

**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, KEAMANAN  
TRANSAKSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI, PERSEPSI RISIKO  
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN  
INVERSTASI ASET KRIPTO  
(Survei Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta Tahun 2025)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**FAJAR MAULANA**

**2432530059**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUDI LUHUR  
JAKARTA  
2026**

**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, KEAMANAN  
TRANSAKSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI, PERSEPSI RISIKO  
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN  
INVERSTASI ASET KRIPTO**

**(Survei Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta Tahun 2025)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Akuntansi (S.Ak)**



**Oleh :**

**FAJAR MAULANA**

**2432530059**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUDI LUHUR  
JAKARTA**

**2026**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BUDI LUHUR**

---

**PERSETUJUAN**

**Skripsi dengan judul:**

**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, KEAMANAN  
TRANSAKSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI, PERSEPSI RISIKO  
DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN  
INVESTASI ASET KRIPTO**

**(Survei Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta Tahun 2025)**

Oleh :

Nama : Fajar Maulana

NIM : 2432530059

Disetujui untuk diujikan dalam sidang Skripsi

Jakarta, Januari 2026

Dosen Pembimbing

(Dr. Amir Indrabudiman P, S.E., MM.)



LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Fajar Maulana  
Nomor Induk Mahasiswa : 2432530059  
Program Studi : Akuntansi  
Bidang Peminatan : Managerial Accounting  
Jenjang Studi : Strata 1  
Judul : PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, KEAMANAN  
TRANSAKSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI, PERSEPSI RISIKO DAN  
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI ASET KRIPTO  
(SURVEI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BUDI LUHUR JAKARTA  
TAHUN 2025)



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Kamis 29 Januari 2026

Tim Penguji:

Ketua : Prita Andini, S.E., M.Akt.  
Anggota : Wahyumi Ekawanti, S.E, M.Si.  
Pembimbing : Dr. Amir Indrabudiman, S.E, M.M.  
Ketua Program Studi : Prita Andini, S.E., M.Akt.

**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS  
DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fajar Maulana  
NIM : 2432530049  
Program Studi : Akuntansi  
Fakultas : Ekonomi dan bisnis

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang berjudul :

**Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto (Survei Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta Tahun 2025).**

1. Merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukan merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain
2. Saya izinkan untuk dikelola oleh Universitas Budi Luhur sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jakarta, Januari 2026



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Fajar".

Fajar Maulana

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul skripsi yang telah diselesaikan penulis adalah: **“Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto (Survei Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta Tahun 2025)”**.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, bimbingan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. **Orang Tua** yang selalu mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada peneliti.
2. **Bapak Prof. Dr. Agus Setyo Budi M.Sc.** selaku Rektor Universitas Budi Luhur.
3. **Ibu Dr. Puspita Rani, S.E., M.Akt.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur Jakarta.
4. **Ibu Prita Andini, S.E., M.Akt.** selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur Jakarta.
5. **Bapak Dr. Amir Indrabudiman P, S.E., MM.** selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. **Ibu Desy Mariani, S.E., M.Akt.** selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu membimbing dan memberikan arahan selama masa perkuliahan.

7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur terutama Program Studi Akuntansi yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa pembuatan tugas akhir ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Dengan segala kekurangan dan keterbatasan dalam pembahasan, penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Akhir kata semoga Allah SWT memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya selama proses pembuatan hingga terselesaikannya penulisan tugas akhir ini.

Jakarta, Januari 2026



Fajar Maulana

## ABSTRAKSI

2432530059

Fajar Maulana

### **PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, KEAMANAN TRANSAKSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI, PERSEPSI RISIKO DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI ASET KRIPTO (Survei Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta Tahun 2025)**

(225 halaman, 2026, 9 gambar, 42 tabel, 15 lampiran)

Perkembangan teknologi finansial di era Revolusi Industri 4.0 telah mengubah lanskap investasi secara drastis, salah satunya dengan munculnya mata uang kripto (*cryptocurrency*). Minat investor pemula, khususnya kalangan mahasiswa terhadap aset kripto meningkat signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert (1-5), jumlah sampel sebanyak 100 responden dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien determinasi (*R-Square*) sebesar 0,771, yang berarti 77,1% variasi keputusan investasi dapat dijelaskan oleh kelima variabel independen tersebut. Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, dan Media Sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto. Secara khusus, Keamanan Transaksi dan Persepsi Risiko menjadi faktor dominan. Implikasi dari penelitian ini menyarankan agar penyedia platform kripto meningkatkan fitur keamanan dan antarmuka pengguna, serta pentingnya edukasi pengetahuan keuangan yang terintegrasi dengan media sosial untuk membentuk perilaku investasi yang rasional di kalangan mahasiswa.

**Kata Kunci:** Keputusan Investasi, Aset Kripto, Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, Media Sosial.

## ABSTRACT

2432530059

Fajar Maulana

***THE INFLUENCE OF FINANCIAL KNOWLEDGE, TRANSACTION SECURITY, TRANSACTION CONVENIENCE, RISK PERCEPTION, AND SOCIAL MEDIA ON CRYPTOCURRENCY INVESTMENT DECISIONS (Survey of Students at Budi Luhur University, Jakarta, 2025)***

*(225 pages, 2026, 9 figures, 42 tables, 15 appendices)*

*The development of financial technology in the Industrial Revolution 4.0 era has drastically changed the investment landscape, one of which is the emergence of cryptocurrencies. The interest of novice investors, especially students, in crypto assets has increased significantly. This study aims to empirically test and analyze the influence of Financial Knowledge, Transaction Security, Ease of Transaction, Risk Perception, and Social Media on Crypto Asset Investment Decisions among students at Budi Luhur University. This study used a quantitative method. Data were collected through a Likert-scale questionnaire (1-5), with a sample size of 100 respondents, and analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method with the assistance of SmartPLS software. The analysis results showed a coefficient of determination (R-Square) of 0.771, meaning 77.1% of the variation in investment decisions can be explained by these five independent variables. The results of the hypothesis testing prove that Financial Knowledge, Transaction Security, Ease of Transaction, Risk Perception, and Social Media partially have a positive and significant effect on Crypto Asset Investment Decisions. Specifically, Transaction Security and Risk Perception are the dominant factors. The implications of this study suggest that crypto platform providers should improve security features and user interfaces, as well as the importance of financial education integrated with social media to shape rational investment behavior among students.*

**Keywords:** *Investment Decision, Cryptocurrency, Financial Knowledge, Transaction Security, Transaction Convenience, Risk Perception, Social Media.*

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Perolehan Gelar.....	ii
Persetujuan.....	iii
Lembar Pengesahan.....	iv
Lembar Pernyataan Orisinalitas dan Persetujuan Publikasi.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Abstraksi.....	viii
Abstract.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	17
1.3 Perumusan Masalah.....	18
1.4 Tujuan Penelitian.....	19
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.6 Sistematika Penulisan.....	20
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>23</b>
2.1 Landasan Teori.....	23
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour (TPB)</i> .....	23
2.1.2 <i>Behavioral Finance Theory</i> .....	24
2.1.3 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	26
2.1.4 <i>Keputusan Investasi aset kripto</i> .....	28
2.1.5 <i>Pengetahuan Keuangan</i> .....	31
2.1.6 <i>Keamanan Transaksi</i> .....	33
2.1.7 <i>Kemudahan Transaksi</i> .....	35
2.1.8 <i>Persepsi Risiko</i> .....	37

2.1.9	<i>Media Sosial</i> .....	39
2.2	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	40
2.2.1	<i>Hanif, et., al (2025)</i> .....	40
2.2.2	<i>Hayashi (2025)</i> .....	41
2.2.3	<i>Nilna Nura Millah (2025)</i> .....	41
2.2.4	<i>Khalik. et al. (2024)</i> .....	42
2.2.5	<i>Shahzad et al. (2022)</i> .....	43
2.2.6	<i>Yuanisari et al. (2024)</i> .....	44
2.2.7	<i>Suryani dan Amanah (2024)</i> .....	44
2.2.8	<i>Upreti (2024)</i> .....	45
2.2.9	<i>Rodpangtiam (2024)</i> .....	46
2.2.10	<i>Dewi (2024)</i> .....	47
2.3	Kerangka Teoritis.....	51
2.4	Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	53
2.4.1	<i>Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	53
2.4.2	<i>Pengaruh Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	56
2.4.3	<i>Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	58
2.4.4	<i>Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	60
2.4.5	<i>Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	62
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>65</b>
3.1	Tipe Penelitian.....	65
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	66
3.3	Populasi dan Sampel.....	66
3.3.1	<i>Populasi Penelitian</i> .....	66
3.3.2	<i>Sampel Penelitian</i> .....	67
3.4	Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	69
3.5	Model dan Diagram Penelitian.....	70

3.6	Operasionalisasi Variabel.....	72
3.7	Teknis Analisis Data.....	75
3.7.1	<i>Skala Data</i> .....	76
3.7.2	<i>Tahap Pengujian SmartPLS</i> .....	77
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>84</b>
4.1	Deskripsi Sampel Penelitian.....	84
4.2	Statistik Deskriptif.....	93
4.2.1	<i>Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	94
4.2.2	<i>Distribusi Jawaban Variabel Pengetahuan Keuangan</i> .....	95
4.2.3	<i>Distribusi Jawaban Variabel Keamanan Transaksi</i> .....	97
4.2.4	<i>Distribusi Jawaban Variabel Kemudahan Transaksi</i> .....	98
4.2.5	<i>Distribusi Jawaban Variabel Persepsi Risiko</i> .....	99
4.2.6	<i>Distribusi Jawaban Variabel Media Sosial</i> .....	101
4.3	Analisis Data.....	102
4.3.1	<i>Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)</i> .....	103
4.3.2	<i>Evaluasi Model Struktural (Inner Model)</i> .....	109
4.3.3	<i>Uji Kecocokan Model (Model Fit)</i> .....	111
4.3.4	<i>Uji Hipotesis</i> .....	111
4.4	Interpretasi Hasil Penelitian.....	115
4.4.1	<i>Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	115
4.4.2	<i>Pengaruh Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	119
4.4.3	<i>Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	123
4.4.4	<i>Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	127
4.4.5	<i>Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto</i> .....	130
4.4.6	<i>Konsistensi Hasil Penulis Dengan Penelitian Sebelumnya</i> .....	133
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>136</b>
5.1	Kesimpulan.....	136
5.2	Implikasi Hasil Penelitian.....	136

5.3 Keterbatasan Penelitian.....	138
5.4 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	139
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>141</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN.....</b>	<b>151</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Cryptocurrency .....	4
Tabel 2.1 Dimensi dan Indikator Keputusan Investasi .....	30
Tabel 2.2 Dimensi dan Indikator Pengetahuan Keuangan .....	33
Tabel 2.3 Dimensi dan Indikator Keamanan Transaksi .....	35
Tabel 2.4 Dimensi dan Indikator Kemudahan Transaksi .....	37
Tabel 2.5 Dimensi dan Indikator Persepsi Risiko .....	38
Tabel 2.6 Dimensi dan Indikator Media Sosial .....	40
Tabel 2.7 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	48
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Universitas Budi Luhur .....	67
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	72
Tabel 3.3 Uji Kecocokan Model (Model Fit) SmartPLS .....	79
Tabel 3.4 Model Pengukuran PLS .....	81
Tabel 4.1 Rekapitulasi Penyebaran Kuesioner .....	86
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	86
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Umur .....	87
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	87
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Mahasiswa/Tidak .....	88
Tabel 4.6 Identitas Responden Berdasarkan Mahasiswa Aktif UBL .....	88
Tabel 4.7 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan .....	89
Tabel 4.8 Identitas Responden Berdasarkan Kepemilikan Investasi .....	89
Tabel 4.9 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Investasi .....	90
Tabel 4.10 Identitas Responden Berdasarkan Sumber Investasi .....	90
Tabel 4.11 Identitas Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan Media Sosial .....	91
Tabel 4.12 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Media Sosial .....	92
Tabel 4.13 Identitas Responden Berdasarkan Kebiasaan Menabung .....	92
Tabel 4.14 Identitas Responden Berdasarkan Mengikuti Kelas Investasi .....	93
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Keputusan Investasi Aset Kripto .....	94
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Variabel Pengetahuan Keuangan .....	96
Tabel 4.17 Distribusi Jawaban Variabel Keamanan Transaksi .....	97
Tabel 4.18 Distribusi Jawaban Variabel Kemudahan Transaksi .....	98
Tabel 4.19 Distribusi Jawaban Variabel Persepsi Risiko .....	100
Tabel 4.20 Distribusi Jawaban Variabel Media Sosial .....	101
Tabel 4.21 <i>Convergent Validity</i> .....	104
Tabel 4.22 <i>Discriminant Validity</i> .....	105
Tabel 4.23 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	107
Tabel 4.24 <i>Composite Reliability</i> .....	108
Tabel 4.25 <i>Cronbach Alpha</i> .....	108
Tabel 4.26 <i>Hierarchical Component Model</i> .....	110

