi üzerinde çocuk sahipliğinin düzenleyici rolü bulunmadığı ortaya çıkmıştır. Buna göre H8.3 hipotezinin desteklenmediği belirtilebilmektedir. Gelecek kaygısı değişkeni ile çocuk sahipliği düzenleyici değişkeninin çarpını ifade eden etkileşimsel etkinin irdelenmesinde fayda görülmüştür. Bu nedenle Tablo 8 oluşturulmuştur.

Tablo 8: Gelecek Kaygısı ve Çocuk Sahipliği Etkileşimsel Etki İrdelemesi

Grup	İlişki	Reg. katsayısı	St. hata	p-değeri
Çocuksuz	Gelecek kaygısı → K.V.K. algılanan risk	0,165	0,071	0,021*
Çocuklu	Gelecek kaygısı → K.V.K. algılanan risk	0,063	0,100	0,528
* $p<0,05$				

Tablo 8'de yer alan gelecek kaygısı ve çocuk sahipliği değişkenlerinin etkileşimsel etkisi irdelendiğinde, çocuk sahibi olmayan tüketicilerin gelecek kaygıları KVAR'ı doğrusal olarak etkilemiştir. Bunun anlamı, çocuğu olmayan katılımcıların gelecek kaygılarındaki bir birimlik artış, risk algılamalarına 0,16 birim katkı sağlamaktadır ($b_{g.kaygısı}=0,165$, $p=0,021<0,05$). Çocuk sahibi olan tüketicilerde ise söz konusu katkı 0,063 ile sınırlı kalmakta, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamaktadır ($b_{g.kaygısı}=0,063$, $p=0,528>0,05$). Tekrar belirtmek gerekir ki, gelecek kaygısının algılanan risk üzerindeki etkisi çocuklu veya çocuksuz tüketiciler için anlamlı bir biçimde farklılık göstermemiş, çocuk sahipliğinin söz konusu ilişkide düzenleyici etkisi saptanmamıştır. Çünkü düzenleyici etkinin bulunmadığına işaret eden etkileşimsel etkinin anlamlı olmaması, etkileşimsel etkinin yorumlanmasına engel teşkil etmemektedir (Bozkurt, 2023).

Tartışma ve sonuç

Çalışma, tüketicilerin son yıllarda dünya genelinde popülerliği ve pazar penetrasyonu gittikçe artan kripto varlıklara karşı risk algılamasının psikolojik belirleyicilerini ele almaktadır. Bu doğrultuda risk algılamasının psikolojik belirleyicileri olarak öz-yeterlik, finansal FOMO, gelecek kaygısı, kripto varlıklara güven ve bu tür varlıkların alım-satımına imkan sağlayan platformlara olan güven incelenmiştir. Söz konusu belirleyicilerin algılanan risk üzerindeki etkisini temel demografik özelliklerin düzenleyici rolü olup olmadığını ortaya çıkarmak çalışmanın alt amacını oluşturmuştur.

Çalışma kapsamında oluşturulan araştırma modeli doğrulayıcı faktör analizi ile test edilmiş, teorik model ile örneklemden elde edilen verinin birbiriyle tutarlı olduğu teyit edilmiştir. Ardından yapısal geçerlilik, yakınsama geçerliliği, ayrışma geçerliliği ve araştırmanın güvenilirliğinin sağlandığı teyit edilmiştir. Araştırma modelinde yer alan değişkenler arası ilişkileri incelemek ve hipotezleri test etmek amacıyla yapısal model testi yürütülmüştür.

Test sonucunda öz-yeterlik, gelecek kaygısı ve kripto varlıklara güvenin kripto varlıklara karşı algılanan riske anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. Finansal FOMO ve kripto varlık platformlarına olan güvenin ise algılanan risk üzerinde anlamlı etkisi bulunmamıştır. Diğer yandan algılanan riskin, kripto varlıklara yatırım yapma niyeti üzerinde ters yönlü etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte öz-yeterlik, gelecek kaygısı ve kripto varlık platformlarına olan güven bu tür varlıklara yatırım yapma niyetini dolaylı olarak etkilerken, finansal FOMO ve kripto varlıklara güvenin ise dolaylı etkisi saptanmamıştır. KVAR ise bu tür varlıklara yatırım yapma niyetini ters yönde etkilemiştir.

Araştırma bulguları literatürle mukayese edildiğinde öz-yeterliğin KVAR üzerindeki ters yönlü etkiye sahip olduğu önceki çalışmalarda da ortaya konmuştur. Tüketiciler kripto varlıklar hakkında yeterli bilgiye sahip olmasa bile, bu tür varlıkları edinebilecek kapasitede ve kabiliyette olduğuna inandıkları sürece bu durum risk algılamalarını azaltabilecek, böylelikle kripto varlıklara yatırım yapma eğilimleri dolaylı olarak tetiklenebilecektir. Voskoboynikov, Abramova, Beznosov ve Böhme (2021) yürüttükleri çalışmada benzer şekilde, öz-yeterliğin kripto varlıklara yönelik algılanan riski ters yönde etkilediğini, bu tür varlıklara adaptasyon niyetini ise olumlu yönde etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Nabeel ve Sumathy (2024) ise öz-yeterliğin kripto varlıklara yatırım yapma niyetini olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir.

Araştırma sonucunda finansal FOMO'nun KVAR üzerinde anlamlı etkisi olmadığı ortaya çıkarılmıştır. Çalışmada kripto varlık yatırımına yönelik algılanan risk ve davranışsal niyet üzerinde önemli rolü olduğunu ortaya koyan önceki çalışmalardan (Kaur vd., 2024; van der Schyff ve Flowerday, 2023; Lian, Falahat ve Kiong, 2024) farklı bulguya ulaşılmıştır. Benzer yatırım enstrümanlarına yatırım yapmış olan

tüketicilerin FOMO, dürtüsellik ve belirsizlikten kaçınma seviyeleri farklı olabilmektedir (Altundal vd., 2024). Bu durum göz önüne alındığında, farklı finansal FOMO seviyelerinin KVAR'ı farklı biçimlerde etkileyebileceği veya etkilemeyeceği çıkarımı yapılabilmektedir.

Araştırma sonucunda tüketicilerin gelecek kaygısındaki artışın kripto varlıklara yönelik algılanan riskin de artmasına sebep olduğu ortaya çıkarılmıştır. Özellikle finansal konularla ilgili gelecek kaygısı yaşayan bireylerin gelecekte finansal planlama yapma eğilimi tetiklenmektedir (Grable, Heo, ve Rabbani, 2015). Gelecek kaygısının aynı zamanda finansal iyi oluş halini de etkilediği dikkate alındığında (Özyeşil, Tembelo ve Çikrikçi, 2024) kripto varlıklara yönelik tutum ve davranışsal eğilimin şekillenmesinde geleceğe yönelik duyulan endişenin tüketiciler üzerinde önemli role sahip olduğu ifade edilebilmektedir.

Güven duygusunun tüketici davranışını etkileyen kritik öneme sahip faktör olduğu aşikardır. Kripto varlıklar gibi asimetrik bilginin belirgin ve belirsizliğin yüksek olduğu yatırım araçlarında tüketicilerin kripto varlıklara olan güven duygusu arttıkça risk algılamaları güçlü bir biçimde azalma eğilimi göstermiştir. Bu gibi yatırım araçlarının alım satımına imkan sunan platformlara olan güvenin risk algılamasına anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Dolaylı etkiler incelendiğinde ise tam tersi bulgulara ulaşılmıştır. Kripto varlıklara olan güvenin algılanan risk aracılığıyla bu tür varlıklara yatırım yapma niyeti üzerinde dolaylı etkisi bulunmazken, platformlara olan güvenin dolaylı etkisi mevcuttur.

Kripto varlıklara olan tüketici güveni arttıkça kripto varlıklarla ödeme işlemi yapmayı tercih etme eğilimi güçlenebilmektedir (Zarifis ve Fu, 2024). Koroma, Rongting, Muhideen, Akintunde, Amosun, Dauda ve Sawaneh ise (2022) tüketici güveninin kripto varlıklara yatırım yapma önündeki en büyük engel olduğunu belirtmiştir. Mendoza-Tello vd.ne (2019) göre güven algısı aynı zamanda kripto varlık kullanma niyetinin güçlü bir belirleyicisidir. Araştırma sonucunda literatürle paralel olarak kripto varlıklar ve platformlar nezdinde oluşturulacak güven duygusunun bu tür varlıklara karşı risk algılamasının giderilebileceğine ve yatırım yapma eğiliminin güçlenebileceğine işaret edilmektedir.

Araştırma sonucunda öz-yeterlik, finansal FOMO, gelecek kaygısı, kripto varlıklara ve platformlara olan güvenin kripto varlıklara karşı algılanan riske etkisi üzerinde cinsiyetin ve çocuk sahipliğinin düzenleyici etkisi bulunmamışken, medeni durumun düzenleyici etkisi ise yalnızca gelecek kaygısının algılanan riske etkisi üzerinde mevcuttur.