Tabel 4.27 Hasil Uji Kecocokan Model (Model Fit).....	111
Tabel 4.28 Uji Hipotesis Path Koefisien.....	112
Tabel 4.29 Rangkuman Hasil Uji T.....	115
Tabel 4.30 Konsistensi Hasil Penulis Dengan Penelitian Sebelumnya .....	134

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Technology Acceptance Model .....	26
Gambar 3.1 Diagram Jalur Penelitian .....	71
Gambar 4.1 Tampilan Output PLS Algorithm .....	103
Gambar 4.2 Output PLS Bootstrapping .....	112
Gambar 4.3 Grafik Pengetahuan Keuangan .....	118
Gambar 4.4 Grafik Keamanan Transaksi .....	121
Gambar 4.5 Grafik Kemudahan Transaksi .....	125
Gambar 4.6 Grafik Persepsi Risiko .....	129
Gambar 4.7 Grafik Media Sosial .....	132

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	151
Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden .....	157
Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner Variabel Pengetahuan Keuangan (X1) .....	175
Lampiran 4 Tabulasi Kuesioner Variabel Keamanan Transaksi (X2) .....	180
Lampiran 5 Tabulasi Kuesioner Variabel Kemudahan Transaksi (X3) .....	185
Lampiran 6 Tabulasi Kuesioner Variabel Persepsi Risiko (X4) .....	190
Lampiran 7 Tabulasi Kuesioner Variabel Media Sosial (X5) .....	195
Lampiran 8 Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Investasi Aset Kripto (Y) .....	200
Lampiran 9 Distribusi Frekuensi Jawaban Kuesioner .....	205
Lampiran 10 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian .....	212
Lampiran 11 Output SmartPLS (Path) .....	213
Lampiran 12 Output SmartPLS (T-Stat) .....	220
Lampiran 13 Surat Izin Penyebaran Kuesioner .....	224
Lampiran 14 Kartu Bimbingan .....	225
Lampiran 15 Riwayat Hidup .....	226

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia saat ini telah memasuki fase keempat revolusi industri, yang mengindikasikan bahwa teknologi informasi berbasis digital merupakan salah satu perusahaan yang paling cepat berkembang. Setiap individu saat ini memiliki kapasitas untuk menggunakan banyak keuntungan yang disediakan oleh ekspansi teknologi digital yang sedang berlangsung. Transformasi dalam teknologi informasi telah menghasilkan banyak kemajuan baru, termasuk akses publik yang lebih luas ke sektor keuangan. Saat ini, salah satu keuntungan yang tersedia untuk masyarakat umum ialah kemampuan untuk melakukan transaksi keuangan tanpa membayar biaya melalui penggunaan mata uang digital yang dikenal sebagai mata uang kripto. Dalam sepuluh tahun terakhir, perkembangan digital telah secara signifikan mengubah pola perilaku transaksi di kalangan agen ekonomi, termasuk dalam penggunaan mata uang. Salah satu bentuk uang digital yang muncul dalam konteks ini ialah mata uang kripto (Purwanto, 2022).

Dengan demikian, kita dapat melihat bahwa perubahan teknologi tidak hanya mempengaruhi cara kita berkomunikasi, tetapi juga cara kita bertransaksi dan mengelola keuangan. Inovasi-inovasi dalam dunia keuangan, seperti *cryptocurrency*, telah membuka peluang baru bagi masyarakat untuk melakukan transaksi dengan lebih efisien dan aman. Hal ini menunjukkan bahwa kita berada di tengah-tengah perubahan besar yang tidak hanya akan mempengaruhi ekonomi, tetapi juga cara hidup kita sehari-hari. Sebab itu, penting bagi setiap individu untuk memahami dan beradaptasi dengan perubahan ini untuk memaksimalkan potensi yang ada di era digital ini.

Transaksi dapat dilakukan dengan menggunakan mata uang kripto, yang mewakili semacam perdagangan online. Contoh mata uang kripto yang terkenal ialah *Bitcoin*, *Ethereum*, *Litecoin*, dan *Dogecoin*. Jutaan mata uang kripto beredar di seluruh dunia. Banyak negara melihat peningkatan popularitas *Bitcoin* sebagai

alternatif transaksi non-tunai, terutama untuk pengiriman uang internasional. Pada tahun 2020, dua belas negara memiliki populasi pemilik mata uang kripto yang cukup besar. Negara-negara tersebut termasuk Nigeria, Vietnam, Filipina, Turki, Peru, Swiss, Cina, Amerika Serikat, Jerman, dan Jepang. Di Nigeria, di mana individu menggunakan ponsel untuk transaksi komersial online, tingkat penggunaan *bitcoin* tertinggi tercatat sebesar 34 persen. Semakin banyak orang di Indonesia yang mengembangkan minat terhadap mata uang kripto sebagai instrumen keuangan.

Badan-badan internasional, seperti Bank Dunia dan Dana Moneter Internasional, telah membuat laporan mengenai mata uang kripto. Dalam sumber-sumber ini, “mata uang kripto” didefinisikan sebagai mata uang digital dan virtual. Bank Dunia, dalam catatan *Fintech No.1 (2017)*, mengklasifikasikan mata uang kripto sebagai jenis mata uang digital, yang dibedakan dari mata uang non-fiat atau mata uang kertas dengan tiga karakteristik unik.

Karakteristik dan ciri-ciri *Bitcoin* tidak memiliki kewajiban institusional, nilai intrinsik, atau aset dasar. Berikut ini ialah atribut utama mata uang kripto. Buku besar terdistribusi, yang tidak memiliki registri pusat, memfasilitasi transaksi mata uang kripto. Selain itu, institusi atau perantara tidak diperlukan untuk transaksi *peer-to-peer* yang menggunakan mata uang kripto. Untuk mencapai kesepakatan, mata uang kripto, yang merupakan bentuk uang digital, menggunakan enkripsi. Mata uang kripto diklasifikasikan sebagai mata uang virtual oleh Dana Moneter Internasional (IMF). Mata uang virtual ialah representasi digital dari nilai yang dibuat oleh entitas swasta dan direpresentasikan dalam unit akun yang berbeda. Mata uang virtual dapat diperoleh, disimpan, diakses, dan ditransmisikan secara elektronik untuk berbagai tujuan, asalkan pihak-pihak yang berpartisipasi menyetujui. Hal ini bergantung pada persetujuan dari pihak-pihak terkait.

Earns dan Young (2018) mendefinisikan mata uang kripto sebagai bentuk aset kripto yang digunakan dalam transaksi *peer-to-peer* sebagai pengganti mata uang fiat yang dikeluarkan pemerintah. Aset kripto ialah aset digital yang didokumentasikan dalam buku besar yang didistribusikan. Mata uang kripto

memiliki beberapa atribut, termasuk kurangnya kontrol terpusat, tidak adanya dukungan dari aset berwujud, penggunaan buku besar terdistribusi untuk pencatatan, dan keserbagunaan untuk berbagai aplikasi, seperti alat tukar dan sarana investasi.

Teknologi *Blockchain*, yang terdiri dari struktur data untuk buku besar terdistribusi, berfungsi sebagai dasar mata uang kripto. Kriptografi digunakan untuk mendokumentasikan dan menyinkronkan informasi di dalam *blockchain*, yang memfasilitasi penyimpanan dan transmisi data dalam blok yang saling terhubung secara digital. Data yang direkam tidak dapat diubah, sebab itu memungkinkan identifikasi pemilik mata uang kripto. Selain itu, mata uang kripto tidak dapat direplikasi. Terdapat perbedaan penting antara penyimpanan dan penggunaan uang tunai tradisional atau fiat dengan mata uang kripto. Dalam transaksi mata uang kripto, beberapa pihak terlibat, termasuk penerbit, penambang yang memvalidasi transaksi, bursa yang beroperasi sebagai perantara, dan pengguna mata uang virtual.

Mata uang kripto Dalam ranah teknologi keuangan, mata uang kripto, atau mata uang digital, telah muncul sebagai fenomena global. Mata uang digital ialah sejenis media kriptografi yang digunakan untuk transaksi online. Sejak tahun 2012, ketika harga satu *Bitcoin* mencapai Rp 45.000, telah terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah individu yang berinvestasi dalam mata uang kripto. Kenaikan substansial dalam nilainya terjadi pada April 2021, ketika nilainya mencapai Rp524 juta. Pada Mei 2021, nilainya mencapai Rp 900 juta, kemudian meningkat menjadi Rp 1 miliar. Karena perkembangan ini, konsumen harus waspada karena mengindikasikan risiko dan potensi keuntungan yang besar.

Pada tahun 2013, ketika mata uang kripto pertama kali diperkenalkan di Indonesia, hanya ada tiga “*exchanger*” untuk individu yang ingin melakukan transaksi *Bitcoin*. Sektor mata uang kripto di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dari waktu ke waktu. Bappebti sekarang mengakui 229 mata uang kripto yang berbeda dan telah mendaftarkan 13 entitas sebagai dealer aset kripto. Hingga Oktober 2021, sekitar 9,5 juta orang berinvestasi dalam aset kripto, menurut data Bappebti. Selain itu, nilai kumulatif transaksi investasi

mata uang kripto melebihi Rp 478,5 triliun pada Juli 2021, yang menandakan peningkatan hingga lima kali lipat. Transaksi harian di pasar mata uang kripto Indonesia rata-rata mencapai Rp1,7 triliun. *Bitcoin*, *Ethereum*, dan *Cardano* ialah mata uang kripto yang paling banyak digunakan di Indonesia, tetapi transaksi keuangan yang menggunakan mata uang kripto masih sangat kecil, hanya sekitar satu persen dari volume transaksi global. Penelitian dan Pengembangan Kompas, 2022. Paragraf berikut ini memberikan gambaran umum mengenai perkembangan mata uang kripto di Indonesia:

**Tabel 1.1 Perkembangan Cryptocurrency**

Tahun	Keterangan
2017	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Di Indonesia, aset bitcoin semakin populer dan diperdagangkan secara bebas tanpa pengawasan regulasi.</li> <li>• Bappebti melakukan penelitian terhadap perdagangan aset mata uang kripto di dalam Bursa Berjangka Indonesia.</li> </ul>
2018	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aset-aset mata uang kripto sekarang secara resmi ditetapkan sebagai komoditas dan dengan demikian tunduk pada yurisdiksi tunggal Bappebti.</li> <li>• Permendag 99/2018, yang diundangkan oleh pemerintah, membahas eksekusi perdagangan berjangka aset kripto.</li> <li>• Pendaftaran calon pedagang fisik aset kripto terdaftar di Bappebti.</li> </ul>
2019	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bappebti mengeluarkan serangkaian peraturan teknis mengenai perdagangan aset kripto di Indonesia.</li> <li>• Peningkatan kesadaran publik dan kerja sama dalam bidang perlindungan konsume.</li> <li>• Total ada 25 calon pedagang fisik aset kripto terdaftar di Bappebti.</li> </ul>
2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peningkatan peraturan Bappebti, berkonsentrasi pada aspek teknis perdagangan mata uang kripto di Indonesia, dengan edukasi dan penjangkauan peraturan.</li> </ul>

Tahun	Keterangan
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penetapan peraturan aset kripto yang dapat diperdagangkan.</li> <li>• Total nilai transaksi Rp 64,98 triliun.</li> </ul>
2021	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penyempurnaan peraturan Bappebti, terutama soal pengetahuan.</li> <li>• Total nilai transaksi Rp 859,45 triliun.</li> <li>• Jumlah pelanggan mencapai 11,2 juta.</li> </ul>
2022	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penambahan peraturan Bappebti, peningkatan pengetahuan peraturan, dan keterlibatan aktif dalam MER-FATF.</li> <li>• Kategorisasi peraturan dari 483 aset kripto yang diperdagangkan telah dimodifikasi.</li> <li>• Total nilai transaksi Rp 306,39 triliun.</li> <li>• Jumlah pelanggan 16,7 juta.</li> <li>• Pajak yang diberikan ke negara (Mei-Des 2022) tercatat Rp 246,5 miliar.</li> </ul>
2023	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Total nilai transaksi Rp 38,5 triliun.</li> <li>• Total pelanggan 17,4 juta.</li> <li>• Total pedagang fisik aset kripto terdaftar di Bappebti 28.</li> </ul>

Sumber: DDTC (2025).