Literatürde farklı kültürler özelinde yürütülen çalışmalar incelendiğinde cinsiyetin Bitcoin adaptasyonuna yönelik tutumu etkilediği (Gagarina, Nestik ve Drobysheva, 2019), erkeklerin kadınlara göre kripto varlık alım satımına daha yoğun katıldığı ve daha sık yatırım yaptığı (Hasso, Pelster ve Breitmayer, 2019), kadın yatırımcıların erkeklere nazaran gelecekte kripto varlık yatırımı yapmaya daha az meylettği (Xi, O'Brien ve Irannezhad, 2019) ortaya konmuştur. Mevcut çalışma literatürden farklı olarak, KVAR'ın psikolojik belirleyicilerinin etkisinin kadın ve erkek tüketicilerde anlamlı farklılık göstermediği keşfedilmiştir.

Literatürde yeterince incelenmediği düşünülen demografik özelliklerden medeni durum ve çocuk sahipliğinin KVAR'ın psikolojik belirleyicilerinin etkisini düzenleyici rolü ile ilgili özgün bulgulara ulaşılmıştır. Bekar tüketicilerin gelecek kaygılarının kripto varlıklara yönelik risk algılarını etkilediği, evlilerde ise anlamlı bir etkiye sahip olmadığı saptanmıştır. Buna göre medeni durumun gelecek kaygısının risk algılamasına etkisi üzerinde düzenleyici rolü olduğu belirtilebilmektedir.

Benzer şekilde, çocuk sahipliğinin aynı ilişkide düzenleyici rolü bulunmamasına rağmen, etkileşimsel etki irdelemesi yapıldığında, çocuk sahibi olmayan tüketicilerin gelecek kaygılarının algılanan riski etkilediği ortaya çıkmıştır. Çocuk sahibi olanlarda ise gelecek kaygısının risk algılaması üzerinde anlamlı etkisi bulunmamaktadır. Öz-yeterlik, finansal FOMO, kripto varlıklara ve platformlara güvenin algılanan risk üzerindeki etkisinde ise medeni durum ve çocuk sahipliği düzenleyici etkiye sahip değildir.

Uygulayıcılara dönük çıkarımlar

Kripto varlık pazarında farklı alanlarda faaliyet gösteren çok sayıda işletme, sivil toplum kuruluşu, spor kulübü, sanatçı gibi aktörler ve kripto varlıkları satın almak yoluyla yatırım yapan tüketiciler mevcuttur. Söz konusu aktörler, kripto para, ilk kripto para arzı (ICO=Initial coin offering), nitelikli fikri tapu (NFT=Non-fungible token) formatında dijital sanat eseri, dijital taraftar jetonu (fan token), gerçek para birimine endeksli sabit dijital para birimi (Stable currency coin) gibi kripto varlıkların alım satımını gerçekleştirmekte veya belirli platformlar üzerinden arzını ve satışını gerçekleştirmektedir. Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular ışığında kripto varlık pazarında aktör olarak rol oynayan uygulayıcılara yönelik, tüketici risk algısını yönetmeyi ve yatırım yapmaya teşvik etmeyi destekleyecek bazı çıkarımlar yapılabilmektedir.

Araştırmada öz-yeterlik kripto varlıklara karşı algılanan riski ters yönde etkilemiş, yatırım yapma niyetini ise olumlu yönde dolaylı olarak etkilemiştir. Bu bulgudan hareketle, kripto varlık platformlarının ve üreticilerinin (işletmeler, sivil toplum kuruluşları, spor kulüpleri, sanatçılar) pazara sundukları ve satışına aracılık ettikleri kripto varlıklara tüketicilerin nasıl sahip olabileceğine yönelik bilgilendirme içerikli kılavuzlar, multimedya içerikleri, periyodik eğitimler, canlı destek gibi faaliyetlere ağırlık vermeleri gerektiği önerilmektedir. Çünkü bilgilendirme ve erişebilirlik çalışmaları, tüketicilerin kripto varlıklara kolaylıkla sahip olabilmeye nasıl satın alınacağını zorlanmadan öğrenebilmelerine olan inançlarını desteklemektedir. Böylelikle tüketiciler kripto varlıklara yönelik daha az risk algılamakta, yatırım yapmaya dolaylı yoldan teşvik edilebilmektedir.

Finansal FOMO'nun kripto varlıklara yönelik risk algılaması ve yatırım yapma niyeti üzerinde bir rolü olduğu önceki çalışmalarda tespit edilmiş olsa da araştırma sonucunda anlamlı bir etkisi olmadığı ortaya çıkmıştır. Kripto varlık üreticileri ve platformları yatırım fırsatlarının kaçırmanın olumsuz etkilerine yönelik mesajlar göndererek, treni kaçırma endişesi oluşturmak suretiyle tüketicileri harekete geçirmeyi amaçlayabilmektedir. Ancak bu tür mesajların tüketici üzerinde psikolojik bir etki oluşturmadığı görülmüştür. Bunun sebebi, kripto varlıkların pazar penetrasyonunun artması nedeniyle artık geniş kitlelerce bilindiği, bireyler tarafından yeterince değerlendirildiği ve artık fırsat olarak nitelendirilmeyebileceği olabilir. Bu nedenle pazarlama iletişimi faaliyetlerinde FOMO içerikli mesajların ağırlığının ve sıklığının azaltılması önerilmektedir.