Pada bulan Februari 2019, Indonesia secara resmi mengakui mata uang kripto sebagai komoditas dengan diberlakukannya Peraturan No. 5 Tahun 2019 oleh Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. Perkembangan mata uang kripto di Indonesia telah mencapai tonggak penting dengan diberlakukannya peraturan ini, yang mengatur perdagangan aset kripto di pasar berjangka. “Aset kripto” ialah komoditas digital tidak berwujud yang beroperasi menggunakan enkripsi, buku besar terdistribusi, dan jaringan *peer-to-peer* untuk menciptakan unit baru dan mengamankan transaksi tanpa partisipasi pihak ketiga.

Berdasarkan UU No. 10/2011, Bappebti telah mengklasifikasikan mata uang kripto sebagai komoditas tidak berwujud. Mata uang kripto diklasifikasikan di bawah kategori hak dan kepentingan lainnya. Menurut Peraturan Nomor 7 Tahun 2020, yang dikeluarkan oleh Bappebti pada tahun 2020, ada 229 jenis mata uang kripto yang diizinkan untuk diperdagangkan di Indonesia. Selain itu, Peraturan No. 8 Tahun 2021 menjelaskan pedoman untuk perdagangan fisik aset kripto. Rekomendasi ini menekankan lima topik penting, termasuk prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan kepentingan anggota bursa dalam memastikan penetapan harga yang transparan dan adil.

Untuk mencapai tujuan menetapkan harga yang transparan, memfasilitasi sarana serah terima fisik, dan berfungsi sebagai referensi harga di Bursa Berjangka, pengembangan pasar fisik untuk aset kripto sedang diupayakan secara bersamaan. Klien dari aset mata uang kripto diberikan kepastian hukum dan perlindungan dalam konteks ini. Pasar ini diharapkan dapat memfasilitasi inovasi dan ekspansi bagi perusahaan yang bergerak di bidang aset kripto. Bappebti mengamanatkan bahwa aset kripto yang memenuhi syarat untuk diperdagangkan harus memenuhi tiga kriteria: harus diklasifikasikan sebagai aset kripto beragun aset (*utility*), menggunakan teknologi buku besar, dan telah melalui evaluasi dengan menggunakan Proses Hirarki Analitik (*Analytical Hierarchy Process/AHP*) yang ditetapkan oleh Bappebti. Dalam kajian AHP, pelaku pasar harus mempertimbangkan kapasitas pasar dan keterlibatan mereka dalam operasi pertukaran aset *Cryptocurrency* global.

Di Indonesia, adopsi aset kripto meningkat seiring dengan kemajuan teknologi finansial, penetrasi internet, dan popularitas *platform* perdagangan aset digital. Penggunaan media sosial dan peran influencer finansial juga memperkuat arus informasi yang mempengaruhi perilaku investasi, khususnya pada kelompok usia muda seperti mahasiswa. Literatur internasional dan lokal terakhir (2021–2025) menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan penggunaan *platform*, persepsi risiko, serta

influeni media sosial merupakan determinan penting dalam keputusan investasi aset kripto.

Pengetahuan keuangan ialah faktor yang mempengaruhi niat seseorang untuk terlibat dalam mata uang kripto. Pengetahuan keuangan mencerminkan pemahaman individu tentang manajemen keuangan yang sukses, yang berdampak pada pengambilan keputusan keuangan mereka. Individu dengan tingkat pengetahuan yang tinggi lebih mahir dalam menavigasi pasar dan membuat keputusan yang tepat, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kemampuan mereka untuk mengatasi krisis keuangan. Tingkat pengetahuan keuangan yang rendah dapat meningkatkan kemungkinan menghadapi kesulitan dalam pengelolaan keuangan. Tingkat pengetahuan keuangan sangat penting karena memberikan peluang untuk investasi, sehingga mengurangi kesulitan keuangan dan meningkatkan kesejahteraan. Kecenderungan untuk berinvestasi dalam mata uang digital, sehingga mengurangi risiko, berkorelasi positif dengan pengetahuan keuangan, sehingga memperkuat hubungan ini. Pengetahuan keuangan meningkatkan kapasitas konsumen untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko yang terkait dengan investasi, terutama mengingat volatilitas mata uang kripto yang signifikan. Pengetahuan keuangan ialah komponen penting untuk mempertahankan stabilitas ekonomi makro di negara-negara modern. Penelitian menunjukkan bahwa individu dengan ketajaman finansial lebih memilih untuk menghindari investasi dalam mata uang kripto karena kesadaran mereka yang tinggi akan risiko yang terkait. Terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian mengenai pengaruh pengetahuan keuangan terhadap keputusan investasi kripto. Sebagian studi menemukan bahwa literasi keuangan yang tinggi mendorong keputusan investasi yang lebih rasional dan terukur (Lieanto & Kohardinata, 2025). Namun, penelitian lain justru menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan yang tinggi terkadang tidak berbanding lurus dengan perilaku investasi di pasar kripto yang spekulatif, karena adanya bias *overconfidence* yang membuat investor merasa lebih tahu dari kondisi pasar sebenarnya (Adil et al., 2022). Kesenjangan ini menunjukkan perlunya pengujian ulang, terutama pada kelompok mahasiswa

yang memiliki akses informasi tinggi namun belum tentu memiliki kematangan finansial.

Penelitian sebelumnya banyak menunjukkan bahwa literasi atau pengetahuan keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto, namun masih terdapat gap terkait konteks mahasiswa sebagai kelompok spesifik dan jenis literasi yang dibutuhkan. Misalnya, studi di Indonesia dan Jawa Timur menemukan literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi kripto, namun belum banyak mengeksplor depth pemahaman konten kripto (mis. risiko digital, mekanisme blockchain) yang dimiliki mahasiswa serta bagaimana kualitas pengetahuan ini memoderasi perilaku investasi mereka dalam konteks kripto yang sangat volatil. Selain itu, kombinasi pengetahuan keuangan dengan faktor lain seperti pengalaman atau platform digital masih jarang dianalisis pada populasi mahasiswa. Sehingga riset gap pada variabel ini adalah kurangnya penelitian yang fokus pada tingkat dan kualitas pengetahuan keuangan kripto di kalangan mahasiswa serta bagaimana aspek penguasaan teknologi finansial digital secara spesifik mempengaruhi keputusan investasi aset kripto.

Fenomena global penggunaan mata uang kripto di era digital tetap menjadi topik yang menarik untuk diselidiki, terutama mengenai implikasinya terhadap pilihan investasi. Peraturan mengenai mata uang kripto dibuat oleh Bappebti, sebuah divisi dari Kementerian Perdagangan Indonesia, untuk mengizinkan perdagangan aset kripto sebagai komoditas. Studi-studi terkini mengindikasikan bahwa hubungan antara pengetahuan keuangan dengan kepemilikan kripto tidak selalu linier dan dapat dipengaruhi oleh faktor perilaku lainnya. Selain itu, keamanan *platform* dan kepercayaan pengguna menjadi penentu penting, sementara kemudahan transaksi (*perceived ease of use*) berperan dalam adopsi teknologi finansial (TAM). Sumber-sumber utama yang mendukung pernyataan ini termasuk studi empiris dan ulasan literatur pada periode 2021–2025. (Hayashi, 2025; Shahzad et al., 2024).

Keamanan transaksi merupakan salah satu faktor paling krusial yang memengaruhi keputusan seseorang untuk berinvestasi dalam aset kripto. Karena

aset kripto bersifat digital dan tidak memiliki bentuk fisik, investor sangat mengandalkan keamanan sistem dan *platform* untuk melindungi aset serta data pribadi mereka. Keamanan transaksi mencakup perlindungan data melalui enkripsi, keamanan akun dengan *two-factor authentication* (2FA), keamanan *blockchain*, perlindungan dari peretasan *platform exchange*, serta keamanan dompet digital baik *hot wallet* maupun *cold wallet*. Ketika investor merasakan bahwa *platform* menyediakan sistem keamanan yang kuat, tingkat kepercayaan mereka akan meningkat secara signifikan. Chen dan Chiang (2023) menyatakan bahwa *perceived transaction security* secara langsung membentuk kepercayaan pengguna terhadap *platform* aset kripto, dan kepercayaan tersebut memengaruhi keputusan investasi. Mereka menegaskan bahwa semakin aman suatu *platform*, semakin tinggi probabilitas investor untuk melakukan transaksi dan memutuskan untuk berinvestasi. Meskipun teknologi blockchain secara teoritis menawarkan keamanan tinggi, persepsi investor terhadap keamanan transaksi masih menunjukkan perdebatan empiris. Beberapa peneliti menemukan bahwa jaminan keamanan dan perlindungan data pribadi menjadi determinan utama dalam meningkatkan kepercayaan untuk berinvestasi (Nadeem et al., 2021). Sebaliknya, studi terbaru menyebutkan bahwa faktor keamanan sering kali dikesampingkan oleh investor muda demi mengejar keuntungan cepat (*high return*), sehingga keamanan transaksi tidak selalu menjadi pertimbangan utama dalam keputusan akhir mereka (Jurnal IBIK, 2024).

Selain membangun kepercayaan, keamanan transaksi juga berperan besar dalam mengurangi risiko yang dipersepsikan oleh investor. Aset kripto seringkali dianggap berisiko tinggi karena tingginya insiden peretasan, pencurian *private key*, serta lemahnya pengawasan regulasi. *Platform* yang menerapkan fitur keamanan berlapis seperti *biometric login*, *cold storage system*, dan *advanced fraud detection* mampu mengurangi kekhawatiran investor terkait risiko kejahatan siber. Penelitian Gümüs dan Çelik (2024) menemukan bahwa tingkat keamanan *platform* kripto berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat investasi, karena investor merasa lebih terlindungi dari ancaman *cybercrime*. Ketika risiko

yang dipersepsikan menurun, investor lebih berani menempatkan modal mereka ke dalam aset digital.

Keamanan transaksi juga memengaruhi keputusan investor dalam memilih *platform*, menentukan jenis dompet digital, dan memutuskan jumlah dana yang akan diinvestasikan. Venter dan Michelsen (2022) menjelaskan bahwa *perceived system security* merupakan faktor penting yang membentuk preferensi investor terhadap platform kripto tertentu. *Platform* yang terbukti aman cenderung lebih dipercaya dan dipilih oleh investor, sehingga berdampak pada peningkatan frekuensi transaksi dan jumlah dana yang ditanamkan. Dalam konteks empiris di Indonesia, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang konsisten. Studi Mulatsih dan Rosyid (2024) menemukan bahwa keamanan transaksi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi *crypto* investor muda di Indonesia. Penelitian lain oleh Candra dan Abdullah (2023) juga menunjukkan bahwa keamanan platform merupakan salah satu variabel dominan dalam membentuk minat investasi *cryptocurrency* di kalangan masyarakat Indonesia. Selain itu, Rijanto dan Utami (2024) menegaskan bahwa keamanan finansial digital menjadi pendorong utama kepercayaan dan keputusan investasi, terutama pada investor yang masih belajar memahami risiko teknologi digital.

Secara keseluruhan, keamanan transaksi memengaruhi keputusan investasi aset kripto melalui tiga mekanisme utama, yaitu meningkatkan kepercayaan pengguna, menurunkan tingkat risiko yang dipersepsikan, dan memengaruhi keputusan pemilihan *platform* serta jumlah dana yang diinvestasikan. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat keamanan yang ditawarkan oleh suatu *platform* atau sistem aset kripto, semakin besar kemungkinan investor untuk memutuskan berinvestasi. Temuan ini sejalan dengan literatur terbaru yang menekankan bahwa keamanan merupakan fondasi utama dalam lingkungan investasi digital yang penuh ketidakpastian. Berdasarkan uraian di atas, riset gap pada variabel ini adalah belum banyak penelitian yang tepat mengukur variabel keamanan transaksi secara komprehensif untuk aset kripto

(mis. persepsi keamanan platform, proteksi data, pengalaman keamanan sebelumnya) khususnya pada sampel mahasiswa atau investor muda.

Kemudahan transaksi merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan individu dalam berinvestasi pada aset kripto. Dalam konteks investasi digital, kemudahan transaksi merujuk pada sejauh mana investor merasa bahwa proses pembelian, penjualan, penyimpanan, dan transfer aset kripto dapat dilakukan dengan cepat, sederhana, dan tanpa hambatan teknis. Ketika *platform* investasi memiliki antarmuka yang *user-friendly*, proses registrasi yang mudah, biaya transaksi yang transparan, serta kemudahan melakukan deposit atau penarikan dana, investor akan merasakan nilai tambah yang signifikan sehingga meningkatkan minat mereka untuk bertransaksi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ryu (2022), *perceived transaction ease* berperan penting dalam meningkatkan *behavioral intention* pengguna *platform* kripto, karena semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kecenderungan investor untuk melakukan transaksi secara berulang. Gap penelitian pada variabel kemudahan transaksi terletak pada peran moderasi teknologi. Temuan terdahulu menunjukkan bahwa kemudahan akses melalui platform digital secara signifikan meningkatkan minat investasi mahasiswa (Setyaningrum & Wiyatur, 2025). Akan tetapi, terdapat argumen bahwa kemudahan transaksi tanpa disertai literasi digital yang memadai justru dapat memicu perilaku investasi yang impulsif dan tidak terencana (Aminin, 2024). Fokus pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025 menjadi relevan untuk melihat apakah kemudahan ini lebih bersifat mendukung atau justru menjerumuskan investor pemula.

Selain itu, kemudahan transaksi juga berhubungan dengan persepsi kenyamanan dan efisiensi waktu, yang menjadi pertimbangan utama bagi investor muda dan investor pemula. Mereka cenderung memilih platform yang menyediakan proses transaksi instan, panduan penggunaan yang jelas, serta dukungan layanan pelanggan yang responsif. Penelitian oleh Awais et al. (2023) menyatakan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh langsung terhadap minat investasi di instrumen digital, termasuk *cryptocurrency*, karena pengguna

merasa lebih percaya diri dalam mengelola investasinya ketika *platform* tidak rumit. Bahkan, penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemudahan transaksi dapat mengurangi hambatan psikologis seperti rasa takut salah, rasa tidak yakin, dan kebingungan dalam memahami fitur-fitur *platform*.

Penelitian di Indonesia juga mendukung temuan tersebut. Menurut Rosyid, Immawati, dan Mulatsih (2024), kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi *cryptocurrency*, terutama di kalangan investor muda di wilayah perkotaan. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa investor cenderung memilih *platform* kripto yang menawarkan proses transaksi cepat tanpa persyaratan berbelit-belit, karena hal ini menciptakan pengalaman investasi yang lebih menyenangkan dan efisien. Temuan serupa disampaikan oleh Febrianti dan Bakhtiar (2023), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi investasi digital menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan investasi mahasiswa, terutama ketika mereka baru memasuki dunia kripto dan masih membutuhkan proses transaksi yang sederhana.

Secara keseluruhan, kemudahan transaksi memengaruhi keputusan investasi aset kripto melalui peningkatan persepsi kenyamanan, efisiensi waktu, kepercayaan dalam penggunaan teknologi, dan pengurangan hambatan psikologis. Semakin mudah suatu *platform* kripto digunakan, semakin tinggi kemungkinan seseorang untuk memutuskan berinvestasi dan melakukan transaksi secara berkelanjutan. Dalam lingkungan investasi digital yang kompetitif, kemudahan transaksi bukan hanya fitur tambahan, tetapi menjadi faktor determinan dalam membentuk keputusan investor. Berdasarkan uraian di atas, riset gap terkait variabel ini adalah Kekurangan penelitian yang menganalisis dimensi kemudahan transaksi secara holistik (termasuk user experience, kecepatan, biaya, dan integrasi dengan sistem pembayaran) pada keputusan investasi kripto generasi muda.

Persepsi risiko merupakan salah satu faktor paling penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk berinvestasi pada aset kripto,

mengingat sifat *cryptocurrency* yang sangat volatil, tidak diatur oleh lembaga keuangan formal, serta rawan terhadap kejahatan siber. Persepsi risiko merujuk pada sejauh mana individu menilai potensi kerugian dalam aktivitas investasi, dan penilaian ini sangat memengaruhi kemauan mereka untuk berinvestasi. Dalam konteks aset kripto, investor biasanya menilai risiko dalam hal fluktuasi harga yang ekstrem, ketidakpastian regulasi, risiko keamanan digital seperti peretasan, dan potensi kehilangan aset jika terjadi kesalahan teknis. Ketika persepsi risiko tinggi, investor cenderung menahan diri atau mengurangi porsi investasinya. Sebaliknya, persepsi risiko yang rendah dapat meningkatkan keberanian investor untuk masuk ke pasar kripto. Menurut Naeem dan Farid (2023), *perceived risk* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap keputusan investasi kripto; semakin tinggi risiko yang dipersepsikan, semakin rendah minat investor untuk melakukan investasi. Persepsi risiko memiliki hasil yang kontradiktif dalam literatur terkini. Standar teori finance menyebutkan bahwa semakin tinggi persepsi risiko, maka semakin rendah keinginan untuk berinvestasi. Namun, dalam konteks aset kripto, beberapa studi menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan investasi, di mana investor justru merasa tertantang oleh volatilitas ekstrem (Jayadi, 2025; Akmen, 2024). Perbedaan hasil ini menciptakan celah penelitian untuk mengidentifikasi apakah mahasiswa cenderung menghindari risiko atau justru bersifat risk-seeking dalam pasar aset kripto. Pengaruh media sosial sering kali dikaitkan dengan fenomena Fear of Missing Out (FOMO). Meskipun banyak studi mengonfirmasi bahwa informasi di media sosial memperkuat keputusan investasi (Gunawan et al., 2025), penelitian lain mengungkapkan bahwa frekuensi akses media sosial tidak secara otomatis berpengaruh signifikan jika informasi tersebut dianggap tidak kredibel oleh calon investor (UGM Repository, 2025). Adanya perbedaan antara "kuantitas informasi" dan "kualitas informasi" di media sosial memberikan ruang bagi penelitian ini untuk mendalami bagaimana media sosial memengaruhi mahasiswa secara spesifik.

Selain itu, persepsi risiko juga berkaitan erat dengan kompetensi finansial dan pengalaman investor. Investor yang memiliki pemahaman lebih baik tentang teknologi *blockchain* atau pernah bertransaksi aset digital cenderung menilai risiko lebih rasional, sehingga mereka lebih siap menghadapi volatilitas pasar. Penelitian oleh Huynh (2022) menunjukkan bahwa investor pemula cenderung memiliki persepsi risiko yang lebih tinggi dibanding investor berpengalaman karena kurangnya informasi mendalam mengenai cara kerja aset digital. Hal ini berdampak pada keputusan investasi yang lebih berhati-hati. Dalam beberapa kasus, persepsi risiko menimbulkan ketakutan atau kekhawatiran yang berlebihan sehingga menghambat investasi, terutama ketika berita negatif tentang kripto marak diberitakan di media.

Penelitian terbaru di Indonesia menunjukkan bahwa persepsi risiko merupakan faktor penentu dalam keputusan investasi mahasiswa dan investor muda. Studi oleh Fitria dan Sakti (2023) menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency* pada mahasiswa, di mana tingginya kekhawatiran terhadap volatilitas harga dan keamanan digital menjadi penghambat utama. Hal serupa diungkapkan oleh Rosyid, Immawati, dan Mulatsih (2024), yang menyatakan bahwa persepsi risiko memediasi hubungan antara keamanan transaksi dan keputusan investasi; semakin rendah risiko yang dirasakan investor, semakin besar peluang mereka untuk berinvestasi dalam aset digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persepsi risiko berperan sebagai hambatan psikologis yang kuat dalam keputusan investasi kripto. Ketika risiko dianggap rendah karena informasi yang memadai, adanya regulasi yang jelas, atau *platform* yang aman, maka investor cenderung lebih percaya diri untuk menempatkan dana pada aset kripto.

Secara keseluruhan, persepsi risiko memengaruhi keputusan investasi aset kripto melalui proses penilaian subjektif investor terhadap potensi kerugian dan ketidakpastian pasar. Persepsi risiko yang tinggi menurunkan minat dan keberanian investasi, sedangkan persepsi risiko yang rendah atau terkendali meningkatkan kesediaan investor untuk berpartisipasi di pasar kripto. Oleh karena

itu, keberhasilan *platform* kripto dalam mengurangi persepsi risiko melalui edukasi, transparansi, dan peningkatan keamanan dapat berkontribusi langsung terhadap meningkatnya keputusan investasi pengguna. Berdasarkan uraian diatas, riset gap terkait variabel ini adalah Belum banyak studi yang mengurai komponen persepsi risiko secara detail dalam konteks aset kripto, khususnya membedakan berbagai jenis risiko yang relevan bagi investor mahasiswa.

Media sosial telah menjadi salah satu saluran dominan dalam membentuk persepsi, sikap, dan keputusan investasi, termasuk di pasar aset kripto. Bagi banyak investor, terutama generasi muda dan investor ritel, *platform* seperti Instagram, YouTube, TikTok, Twitter/X, maupun komunitas online berperan sebagai sumber utama informasi tentang kripto dari potensi keuntungan, tren token / *altcoin*, hingga rekomendasi investasi. Ketika *influencer*, analis, atau pengguna biasa memposting konten mengenai keberhasilan investasi, potensi *return* tinggi, atau kisah sukses, hal ini dapat mempengaruhi persepsi bahwa kripto adalah kesempatan “cepat kaya” atau investasi menguntungkan. Studi oleh Amran, Adrianto & Hamidi (2025) menemukan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan investasi kripto Mahasiswa Universitas Budi Luhur di Jakarta, karena media sosial meningkatkan *exposure* terhadap informasi dan analisis aset kripto sehingga memperbesar probabilitas investor untuk memilih kripto sebagai instrumen investasi (Amran, et al, 2025).

Lebih jauh lagi, konten dari *influencer* atau “*fin-fluencer*” di media sosial sering memiliki pengaruh besar terhadap keputusan investasi. Penelitian pada konteks Indonesia menunjukkan bahwa *personal branding* dan kredibilitas *influencer* secara signifikan memengaruhi kepercayaan konsumen dan keputusan investasi *crypto*. Ketika seorang *influencer* dianggap kredibel, rekomendasi atau ulasan mereka mengenai proyek kripto sangat mungkin diikuti oleh pengikutnya terutama mereka yang belum punya banyak pengalaman atau pengetahuan keuangan mendalam (Firmansa dan Huda, 2025).