Araştırmada tüketicilerde oluşan gelecek kaygısı, kripto varlıklara yönelik algılanan riski doğrudan ve yatırım yapma niyetini dolaylı olarak etkilemiştir. Finansal ürünlere yatırım yapmanın özünde geleceği maddi olarak teminat altına almak olduğu ileri sürülebilmektedir. Dolayısıyla kripto varlık üreten ve satışını yapan aktörlerin, tüketicilerde kripto varlıklara yatırım yaparak gelecekte yaşanabilecek ekonomik olumsuzluklara karşı önlem alabileceği, finansal iyi oluş hallerini iyileştirebilecekleri ve böylelikle maddi açıdan daha iyi bir yaşam sürebileceklerine yönelik mesajların iletilmesi tutundurma faaliyetlerinin etkinliğini destekleyebilecektir.

Gelecek kaygısının KVAR'a etkisi üzerinde literatürde yeterince irdelenmeyen bazı demografik özelliklerin düzenleyici rolü saptanmıştır. Özellikle kripto varlık platformları açısından kullanıcı ilişkileri yönetimi faaliyetleri ile ilgili bazı öneriler getirilebilmektedir. Kripto varlık platformları kullanıcıların demografik verilerini müşteri sadakati ve uzun dönemli müşteri yaşam boyu değerini oluşturmada kullanabilecektir. Örneğin pazarlama iletişiminde bekar veya çocuksuz tüketicilere kripto varlıklara yatırım yapmanın geleceğe yönelik kaygıları hafifletici ve gelecekteki finansal belirsizlikleri azaltan tedbirlerin alındığına yönelik mesajlara ağırlık verebilirken, evli veya çocuklu olanlarda bu tür mesajlar daha az tercih edilebilecektir.

Kripto varlıklar asimetrik bilginin belirgin ve belirsizliğin yüksek olduğu finansal ürünlerdir. Bu nedenle güven duygusunun incelenmesi kripto varlık pazarında faaliyet gösteren aktörlere önemli bilgiler sunabilecektir. Her işletmede olduğu gibi kripto varlık üreticileri için de yatırım araçlarına olan güven oluşumunu destekleyecek aktivitelerin artırılması ve güveni zedeleyici icraatlerden kaçınılması pazarlama stratejilerinde öncelik haline getirilmelidir. Örneğin uzun süre yaklaşık 100 Amerikan doları fiyattan işlem gören bir kripto varlığın belirli spekülasyonlar veya istismarlar nedeniyle birkaç gün içerisinde 1 dolar seviyesine düşmesi, diğer kripto varlıklara olan güvenin zedelenecek risk algısını artırabilmektedir. Buna benzer vakalar gerçekleştiğinde diğer kripto varlık üreticilerinin pazarlama iletişimi ve kriz yönetimi açısından gerekli tedbirleri almış olması gerekmektedir. Kripto varlıkların alım-satımına imkan sağlayan platformlar içinse dijital, politik ve sosyal açıdan güven artırıcı önlemler tüketicilerin yatırım yapma niyetlerini dolaylı yoldan teşvik edebilmektedir.

Araştırmanın sınırlılıkları ve gelecek çalışmalar için öneriler

Araştırmada örneklem olarak Türkiye'nin en yoğun nüfuslu şehri olan İstanbul tercih edilmiştir. Farklı bölgelerde ve ülkelerde yürütülebilecek araştırmalar farklı kültürlerle ait özgün bulgular keşfedilebilecektir. Diğer yandan araştırma modeli kripto varlıklara yönelik psikolojik yaklaşım dikkate alınarak oluşturulmuştur. Bunun yanında finansal okuryazarlık, sübjektif bilgi gibi bilişsel faktörler ve kişisel yenilikçilik, teknoloji bağımlılığı gibi teknolojik faktörlerin de dahil edilmesi araştırma kapsamını genişleterek farklı bulgular sunabilecektir.