Efek media sosial terhadap keputusan investasi kripto tidak hanya melalui rekomendasi *influencer*, tetapi juga melalui mekanisme psikologis seperti efek sosial (*social proof*), kelompok komunitas, dan rasa takut ketinggalan (FOMO — *Fear of Missing Out*). Sebagai contoh, penelitian di Universitas Negeri Jakarta menunjukkan bahwa akses informasi dari media sosial dan aktivitas *influencer* meningkatkan FOMO, dan FOMO itu sendiri memediasi pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto pada Mahasiswa (Sinaga dan Usman, 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk rasa urgensi dan tekanan sosial investor bisa terdorong membeli kripto karena “teman semua beli”, “semua ramai ngomong ini naik”, atau “jangan sampai ketinggalan”. Ketergantungan pada media sosial dalam pengambilan keputusan juga membawa aspek psikologis dan *behavioral finance*. Karena kripto sangat dipengaruhi sentimen, *hype*, dan ekspektasi keuntungan yang besar, investor sering kali membuat keputusan investasi berdasarkan informasi publik, opini *influencer*, atau desakan komunitas, bukan analisis fundamental atau rasional. Dalam kondisi seperti ini, keputusan investasi lebih banyak dipicu oleh persepsi yang dibentuk oleh media sosial, bukan evaluasi risiko–*return* secara objektif. Hal ini membuat keputusan investasi bisa cepat naik tetapi juga berisiko tinggi. Studi Rijanto & Utami (2024) menegaskan bahwa penggunaan *fintech* serta *influencer* media sosial berpengaruh positif terhadap keputusan investasi kripto, meskipun pengetahuan keuangan tidak selalu memperkuat pengaruh tersebut, artinya media sosial bisa mendominasi keputusan, bahkan tanpa pemahaman mendalam (Rijanto dan Utami, 2024).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa media sosial melalui informasi, *influencer*, komunitas, dan efek sosial memainkan peranan penting dalam mempengaruhi keputusan investasi aset kripto. Media sosial mempermudah akses informasi, memperluas jaringan investor, dan menciptakan “kesadaran peluang” yang mungkin tidak muncul jika hanya mengandalkan saluran tradisional. Namun, pengaruh ini juga rentan terhadap bias, *overoptimisme*, dan pengambilan

keputusan yang kurang rasional jika investor tidak dibekali pengetahuan keuangan memadai. Berdasarkan uraian diatas, riset gap terkait variabel ini adalah Kebutuhan studi yang mengukur dampak media sosial secara kuantitatif dan komparatif pada keputusan investasi aset kripto di berbagai platform serta membedakan antara efek edukasi dan efek bias (mis. FOMO, hype, hoaks) dalam konteks mahasiswa.

Mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta dipilih sebagai responden dalam penelitian ini karena kelompok mahasiswa merupakan salah satu segmen masyarakat yang paling aktif dalam memanfaatkan teknologi digital dan mengikuti perkembangan investasi berbasis teknologi, termasuk aset kripto. Sebagai institusi perguruan tinggi yang memiliki berbagai program studi di bidang ekonomi, bisnis, teknologi informasi, dan komunikasi, Universitas Budi Luhur memiliki karakter mahasiswa yang relatif melek digital (*digital native*) serta memiliki akses dan paparan tinggi terhadap informasi terkait keuangan modern, keamanan digital, dan tren investasi yang tersebar luas melalui media sosial. Selain itu, mahasiswa di lingkungan kampus ini berada dalam fase pembentukan perilaku finansial dan pengambilan keputusan ekonomi, sehingga sangat relevan untuk mengkaji bagaimana pengetahuan keuangan, persepsi risiko, kemudahan transaksi, keamanan *platform*, dan pengaruh media sosial memengaruhi minat maupun keputusan mereka dalam berinvestasi aset kripto. Pemilihan lokasi di Universitas Budi Luhur Jakarta juga didukung oleh kondisi geografis kampus yang berada di wilayah urban dengan penetrasi teknologi tinggi, sehingga mahasiswa memiliki peluang besar untuk terlibat dalam investasi digital. Dengan demikian, penggunaan mahasiswa Universitas Budi Luhur sebagai sampel memberikan relevansi empiris dan kesesuaian karakteristik populasi terhadap fenomena investasi aset kripto yang menjadi fokus penelitian ini.

## **1.2 Pembatasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025. Variabel yang diteliti meliputi Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi,

Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, Media Sosial, dan Keputusan Investasi. Penelitian menggunakan metode kuantitatif survei *cross-sectional* dengan kuesioner skala *Likert*. Penelitian tidak mengukur nilai moneter portofolio responden secara rinci dan tidak melakukan analisis longitudinal.

1. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Investasi Aset Kripto
2. Variabel independen dalam penelitian ini mencakup Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko dan Media Sosial
3. Responden penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta Tahun 2025
4. Periode penelitian ini dilakukan selama 4 (empat) bulan yaitu periode September 2025 sampai dengan Desember 2025.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan keuangan mempengaruhi keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025?
2. Apakah keamanan transaksi mempengaruhi keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025?
3. Apakah kemudahan transaksi mempengaruhi keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025?
4. Apakah persepsi risiko mempengaruhi keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025?
5. Apakah media sosial mempengaruhi keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta Tahun 2025. Secara khusus penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh pengetahuan keuangan terhadap keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025?
2. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh keamanan transaksi terhadap keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025?
3. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh kemudahan transaksi terhadap keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025?
4. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh persepsi risiko terhadap keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025?
5. Untuk menguji dan menganalisis secara empiris pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur tahun 2025?

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dalam menganalisis mengenai pengaruh pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko dan media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto. Berikut adalah manfaat yang diharapkan tercapai pada penelitian ini:

1. Manfaat teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan bukti empiris tentang pengaruh pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko dan media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto dalam hubungannya dengan teori yang digunakan pada penelitian ini.
  - b. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko dan media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto.
2. Manfaat Praktis
- a. Hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pihak universitas dalam penyusunan program pengetahuan keuangan, serta bagi penyelenggara *platform* kripto dalam meningkatkan aspek keamanan.
  - b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi bagi mahasiswa mengenai faktor-faktor keputusan investasi aset kripto.
  - c. Penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi para mahasiswa dalam meningkatkan pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko atas keputusan investasi aset kripto.
  - d. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi regulator untuk merancang kebijakan perlindungan investor ritel muda dan pencegahan penipuan di media sosial.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika Penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai isi materi pada skripsi ini. Adapun sistematika dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi 5 (lima) bab dengan penyajian sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup pendahuluan atas latar belakang penelitian, yang memberikan informasi keinginan penulis untuk meneliti permasalahan. Pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan untuk menjelaskan struktur penelitian skripsi yang dilakukan dari bab 1 (satu) sampai dengan bab 5 (lima).

## **BAB II            TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan landasan teori dan pengertian-pengertian dasar yang akan dipergunakan oleh penulis untuk memecahkan masalah. Selain itu, bab ini juga mengkaji tentang landasan yaitu: *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Behavioral Finance Theory*, *Technology Acceptance Model (TAM)* dan definisi, dimensi dan indikator masing-masing variabel pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, media sosial, dan keputusan investasi aset kripto. Hasil penelitian sebelumnya, pengembangan kerangka pemikiran, dan pemaparan hipotesa topik-topik yang akan dibahas.

## **BAB III           METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum dan deskripsi subjek penelitian yang diteliti. Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian, periode penelitian, penentuan populasi dan sampel, objek penelitian, model penelitian, operasional variabel-variabel serta teknik pengujian data. Populasi dan sampel penelitian berisikan Mahasiswa Universitas Budi Luhur Jakarta dan hasil dari teknik sampling yang digunakan. Lokasi penelitian, berisikan tempat dan letak dimana penelitian dilakukan. operasional variabel, yang berisikan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

## **BAB IV            HASIL PENELITIAN**

Dalam bab ini menguraikan tentang hasil dari penelitian melalui tahap-tahap pengujian PLS yaitu merancang model pengukuran (*outer model*), uji yang dilakukan pada *outer model* meliputi *convergent validity*, *discriminant validity*, *average variance extracted (AVE)*, *composite reliability*, dan *crobach alpha*. Selanjutnya ada merancang model *structural (Inner Model)*, parameter pengukuran *inner model* meliputi koefisien determinasi (Uji R<sup>2</sup>), dan koefisien *path* atau *t-values*. Uji kecocokan Model (*model fit*) yang terdiri dari *Standard Root Mean Square Residual (SRMR)*, *Normed Fit Index (NFI)*, dan *Rms\_Theta*. Evaluasi kecocokan model yaitu pengukuran dapat dilakukan apabila uji kecocokan model secara keseluruhan telah selesai, meliputi uji kecocokan *Convergent validity*, *Discriminant validity*, *Coefficient of determinan (R<sup>2</sup>)*, *Size and significance of path coefficients*, dan *Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)*.

## **BAB V            PENUTUP**

Bab ini memuat kesimpulan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasi aset kripto.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

Landasan teori berisi uraian tentang dasar-dasar teori yang dipakai dan variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang mencakup definisi dan pengukuran setiap variabel, serta sebagai kerangka dasar yang menjelaskan dan mendukung setiap fenomena. Teori dan konsep tentang variabel yang berhubungan dengan keputusan investasi aset kripto adalah *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dan *Behavioral Finance Theory*, serta konsep tentang pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan media sosial

##### **2.1.1 *Theory of Planned Behaviour* (TPB)**

Perilaku investasi aset kripto di kalangan mahasiswa menjadi perhatian utama dalam literatur kontemporer, terutama seiring berkembangnya teknologi digital yang secara fundamental mengubah pola pengambilan keputusan keuangan individu. *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dirumuskan oleh Ajzen (1991) banyak diaplikasikan dalam studi perilaku keuangan untuk memetakan faktor psikologis, sosial, dan kontekstual yang memengaruhi niat serta tindakan investasi. Dalam kerangka TPB, sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku saling berinteraksi dan secara komprehensif dapat digunakan untuk memprediksi intensi keputusan investasi pada generasi muda, termasuk mahasiswa (Ajzen, 1991; Białowolski, 2019).

Alasan digunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) karena ketiga elemen utama yaitu sikap individu terhadap suatu perilaku, norma subjektif yang merefleksikan tekanan sosial dari lingkungan sekitar, dan persepsi terhadap kontrol atas perilaku memiliki keterkaitan erat serta membentuk suatu sistem yang saling mempengaruhi. Interaksi antara ketiga komponen ini memungkinkan para peneliti untuk secara menyeluruh memprediksi niat seorang individu dalam

mengambil keputusan investasi, khususnya di kalangan generasi muda seperti mahasiswa. Dengan demikian, *framework* TPB memberikan landasan yang kokoh untuk memahami dan memodelkan determinan utama yang mendasari terbentuknya intensi serta perilaku investasi pada populasi tersebut. Sehingga perilaku investasi aset kripto mahasiswa sangat dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan media sosial. Kerangka psikologis TPB dan teori *behavioral finance* memberikan fondasi yang kokoh untuk menganalisis faktor-faktor ini secara sistematis dan kontekstual dalam konteks transformasi digital ekonomi global dan nasional. Studi internasional seperti yang dilakukan oleh Lusardi dan Mitchell (2017), Grohmann et al. (2018), Bianchi et al. (2021), dan Nofsinger dan Varma (2014) memperkuat urgensi integrasi pendekatan perilaku dengan kebijakan edukasi dan regulasi dalam membangun ekosistem investasi yang sehat bagi generasi muda di negara berkembang.

### **2.1.2 Behavioral Finance Theory**

*Behavioral finance* (perilaku keuangan) merupakan teori yang menggabungkan aspek psikologis dengan perilaku keuangan untuk memahami bagaimana individu membuat keputusan keuangan, khususnya dalam konteks investasi. Teori ini dikembangkan oleh para ekonom dan psikolog, salah satunya adalah Robert Shiller (2017), yang menyatakan bahwa keputusan investasi tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional dan objektif, melainkan sangat dipengaruhi oleh emosi, bias kognitif, dan faktor sosial. *Behavioral finance* memiliki fokus kepada individu yang tidak rasional dan mengarah pada keputusan investasi yang tidak optimal, dan mengabaikan analisis rasional berdasarkan data yang tersedia.

*Behavioral finance* menekankan bahwa keputusan investasi tidak hanya rasional, namun juga dipengaruhi bias kognitif dan emosi (Barberis, 2018). Konteks negara berkembang memperkuat peran faktor ini karena tingkat

pengetahuan keuangan masih rendah dan akses informasi tidak merata (Bianchi, 2021; Lusardi dan Mitchell, 2017).

Pompian. M. (2012) menjelaskan bahwa *behavioral finance* adalah tentang memahami bagaimana individu membuat sebuah keputusan dan membaginya menjadi dua cabang utama, yaitu: 1) *Behavioral Finance Micro (BFMI)* yang menganalisis perilaku atau bias yang dimiliki investor yang membedakan antara pelaku rasional dalam teori ekonomi klasik. 2) *Behavioral Finance Macro (BFMA)* yang mengidentifikasi dan menjelaskan anomali yang terjadi di pasar dengan mempertimbangkan faktor sosial dan psikologis.

Alasan digunakannya *Behavioral Finance Theory* dalam penelitian ini adalah *behavioral finance* merupakan bidang interdisipliner yang memadukan psikologi, keuangan, dan ekonomi untuk memahami bagaimana bias kognitif, emosi, dan faktor sosial memengaruhi pengambilan keputusan keuangan di luar asumsi rasional klasik. Inti *behavior finance* adalah kenyataan bahwa investor kerap dihadapkan pada situasi ketidakpastian, informasi asimetris, serta tekanan sosial yang menghasilkan perilaku menyimpang seperti *overconfidence*, *herd behavior*, *disposition effect*, dan *mental accounting*. Di negara berkembang seperti Indonesia *behavioral finance* semakin relevan karena pengetahuan keuangan umumnya masih rendah (OJK 2024), sehingga bias perilaku lebih dominan daripada keputusan investasi aset kripto. Investor muda atau pemula seringkali mengandalkan intuisi serta dorongan emosional daripada analisis rasional

Dengan menggabungkan *Behavioral Finance* dan *Theory of Planned Behavior*, penelitian ini memiliki kerangka teoritis yang komprehensif. TPB memungkinkan penelitian memetakan dan menguji faktor-faktor psikologis, sosial, dan kontrol diri yang mempengaruhi niat serta perilaku investasi mahasiswa secara sistematis. *Behavioral finance* memberi landasan untuk menganalisis bias, emosi, dan pengaruh sosial yang kerap terjadi pada mahasiswa. Keduanya saling melengkapi dalam memahami bagaimana variabel pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan media sosial

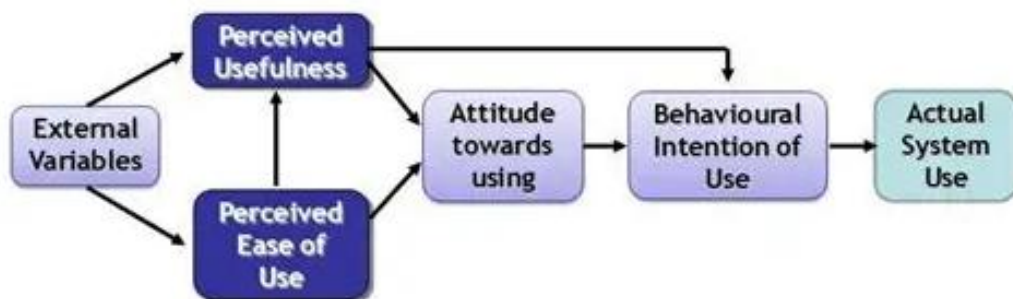
bersama-sama mempengaruhi keputusan investasi aset kripto mahasiswa di era modern. Dengan demikian, kombinasi kedua teori memberikan fondasi ilmiah yang komprehensif, kontekstual, dan mutakhir untuk menjawab tujuan penelitian ini.

### 2.1.3 *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* dikembangkan oleh Fred D. Davis (1986, 1989) sebagai turunan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Fishbein dan Ajzen (1975). TAM menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua konstruk utama:

1. *Perceived Usefulness (PU)*: Sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja atau efektivitasnya.
2. *Perceived Ease of Use (PEOU)*: Sejauh mana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha.

Kedua konstruk ini memengaruhi *Attitude Toward Use (ATU)*, yang kemudian membentuk *Behavioral Intention to Use (BI)* dan akhirnya *Actual System Use (AU)*. TAM telah terbukti relevan dalam berbagai studi sistem informasi, termasuk *e-commerce*, *e-learning*, dan *telemedicine*. Berikut disajikan gambar Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM):



**Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM)**

Sumber: Wicaksono (2022:2)

Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan sebuah kerangka teoritis yang bertujuan untuk menjelaskan proses penerimaan dan adopsi teknologi oleh pengguna. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986 melalui disertasi doktoralnya yang berjudul "*A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-User Information Systems*". Awalnya, TAM dikembangkan untuk menganalisis penerimaan teknologi informasi seperti sistem manajemen informasi atau perangkat lunak (Wicaksono, 2022:2).

Seiring berjalannya waktu dan kemajuan teknologi, penerapan TAM pun meluas ke berbagai bidang seperti teknologi mobile, media sosial, hingga Internet of Things (IoT) (Wicaksono, 2022:2). Sejak kemunculannya, TAM telah mengalami berbagai penyempurnaan dan pengembangan. Salah satunya dilakukan oleh Wu dan Wang pada tahun 2018 melalui model TAM-Extended, yang merupakan penggabungan antara TAM dan UTAUT (Wicaksono, 2022:9). Dalam versi ini, ditambahkan beberapa variabel baru seperti *cognitive absorption* (penyerapan kognitif), *effort expectancy* (harapan atas kemudahan penggunaan), *performance expectancy* (harapan atas kinerja), serta *social influence* (pengaruh sosial) (Wicaksono, 2022:9).

Perkembangan-perkembangan tersebut menjadikan TAM semakin relevan untuk digunakan dalam berbagai konteks teknologi modern. Penerapan TAM sangat bermanfaat bagi organisasi dalam memahami perilaku adopsi pengguna serta memastikan teknologi yang diterapkan dapat diterima dan digunakan secara efektif (Wicaksono, 2022, p.9).

Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*) memiliki peran penting dalam proses pengembangan teknologi. Beberapa manfaat utama dari penerapan TAM antara lain (Wicaksono, 2022, p.16):

1. Menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna TAM membantu organisasi mengidentifikasi berbagai elemen yang memengaruhi kesediaan pengguna dalam mengadopsi teknologi, seperti *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan), *social influence* (pengaruh

sosial), *trust* (kepercayaan), *facilitating conditions* (dukungan lingkungan), *subjective norm* (norma subjektif), *hedonic motivation* (dorongan kesenangan), dan *price value* (nilai harga). Dengan memahami faktor-faktor ini, organisasi dapat mengembangkan teknologi yang lebih sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna.

2. Meningkatkan tingkat adopsi dan penggunaan teknologi Dengan mempertimbangkan elemen-elemen kunci dalam TAM, organisasi dapat merancang sistem atau perangkat teknologi yang lebih intuitif, bermanfaat, dan relevan. Hal ini mendorong pengguna untuk lebih cepat dan mudah menerima serta menggunakan teknologi tersebut dalam aktivitas mereka.
3. Menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis TAM juga dapat digunakan sebagai alat bantu dalam proses pengambilan keputusan strategis organisasi terkait pengembangan dan implementasi teknologi. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi adopsi pengguna, organisasi dapat memilih solusi teknologi yang paling sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan target penggunanya.
4. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi teknologi yang digunakan Pemanfaatan prinsip-prinsip dalam TAM memungkinkan organisasi untuk merancang teknologi yang tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga mampu meningkatkan produktivitas serta efektivitas kerja pengguna, sehingga mendukung pencapaian tujuan organisasi secara keseluruhan.
5. Mengurangi risiko kegagalan dalam implementasi teknologi Dengan memperhitungkan berbagai aspek yang diuraikan dalam TAM sejak tahap awal perancangan, organisasi dapat menghindari hambatan-hambatan yang bisa menyebabkan kegagalan penggunaan teknologi. Teknologi yang dirancang sesuai kebutuhan dan ekspektasi pengguna akan lebih mudah diterima dan dimanfaatkan secara optimal.

## **2.1.4 Keputusan Investasi aset kripto**

### **2.1.4.1 Definisi Keputusan Investasi**

Keputusan investasi merupakan aspek krusial dalam manajemen keuangan, baik secara individu maupun organisasi, yang berkaitan dengan cara mengalokasikan dana ke dalam berbagai bentuk aset dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa mendatang. Tandelilin (2017) menjelaskan bahwa keputusan investasi adalah keputusan mengenai alokasi dana atau modal ke dalam berbagai instrumen investasi untuk mendapatkan *return* di masa depan.

Fahmi (2015) menambahkan bahwa keputusan investasi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal seperti preferensi risiko, tujuan keuangan, dan kondisi ekonomi individu, serta faktor eksternal yang mencakup kondisi pasar, informasi investasi, dan tren sosial. Bentuk investasi sendiri dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu aset finansial seperti saham, obligasi, dan reksa dana, serta aset non-finansial seperti emas dan properti.

Investasi aset finansial dapat dilakukan di pasar keuangan (*financial market*), yaitu pasar uang (*money market*) dan pasar modal (*capital market*) (P. Nurhadi, 2020). Seorang investor harus memiliki ilmu yang cukup karena banyak hal yang harus dipertimbangkan sebelum mengambil keputusan investasi (Panuntun & Pertiwi, 2023).

Rusdin (2006) mengemukakan keputusan investasi merupakan sebuah keputusan yang bersifat pribadi dan memerlukan pertimbangan yang matang untuk dapat memaksimalkan kekayaan secara ekonomi dan mempertimbangkan motivasi psikologi investor. Investor tidak hanya membuat keputusan berdasarkan analisis rasional dan data fundamental, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi psikologis seperti optimisme, kepercayaan diri berlebihan (*overconfidence*), dan bias-bias psikologis lainnya yang dapat mempengaruhi persepsi risiko dan perilaku investasi mereka.

#### **2.1.4.2 Dimensi dan Indikator Keputusan Investasi**

Menurut Tandelilin (2010) dan Ilham (2020) menjelaskan ada empat faktor yang menjadi dasar keputusan investasi, yaitu :

#### 1. Tujuan Investasi

Kemampuan investor dalam menetapkan tujuan keuangan baik jangka pendek maupun jangka panjang, serta menyesuaikan pilihan investasi sesuai dengan tujuan tersebut. Hal ini penting agar strategi investasi yang dijalankan dapat mendukung pencapaian sasaran keuangan yang telah direncanakan.

#### 2. Konsisten

Hal yang menjadi faktor utama dalam mengambil keputusan investasi adalah konsistensi, yaitu disiplin dan teratur menyisihkan dana untuk investasi.

#### 3. Preferensi Risiko dan Return

Kemampuan investor untuk menilai tingkat toleransi terhadap risiko dan return dari investasi yang dapat diterima. Investor juga diharapkan mampu memilih instrumen investasi yang sesuai dengan profil risiko pribadinya, sehingga keputusan investasi yang diambil seimbang antara potensi keuntungan dan risiko yang dihadapi.