Araştırmada kripto varlıklara karşı algılanan riskin belirleyicilerinin etkileri üzerinde literatürde sıkça incelenmeyen cinsiyet, medeni durum ve çocuk sahipliği düzenleyici demografik değişkenler olarak incelenmiştir. Bunların dışında yaş aralıkları veya kuşaklar, gelir düzeyi veya sosyo-ekonomik statü gibi demografik özellikler ile tutumluluk, materyalizm, kişilik özellikleri gibi değişkenlerin düzenleyici rolü özgün bulgulara ulaşılmasını sağlayabilecektir.

Hakem Değerlendirmesi / Peer-review:

Dış bağımsız

Externally peer-reviewed

Çıkar Çatışması / Conflict of interests:

Yazarlar çıkar çatışması bildirmemiştir.

The authors have no conflict of interest to declare.

Finansal Destek / Grant Support:

Yazarlar bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

The authors declared that this study has received no financial support.

Etik Kurul Onayı / Ethics Committee Approval:

Bu çalışmanın etik kurallara uygunluğu, İstanbul Medipol Üniversitesi Sosyal Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu tarafından 28/11/2024 tarihli ve E-43037191-604.01-97892 sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Ethics committee approval was received for this study from Istanbul Medipol University, Social Sciences Scientific Research Ethics Committee on 28/11/2024 and E-43037191-604.01-97892 document number.

Yazar Katkıları / Author Contributions:

Fikir/Kavram/Tasarım - *Idea/Concept/ Design*: M.S.A., S.B.S. Veri Toplama ve/veya İşleme - *Data Collection and/or Processing*: M.S.A., S.B.S. Analiz ve/veya Yorum - *Analysis and/or Interpretation*: M.S.A., S.B.S. Kaynak Taraması - *Literature Review*: M.S.A., S.B.S., Makalenin Yazımı - *Writing the Article*: M.S.A., S.B.S. Eleştirel İnceleme - *Critical Review*: M.S.A., S.B.S., Onay - *Approval*: M.S.A., S.B.S.

Kaynakça / References

- Ab Hamid, M. R., Sami, W., & Sidek, M. M. (2017, September). Discriminant validity assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT criterion. In *Journal of physics: Conference series*, 890(1), 012163: IOP Publishing.
- Ahmad, F., & Guzmán, F. (2021). Consumer skepticism about online reviews and their decision-making process: The role of review self-efficacy and regulatory focus. *Journal of Consumer Marketing*, 38(5), 587-600.
- Ahmed, Z., Rasool, S., Saleem, Q., Khan, M. A., & Kanwal, S. (2022). Mediating role of risk perception between behavioural biases and investor's investment decisions. *Sage Open*, 12(2), 21582440221097394.
- Altundal, V., Tokay Argan, M., & Argan, M. (2024). The effect of FoMO, uncertainty avoidance and impulsiveness on financial investment decisions of individual investors. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 27(2), 673-695.
- Anaza, N. A., Upadhyaya, B., Bennett, D., & Ruvalcaba, C. (2024). Is it FOMO or is it ME? The influence of personality traits on cryptocurrency consumption. *Psychology & Marketing*, 41(1), 184-202.
- Argan, M., Altundal, V., & Tokay Argan, M. (2023). What is the role of FoMO in individual investment behaviour? The relationship among FoMO, involvement, engagement, and satisfaction. *Journal of East-West Business*, 29(1), 69-96.
- Arlı, D., van Esch, P., Bakpayev, M., & Laurence, A. (2021). Do consumers really trust cryptocurrencies?. *Marketing Intelligence & Planning*, 39(1), 74-90.