#### 4. Jangka Waktu Investasi

Investor mempertahankan investasi sesuai dengan horizon waktu yang telah ditentukan, tidak mudah tergoda untuk mencairkan lebih awal tanpa alasan strategis. Investor menyadari bahwa jangka waktu memengaruhi potensi keuntungan dan tingkat risiko, dan menyesuaikan ekspektasi serta strategi berdasarkan hal tersebut.

**Tabel 2. 1 Dimensi dan Indikator Keputusan Investasi**

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
1. Tujuan investasi	▪ Tujuan keuangan yang jelas dalam berinvestasi
2. Konsistensi	▪ Rutin mengalokasikan dana untuk investasi
3. Preferensi Risiko dan <i>Return</i>	▪ Mempertimbangkan risiko dan return
4. Jangka waktu investasi	▪ Memantau dan mengevaluasi

Dimensi	Indikator
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keputusan investasi</li> </ul>

Sumber: Tandelilin (2010), Ilham, M. (2020)

## 2.1.5 Pengetahuan Keuangan

### 2.1.5.1 Definisi Pengetahuan Keuangan

Secara definisi Pengetahuan keuangan merupakan suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan konsumen ataupun masyarakat agar mereka dapat mengelola keuangan pribadi dengan baik (Roestanto, 2017). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2024) Pengetahuan keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan keuangan Masyarakat.

*Organizaton for Economic Co-operation and Development (OECD)* ([www.oecd.org](http://www.oecd.org), 2016) dalam Amtiran Y. et al., 2021 mendefinisikan pengetahuan keuangan sebagai kombinasi dari pengetahuan, pemahaman atas konsep, keterampilan, motivasi, dan keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi.

Lusardi dan Mitchell (2014) mendefinisikan pengetahuan keuangan sebagai kemampuan seseorang untuk memahami konsep keuangan dasar, seperti bunga majemuk, nilai waktu dari uang, diversifikasi risiko, dan inflasi, serta kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat.

Di Indonesia, pengethauan keuangan menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya akses masyarakat terhadap produk keuangan digital. Liska et al. (2022) menegaskan bahwa pengetahuan keuangan sangat dibutuhkan untuk

mendukung inklusi keuangan, terutama pada kalangan muda dan pengguna layanan teknologi keuangan (*fintech*). Pengetahuan keuangan akan membantu masyarakat untuk tidak hanya menjadi pengguna pasif layanan keuangan, tetapi juga menjadi pengguna yang cerdas dan kritis.

### **2.1.5.2 Dimensi dan Indikator Pengetahuan Keuangan**

Dimensi dan Indikator pengetahuan keuangan dalam penelitian diukur dengan menggunakan dimensi dan indikator menurut Chen dan Volpe (1998) dalam Litamahuputty. V (2020) menyebutkan bahwa ada empat aspek penilaian tingkat pengetahuan keuangan, yaitu :

1. Pengetahuan Umum (*General Knowledge*)  
Pemahaman dasar tentang konsep-konsep keuangan, antara lain perbedaan aset dan liabilitas, bunga majemuk, laporan keuangan, cara mengelola anggaran dan tabungan, serta risiko dan investasi. Aspek ini mencakup sejumlah prinsip fundamental yang membantu individu dalam membuat keputusan keuangan yang bijak, merencanakan anggaran, menghindari utang berlebihan, dan mencapai stabilitas finansial.
2. Simpanan dan Pinjaman (*Saving and Borrowing*)  
Pemahaman terkait simpanan dan pinjaman termasuk penggunaan produk perbankan lainnya;
3. Asuransi (*Insurance*)  
Berkaitan dengan pengetahuan mendasar tentang asuransi beserta produk-produk asuransi; dan Investasi (*Investment*)
4. Pengetahuan tentang suku bunga pasar, reksadana, dan risiko investasi.  
OJK mengklasifikasikan tingkat pengetahuan keuangan Masyarakat Indonesia menjadi empat kategori, yaitu:
  - a. *Well Literate*  
Memiliki pemahaman dan keyakinan yang tinggi terhadap Lembaga jasa keuangan, serta mampu memahami dengan baik berbagai produk dan layanan keuangan;

*b. Sufficient Literate*

Memiliki pemahaman dan kepercayaan terhadap Lembaga jasa keuangan, tetapi hanya memahami sebagian produk dan layanan yang tersedia.

*c. Less Literate*

Pengetahuan dan kepercayaan yang dimiliki masih terbatas pada lembaga jasa keuangan dan hanya mengerti sebagian kecil saja dari produk dan layanan keuangan;

*d. Not Literate*

Tidak memiliki kepercayaan dan pemahaman terhadap lembaga jasa keuangan dan tidak mengenal sama sekali layanan dan produk yang ditawarkan.

**Tabel 2.2 Dimensi dan Indikator Pengetahuan Keuangan**

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
1. Aset dan Liabilitas	▪ Pemahaman antara aset dan liabilitas
2. Perhitungan Bunga	▪ Pemahaman menghitung bunga majemuk
3. Laporan Keuangan	▪ Pemahaman dasar tentang laporan keuangan
4. Risiko dan Return	▪ Pengetahuan dasar tentang risiko dan return investasi
5. Anggaran dan Tabungan	▪ Pengetahuan tentang cara mengelola anggaran dan tabungan

Sumber: Chen dan Volpe (1998), Litamahuputty (2020)

## **2.1.6 Keamanan Transaksi**

### **2.1.6.1 Definisi Keamanan Transaksi**

Menurut Wardana et al. (2022): Keamanan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna percaya bahwa penggunaan aplikasi atau platform tertentu akan aman dari risiko pencurian data, penipuan, dan gangguan teknis yang merugikan finansial.

Menurut Purba & Panday (2021): Dalam konteks transaksi digital, keamanan adalah jaminan yang diberikan oleh penyedia layanan bahwa setiap

transaksi yang dilakukan terjaga kerahasiaannya, integritas datanya, dan ketersediaan layanannya saat dibutuhkan.

Menurut Indarsin & Ali (2022): Persepsi keamanan adalah keyakinan konsumen bahwa data pribadi dan informasi transaksi mereka tidak akan disalahgunakan atau diakses oleh pihak yang tidak berwenang selama proses transaksi berlangsung.

Menurut Nangin, et al (2020), Keamanan transaksi adalah persepsi pengguna bahwa proses transaksi digital terlindungi dan data/akses tidak mudah disalahgunakan, termasuk adanya jaminan kerahasiaan serta keyakinan atas pengelolaan data pribadi pengguna.

The Law Institute (2023) menyatakan bahwa dalam praktik keamanan transaksi digital, elemen keamanan umum mencakup autentikasi, integritas data, privasi/kerahasiaan, dan pencegahan penipuan sehingga transaksi tidak mudah diambil alih pihak tidak berwenang.

#### **2.1.6.2 Dimensi dan Indikator Keamanan Transaksi**

Berdasarkan sintesis dari penelitian Salim & Sutrisno (2023 dan Ningsih (2024), dimensi dan indikator untuk mengukur keamanan transaksi aset kripto adalah sebagai berikut:

1. Kerahasiaan/privasi (*confidentiality/privacy*): data pribadi dan data transaksi terlindungi dari akses pihak lain. Indikator contoh:
  - a. Data pribadi (identitas/nomor telepon/email) aman saat bertransaksi kripto.
  - b. Informasi transaksi (nominal, tujuan, riwayat) tidak mudah dilihat pihak tidak berwenang.
  
2. Autentikasi & kontrol akses (*authentication/access control*): sistem memastikan pihak yang bertransaksi adalah pengguna yang sah (misalnya PIN/OTP/biometrik/MFA). Indikator contoh:
  - a. Login/otorisasi transaksi menggunakan verifikasi yang kuat (OTP/2FA/biometrik).

- b. Akun terasa sulit dibobol karena ada lapisan verifikasi.
3. Integritas transaksi (*integrity*): informasi transaksi tidak berubah saat diproses/dikirim (misalnya nominal dan alamat tujuan tetap). Indikator contoh:
- a. Nominal/tujuan transaksi tidak berubah selama proses transaksi.
  - b. Sistem memberi notifikasi/konfirmasi yang jelas sebelum transaksi dieksekusi.
4. Pencegahan penipuan & penyalahgunaan (*fraud/unauthorized transaction prevention*): adanya mekanisme deteksi transaksi mencurigakan dan perlindungan dari transaksi tidak sah. Indikator contoh:
- a. Platform memiliki mekanisme deteksi aktivitas mencurigakan.
  - b. Jika ada transaksi tidak wajar, sistem memberi peringatan/menahan transaksi.

**Tabel 2.3 Dimensi dan Indikator Keamanan Transaksi**

Dimensi	Indikator
1. Kerahasiaan/ privasi	▪ Melindungi data pribadi
2. Autentikasi & kontrol akses	▪ Verifikasi yang kuat
3. Integritas transaksi	▪ Nominal, tujuan tidak berubah ▪ Konfirmasi transaksi
4. Pencegahan penipuan & penyalahgunaan	▪ Mekanisme deteksi

Salim & Sutrisno (2023), Ningsih (2024)

## 2.1.7 Kemudahan Transaksi

### 2.1.7.1 Definisi Kemudahan Transaksi

Kemudahan transaksi berkaitan erat dengan konsep *Perceived Ease of Use* dalam TAM. Ini mengacu pada tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha fisik dan mental yang berat. Menurut Kotler & Keller (2023), Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana

konsumen merasa bahwa berinteraksi dengan produk atau layanan tersebut jelas, mudah dimengerti, dan tidak memerlukan upaya belajar yang rumit.

Menurut Sudarsono et al. (2024): Dalam aplikasi investasi, kemudahan transaksi diartikan sebagai kemampuan platform untuk menyajikan antarmuka (*user interface*) yang ramah pengguna, sehingga investor pemula sekalipun dapat melakukan pembelian atau penjualan aset dengan cepat tanpa kebingungan.

Menurut Lestari (2022): Kemudahan transaksi mencakup kecepatan akses, fleksibilitas waktu (24 jam), dan minimalnya langkah-langkah (*steps*) yang diperlukan untuk menyelesaikan satu transaksi.

Kemudahan transaksi (*perceived ease of use dalam konteks transaksi digital*) adalah keyakinan bahwa penggunaan sistem/aplikasi untuk bertransaksi tidak membutuhkan banyak usaha, mudah dipahami, dan mudah dioperasikan.

Dalam konteks pembayaran/fintech, kemudahan penggunaan dipakai untuk menjelaskan kenyamanan pengguna saat menjalankan fitur dan navigasi aplikasi, yang kemudian memengaruhi keyakinan dan perilaku penggunaan.

#### **2.1.7.2 Dimensi dan Indikator Kemudahan Tansaksi**

Mengacu pada adaptasi indikator *Technology Acceptance Model* yang diterapkan pada *Mobile Banking/Investment* (sumber: Hidayat & Anshori, 2023), berikut adalah dimensi dan indikatornya:

1. Mudah dipelajari (*ease of learning*): pengguna cepat memahami cara melakukan transaksi. Indikator contoh:
  - a. Langkah transaksi kripto mudah dipelajari sejak awal.
  - b. Petunjuk/fitur bantuan membuat proses transaksi cepat dipahami.
2. Mudah dioperasikan (*ease of operation*): proses transaksi sederhana dan tidak rumit. Indikator contoh:
  - a. Proses beli/jual kripto tidak berbelit.
  - b. Fitur transaksi mudah ditemukan di aplikasi/*platform*.
3. Jelas dan mudah dipahami (*clarity/understandability*): tampilan, istilah, dan informasi transaksi jelas. Indikator contoh:

- a. Informasi biaya, ringkasan order, dan status transaksi ditampilkan dengan jelas.
  - b. Notifikasi transaksi mudah dimengerti.
4. Efisien (*effort/time saving*): transaksi bisa dilakukan cepat dengan usaha minimal. Indikator contoh:
- a. Transaksi bisa dilakukan dengan cepat (tidak banyak langkah).
  - b. Transaksi dapat dilakukan kapan saja tanpa prosedur yang menyulitkan

**Tabel 2. 4 Dimensi dan Indikator Kemudahan Transaksi**

Dimensi	Indikator
1. Mudah dipelajari	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Petunjuk bantuan</li> </ul>
2. Mudah dioperasikan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proses Registrasi mudah</li> <li>• Memotivasi</li> </ul>
3. Jelas dan mudah dipahami	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi jelas</li> </ul>
4. Efisien	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cepat</li> </ul>

Sumber: Hidayat & Anshori (2023)

## 2.1.8 Persepsi Risiko

### 2.1.8.1 Definisi Persepsi Risiko

Persepsi Risiko (*Risk Perception*) merupakan bentuk evaluasi subjektif individu terhadap kondisi yang penuh dengan ketidakpastian, dimana penilaian tersebut dipengaruhi oleh faktor psikologis dan kondisi pribadi tiap individu. Individu yang memiliki tingkat persepsi risiko tinggi cenderung menunjukkan kehati-hatian dalam pengambilan keputusan investasi, sedangkan individu dengan persepsi risiko yang rendah cenderung lebih berani dalam mengambil keputusan investasi, yang umumnya didasari oleh tingkat pengalaman yang memadai dalam bidang tersebut (Rika dan Syaiah, 2022).