- Babu, M. M., Bason, T., Porreca, R., Petratos, P., & Akter, S. (2024). Fostering trust and overcoming psychological resistance towards cryptocurrencies and cryptoassets. *Psychology & Marketing*, 41(1), 45-68.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Baumgartner, H., Weijters, B., & Pieters, R. (2021). The biasing effect of common method variance: Some clarifications. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49, 221-235.
- Ben-Ami, M., Hornik, J., Eden, D., & Kaplan, O. (2014). Boosting consumers' self-efficacy by repositioning the self. *European Journal of Marketing*, 48(11/12), 1914-1938.
- Bentler, P. M. & Chou, C. P. (1987). Practical issues in structural modeling. *Sociological Methods & Research*, 16(1), 78-117
- Bozkurt, S. (2023). *Process Makro ile aracılık, düzenleyicilik ve durumsal aracılık etki analizleri (SPSS uygulamalı)*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Chainalysis. (2024). The 2024 Geography of Crypto Report. <https://go.chainalysis.com/2024-geography-of-cryptocurrency-report.html> sayfasından erişilmiştir. Erişim Tarihi: 02.02.2025
- Chen, Z. F., & Cheng, Y. (2020). Consumer response to fake news about brands on social media: the effects of self-efficacy, media trust, and persuasion knowledge on brand trust. *Journal of Product & Brand Management*, 29(2), 188-198.
- CoinMarketCap. (2025). Today's Cryptocurrency Prices by Market Cap. <https://coinmarketcap.com/>, sayfasından erişilmiştir. Erişim Tarihi: 02.02.2025
- Diacon, S., & Ennew, C. (2001). Consumer perceptions of financial risk. *The Geneva Papers on Risk and Insurance. Issues and Practice*, 26(3), 389-409.
- Dilek, Ö., & Pilatin, A. (2023). Covid-19 sürecinin Türkiye’de kripto varlık yatırımlarına etkisi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 18(72), 405-424.
- Dowling, G. R. (1986). Perceived risk: the concept and its measurement. *Psychology & Marketing*, 3(3), 193-210.
- Fağih, K. M. (2016). An empirical analysis of factors predicting the behavioural intention to adopt Internet shopping technology among non-shoppers in a developing country context: Does gender matter?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 140-164.
- Fuller, C. M., Simmering, M. J., Atinc, G., Atinc, Y., & Babin, B. J. (2016). Common methods variance detection in business research. *Journal of Business Research*, 69(8), 3192-3198.
- Gagarina, M., Nestik, T., & Drobysheva, T. (2019). Social and psychological predictors of youths' attitudes to cryptocurrency. *Behavioural sciences*, 9(12), 118.
- Garlin, F. V., & McGuiggan, R. L. (2002). Exploring the sources of self-efficacy in consumer behaviour. In 2002 Asia-Pacific ACR Conference. Association for Consumer Research.
- Gerrans, P., Abisekaraj, S. B., & Liu, Z. F. (2023). The fear of missing out on cryptocurrency and stock investments: Direct and indirect effects of financial literacy and risk tolerance. *Journal of Financial Literacy and Wellbeing*, 1(1), 103-137.
- Giao, H. N. K., Vuong, B. N., Duy Tung, D., & Quan, T. N. (2020). A model of factors influencing behavioural intention to use internet banking and the moderating role of anxiety: Evidence from Vietnam. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 17, 551-561.
- Götz, O., Liehr-Gobbers, K., & Krafft, M. (2010). Evaluation of structural equation models using the partial least squares (PLS) approach. In *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications* (pp. 691-711). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Gable, J., Heo, W., & Rabbani, A. (2015). Financial anxiety, physiological arousal, and planning intention. *Journal of Financial Therapy*, 5(2), 2.
- Gupta, M., & Bagga, T. (2017). Study of consumer awareness on cryptocurrency in India. *International Research Journal of Management Science and Technology*, 8(10), 145-151.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th Edn Pearson new international edition). Harlow, Essex: Pearson Education.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hasso, T., Pelster, M., & Breitmayer, B. (2019). Who trades cryptocurrencies, how do they trade it, and how do they perform? Evidence from brokerage accounts. *Journal of Behavioural and Experimental Finance*, 23, 64-74.
- Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*, Third Edition. Routledge.
- İri, R. (2021). Finansal pazarlama kapsamında kripto para pazarlaması ve kripto para birimlerinin bilinirliği ve farkındalığı. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 811-833.
- Jalal, R. N. U. D., Alon, I., & Paltrinieri, A. (2021). A bibliometric review of cryptocurrencies as a financial asset. *Technology Analysis & Strategic Management*, 1-16.
- Jiang, Y., & Lau, A. K. (2021). Roles of consumer trust and risks on continuance intention in the sharing economy: An empirical investigation. *Electronic Commerce Research and Applications*, 47, 101050.
- Kamalul Ariffin, S., Mohan, T., & Goh, Y. N. (2018). Influence of consumers' perceived risk on consumers' online purchase intention. *Journal of research in Interactive Marketing*, 12(3), 309-327.
- Kang, J., Tang, L., & Fiore, A. M. (2019). Enhancing consumer engagement through social media: The role of psychological ownership and FOMO. *Journal of Business Research*, 105, 179-187.
- Kärkkäinen, T. (2023). FOMO in digital assets. In *Activist retail investors and the future of financial markets* (pp. 136-151). Routledge.
- Kaur, M., Jain, J., & Sood, K. (2024). "All are investing in Crypto, I fear of being missed out": examining the influence of herding, loss aversion, and overconfidence in the cryptocurrency market with the mediating effect of FOMO. *Quality & Quantity*, 58(3), 2237-2263.
- Koç, F., Kaya, N., Özbek, V., & Akkılıç, M. E. (2014). Algılanan fiyat ile tüketici güveni arasında algılanan hizmet kalitesinin aracı etkisi: bankacılık ve gsm sektörlerinin karşılaştırılmasına yönelik bir araştırma. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1-26.
- Koroma, J., Rongting, Z., Muhideen, S., Akintunde, T. Y., Amosun, T. S., Dauda, S. J., & Sawaneh, I. A. (2022). Assessing citizens' behavior towards blockchain cryptocurrency adoption in the Mano River Union States: Mediation, moderation role of trust and ethical issues. *Technology in society*, 68, 101885.
- Li, Y., Delfabbro, P., & King, D. (2025). Investigating the role of regret, FOMO and financial literacy in cryptocurrency speculation. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-22.
- Lian, S. B., Falahat, M., & Kiong, T. P. (2024). Cryptocurrency Adoption in the Developing Countries: Effects on Consumer Trust and Continuance Intention to Adopt. *Electronic Journal of Business and Management*, ERMA Special Issue, 27-37.
- Liu, L., & Zhang, H. (2021). Financial literacy, self-efficacy and risky credit behaviour among college students: Evidence from online consumer credit. *Journal of Behavioural and Experimental Finance*, 32, 100569.
- Liu, Y., Zu, Y., Zhang, Z., Liu, X., & He, Q. (2022). Research on the influence of anxiety on consumers' purchase intention. *Psychiatria Danubina*, 34(suppl 1), 56-57.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation* (6. (Global) ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Mashatan, A., Sangari, M. S., & Dehghani, M. (2022). How perceptions of information privacy and security impact consumer trust in crypto-payment: an empirical study. *IEEE Access*, 10, 69441-69454.
- Maziriri, E. T., Mapuranga, M., & Madinga, N. W. (2019). Navigating selected perceived risk elements on investor trust and intention to invest in online trading platforms. *Journal of Economic and Financial Sciences*, 12(1), 1-14.
- Mendoza-Tello, J. C., Mora, H., Pujol-López, F. A., & Lytras, M. D. (2019). Disruptive innovation of cryptocurrencies in consumer acceptance and trust. *Information Systems and e-Business Management*, 17, 195-222.
- Mercan, S., Kurt, A., Akkaya, K., & Erdin, E. (2021). Cryptocurrency solutions to enable micropayments in consumer IoT. *IEEE Consumer Electronics Magazine*, 11(2), 97-103.

- Meuter, M. L., Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Brown, S. W. (2005). Choosing among alternative service delivery modes: An investigation of customer trial of self-service technologies. *Journal of marketing*, 69(2), 61-83.
- Michon, R., & Chebat, J. C. (2008). Breaking open the consumer behaviour black box: SEM and retail atmospheric manipulations. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 16(4), 299-308.
- Mishra, A., Indwar, R. G., & Samu, S. (2022). If tomorrow never comes: the impact of anxiety, materialism and attitude on consumption behaviour in a pandemic. *Journal of Consumer Marketing*, 39(3), 294-305.
- Mitchell, V. W. (1999). Consumer perceived risk: conceptualisations and models. *European Journal of marketing*, 33(1/2), 163-195.
- Mosmer, S., & Başarır, Ç. (2023). Türkiye'deki bireysel kripto para yatırımcılarının kripto paralara yaklaşımları. *The Journal of International Scientific Researches*, 8(1), 46-63.
- Munnukka, J., Uusitalo, O., & Koivisto, V. J. (2017). The consequences of perceived risk and objective knowledge for consumers' investment behaviour. *Journal of Financial Services Marketing*, 22, 150-160.
- Murugappan, M., Nair, R., & Krishnan, S. (2023). Global market perceptions of cryptocurrency and the use of cryptocurrency by consumers: A pilot study. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(4), 1955-1970.
- Nabeel, K. M., & Sumathy, M. (2024). Understanding the influence of perceived traceability, anonymity, and self-efficacy on cryptocurrency investment intentions: A study of cybersecurity behaviours. *Productivity*, 65(1), 21-28.
- Othman, J., Lim, F. L. M. D., Tarmizi, R. M., & Salehuddin, S. (2022). The factors influencing cryptocurrency awareness among Generation Z in Malaysia: the roles of trust, confidence, and social acceptance. *Asian Journal of Research in Business and Management*, 4(3), 246-257.
- Özyeşil, M., Tembelo, H., & Çikrikçi, M. (2024). The mediating role of resilience in the relationship between financial well-being and future financial situation expectations, psychological well-being, and future anxiety. In *Harnessing AI, Machine Learning, and IoT for Intelligent Business: Volume 2* (pp. 129-146). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Pilatin, A. (2022). Bireylerin sosyo-ekonomik özellikleri kripto varlık satın almalarını etkiler mi? Türkiye'den kanıtlar. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(2), 665-678.
- Pilatin, A., & Dilek, Ö. (2024). Investor intention, investor behaviour and crypto assets in the framework of decomposed theory of planned behaviour. *Current Psychology*, 43(2), 1309-1324.
- Price, B. J. (2009). Differentiating future time perspective and future anxiety as distinct predictors of intimate partner violence (Doctoral dissertation, Northern Illinois University).
- Rehmat, I., Khan, A. A., Hussain, M., & Khurshid, S. (2023). An examination of behavioural factors affecting the investment decisions: The moderating role of financial literacy and mediating role of risk perception. *Journal of Innovative Research in Management Sciences*, 4(2), 1-16.
- Santos-Corrada, M. D. L. M., Flecha-Ortiz, J. A., López, E., Dones, V., Ortiz Soto, M., Mena, S., & Melendez, L. (2025). Media and anxiety in consumer behaviour and its effect on decision making during turbulent situations. *Journal of Marketing Communications*, 1-25.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Sobhanifard, Y., & Sadatfarizani, S. (2019). Consumer-based modeling and ranking of the consumption factors of cryptocurrencies. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 528, 121263.
- Song, F., Graupensperger, S., Lostutter, T. W., & Larimer, M. E. (2024). Fear of missing out on Financial gains: Associations between fear of missing out, Problem Gambling, and speculative trading in College Students. *Emerging Adulthood*, 12(3), 387-397.
- Sousa, A., Calçada, E., Rodrigues, P., & Pinto Borges, A. (2022). Cryptocurrency adoption: a systematic literature review and bibliometric analysis. *EuroMed Journal of Business*, 17(3), 374-390.

- Statista. (2024). Share of cryptocurrency owners in 56 countries & territories worldwide, as of February 2024. <https://www.statista.com/forecasts/1452605/share-of-cryptocurrency-owners-in-selected-countries-worldwide> sayfasından erişilmiştir. Erişim Tarihi: 05.02.2025
- Sun, W., Dedahanov, A. T., Shin, H. Y., & Kim, K. S. (2020). Switching intention to crypto-currency market: Factors predisposing some individuals to risky investment. *PloS one*, 15(6), e0234155.
- Şenkardeş, Ç. G., & Akadur, O. (2021). A research on the factors affecting cryptocurrency investments within the gender context. *Journal of business economics and Finance*, 10(4), 178-189.
- Tavşancıl, E. (2002). Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tehseen, S., Ramayah, T., & Sajilan, S. (2017). Testing and controlling for common method variance: A review of available methods. *Journal of management sciences*, 4(2), 142-168.
- TripleA, 2024. Cryptocurrency Ownership Data, <https://www.triple-a.io/cryptocurrency-ownership-data> sayfasından erişilmiştir. Erişim Tarihi: 07.02.2025
- TÜİK. (2024). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, 2024, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2023-49684> sayfasından erişilmiştir. Erişim Tarihi: 01.02.2025
- van der Schyff, K., & Flowerday, S. (2023). The mediating role of perceived risks and benefits when self-disclosing: A study of social media trust and FoMO. *Computers & Security*, 126, 103071.
- Veerasingam, N., & Teoh, A. P. (2023). Modeling cryptocurrency investment decision: evidence from Islamic emerging market. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1817-1835.
- Voskobojnikov, A., Abramova, S., Beznosov, K., & Böhme, R. (2021). Non-Adoption of crypto-assets: Exploring the role of trust, self-efficacy, and risk. In *ECIS*. 1-16.
- Waheed, H., Ahmed, Z., Saleem, Q., Din, S. M. U., & Ahmed, B. (2020). The mediating role of risk perception in the relationship between financial literacy and investment decision. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 14(4), 112-131.
- Xi, D., O'Brien, T. I., & Irannezhad, E. (2019). Investigating the investment behaviours in cryptocurrency. *arXiv preprint arXiv:1912.03311*.
- Zaleski, Z. (1996). Future anxiety: Concept, measurement, and preliminary research. *Personality and individual differences*, 21(2), 165-174.
- Zaleski, Z., Sobol-Kwapinska, M., Przepiorka, A., & Meisner, M. (2019). Development and validation of the Dark Future scale. *Time & Society*, 28(1), 107-123.
- Zamzami, A. H. (2021). Perceived risk and investors' trust in using online investment platforms during the Covid-19 pandemic. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 24(5), 181-188.
- Zarifis, A., & Fu, S. (2024). The second extended model of consumer trust in cryptocurrency payments, CRYPTOTRUST 2. *Frontiers in Blockchain*, 7, 1220031.
- Zhang, Z., Jiménez, F. R., & Cicala, J. E. (2020). Fear of missing out scale: A self-concept perspective. *Psychology & Marketing*, 37(11), 1619-1634.