Mukaromah (2023) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan investasi bersifat kompleks dan menuntut investor untuk mengumpulkan informasi secara menyeluruh serta mempertimbangkan berbagai aspek secara

matang. Kurangnya pemahaman terhadap potensi risiko dapat menyebabkan keputusan yang tidak tepat (Suryani dan Amanah, 2024). Oleh karena itu, persepsi risiko merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan arah dan kualitas dari keputusan investasi yang diambil (Hilma et al., 2025).

### 2.1.8.2 Dimensi dan Indikator Persepsi Risiko

Fikri, M.K., et al (2024) menyebutkan menyebutkan bahwa ada beberapa jenis risiko investasi yang akan dihadapi dan perlu dipertimbangkan oleh investor, antara lain :

1. Risiko Keuangan  
Risiko ini berkaitan dengan kemungkinan kehilangan uang dari investasi yang dilakukan.
2. Risiko Sosial  
Risiko ini berkaitan berkaitan dengan pandangan sosial atau komunitas terhadap cara investasi seseorang.
3. Risiko Kinerja  
Risiko ini berhubungan dengan kinerja investasi apakah akan memiliki kinerja sesuai yang diharapkan atau tidak
4. *Time and Convenience Risk*  
Waktu yang harus dikorbankan untuk mengelola investasi seperti, riset pasar, monitoring portofolio, atau proses transaksi yang panjang dan rumit.
5. Risiko Psikologi  
Risiko yang menyebabkan tekanan mental atau emosional yang muncul akibat investasi.

**Tabel 2. 5 Dimensi dan Indikator Persepsi Risiko**

Dimensi	Indikator
1. Risiko keuangan	Potensi kerugian finansial investasi
2. Risiko Sosial	Kekhawatiran terhadap penilaian sosial dari keputusan investasi
3. Risiko kinerja	<i>Return</i> investasi yang fluktuatif

4. Risiko Psikologis	Mempertimbangkan risiko secara matang sebelum berinvestasi
5. <i>Time and Convenience Risk</i>	Kecemasan terhadap performa investasi

Sumber: Fikri, M.K., et al (2024)

## 2.1.9 Media Sosial

### 2.1.9.1 Definisi Media Sosial

Media sosial merupakan *platform* berbasis internet yang memungkinkan individu untuk berinteraksi dan menjalin hubungan sosial tanpa batasan geografis maupun waktu. Dengan adanya media sosial, aktivitas bersosialisasi tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja (Adelika et al, 2024).

Media sosial seringkali menjadi sumber informasi utama yang mempengaruhi cara pandang, preferensi, dan keputusan individu dalam berinvestasi. Akses informasi yang cepat dan mudah sangat membantu siapa saja yang tengah mencari informasi khusus terkait pasar modal dan dunia investasi. Hal ini mencakup perubahan harga saham secara *real-time* hingga informasi Perusahaan yang tengah menawarkan sahamnya di bursa efek (Isticharoh & Kardoyo, 2020).

### 2.1.9.2 Dimensi dan Indikator Penggunaan Media Sosial

Media sosial mempunyai beberapa dimensi yang saling mendukung dan mempengaruhi satu sama lain berikut dimensi dan indikator media sosial yaitu:

#### 1. Jenis Informasi

Jenis informasi meliputi berita pasar, rekomendasi investasi dan opini *influencer* di media sosial (Rohman dan Safih, 2025).

#### 2. Intensitas Penggunaan

Frekuensi penggunaan media sosial dan jenis *platform* media sosial yang digunakan

### 3. Pengaruh Psikologi

Pengaruh psikologis meliputi tren sosial dan pengaruh tekanan kelompok

### 4. Tingkat Efektivitas

Kemampuan untuk mendapatkan informasi yang relevan (Isticharoh dan Kardoyo (2020).

**Tabel 2. 6 Dimensi dan Indikator Media Sosial**

<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
1. Jenis Informasi	Mengikuti akun media sosial keuangan/investasi
2. Intensitas Penggunaan	Sering menonton konten investasi di media sosial
3. Pengaruh Psikologis	Media sosial membantu saya dalam memahami dunia investasi
	Menemukan peluang investasi dari media sosial
4. Tingkat Efektifitas	Mempengaruhi keputusan saya dalam memilih investasi

Sumber : (Isticharoh dan Kardoyo, 2020), (Rohman dan Safiih 2025).

## 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Berikut ringkasan penelitian terdahulu yang relevan (2019–2025), disusun untuk menunjukkan gap penelitian dan kontribusi studi ini. Tabel penelitian terdahulu lengkap akan dilampirkan dalam draf akhir proposal.

### 2.2.1 Hanif, et., al (2025)

Hanif et., al (2025) meneliti tentang “Pengaruh Gaya Hidup, Pengetahuan Keuangan Syariah, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi. Penelitian ini dilakukan pada 96 responden Akademi *Crypto*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Gaya Hidup, Pengetahuan Keuangan Syariah, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi”.

Pengolahan data menggunakan Analisis *Structural Equation Model (SEM)* dengan aplikasi *SmartPLS* versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial dan pengetahuan keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi, sedangkan persepsi risiko berpengaruh terhadap keputusan investasi. Temuan ini

menegaskan bahwa persepsi risiko merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan investasi secara positif.

Perbedaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada variabel independen yaitu Pengaruh Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur, sedangkan pengguna *crypto* di Akademi *Crypto*.

### **2.2.2. Hayashi (2025)**

Penelitian yang dilakukan oleh Hayashi (2025) meninjau hubungan antara *financial literacy*, *risk tolerance*, dan *cryptocurrency ownership* di Amerika Serikat. Dengan menggunakan data dari 2022 Survey of Household Economics and Decisionmaking, Hayashi menemukan bahwa hubungan antara pengetahuan keuangan dan kepemilikan aset kripto bersifat heterogen. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan tidak selalu menjadi prediktor kuat kepemilikan kripto di seluruh kelompok pengguna. Misalnya, kelompok pengguna kripto untuk transaksi (*transactors*) justru memiliki tingkat pengetahuan yang lebih rendah dibandingkan non-pemilik, meskipun toleransi risikonya lebih tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan memiliki aset kripto tidak sepenuhnya didorong oleh pengetahuan keuangan, melainkan oleh faktor-faktor perilaku dan preferensi risiko.

Perbedaan penelitian Hayashi (2025) dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel independen serta subjek penelitian. Jika Hayashi berfokus pada pengetahuan keuangan dan toleransi risiko dalam menjelaskan kepemilikan *cryptocurrency* pada masyarakat Amerika secara umum, penelitian yang akan dilakukan akan mengkaji Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur. Dengan demikian, penelitian ini lebih terarah pada konteks pendidikan tinggi dan

variabel perilaku digital yang lebih relevan dengan pengguna kripto usia muda, sementara penelitian Hayashi memiliki cakupan populasi yang lebih luas serta fokus pada pengetahuan dan risiko.

### **2.2.3 Nilna Nura Millah (2025)**

Penelitian yang dilakukan oleh Millah (2025) mengkaji pengaruh pendapatan, pengetahuan keuangan, dan toleransi risiko terhadap pengambilan keputusan investasi aset kripto dengan *Financial Technology* sebagai variabel mediasi. Sampel penelitian terdiri dari Mahasiswa di Kabupaten Malang yang menggunakan layanan keuangan digital sebagai sarana investasi. Berdasarkan hasil analisis, pengetahuan keuangan dan toleransi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi kripto, sedangkan pendapatan menunjukkan pengaruh yang lebih lemah. Selain itu, *Financial Technology* terbukti memediasi hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan keputusan investasi, menunjukkan bahwa penggunaan teknologi keuangan memperkuat kecenderungan generasi muda untuk berinvestasi aset kripto.

Perbedaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel independen, yaitu Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur. Sedangkan penelitian Millah (2025) menggunakan variabel Pendapatan, Pengetahuan Keuangan, dan Toleransi Risiko serta memasukkan *Financial Technology* sebagai variabel mediasi, dengan sampel Mahasiswa Kabupaten Malang, bukan mahasiswa sebagaimana konteks penelitian kali ini.

### **2.2.4 Khalik et al. (2024)**

Penelitian yang dilakukan oleh Khalik et al. (2024) mengkaji pengaruh pengetahuan keuangan, toleransi risiko, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* di Sulawesi Selatan. Sampel penelitian berjumlah 76 responden yang telah melakukan investasi aset kripto, menggunakan teknik

sampel jenuh dan dianalisis melalui regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut pengetahuan keuangan, toleransi risiko, dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi kripto, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini menegaskan bahwa pengetahuan finansial, kemauan mengambil risiko, serta persepsi individu terhadap risiko kripto menjadi faktor utama yang mendorong investor di Sulawesi Selatan untuk mengambil keputusan investasi digital.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada perumusan variabel independen. Penelitian ini memfokuskan pada variabel Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur. Sementara itu, penelitian Khalik et al. (2024) menggunakan variabel Pengetahuan Keuangan, Toleransi Risiko, dan Persepsi Risiko tanpa melibatkan aspek teknologi, keamanan transaksi, maupun pengaruh media sosial, serta menggunakan sampel investor umum di Sulawesi Selatan, bukan mahasiswa.

### **2.2.5 Shahzad (2024)**

Penelitian yang dilakukan oleh Shahzad et al. (2024) mengkaji proses adopsi cryptocurrency dengan menerapkan *Technology Acceptance Model* (TAM), khususnya melalui variabel *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU). Sampel penelitian melibatkan 332 responden berusia 18–40 tahun yang berpartisipasi dalam survei terkait penggunaan dan adopsi aset kripto. Berdasarkan hasil analisis menggunakan PLS-SEM, penelitian tersebut menemukan bahwa PEOU dan PU berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penerimaan dan adopsi *cryptocurrency*. Selain itu, kepercayaan (*trust*) terbukti berperan penting sebagai faktor yang memperkuat hubungan antara kesadaran kripto dan niat adopsi, sehingga individu yang memiliki persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan yang tinggi, serta tingkat kepercayaan yang kuat lebih cenderung menerima dan menggunakan aset kripto.

Perbedaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel independen yang digunakan. Penelitian ini berfokus pada Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur. Sementara itu, penelitian Shahzad et al. (2024) menitikberatkan pada variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, kesadaran terhadap kripto, serta peran kepercayaan dalam kerangka TAM, dan menggunakan sampel masyarakat umum, bukan mahasiswa. Dengan demikian, ruang lingkup variabel, konteks responden, dan tujuan penelitian berbeda secara fundamental dibandingkan penelitian kali ini.

#### **2.2.6 Yuanisari et al. (2024)**

Penelitian yang dilakukan oleh Yuanisari et al. (2024) mengkaji pengaruh pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan gaya hidup terhadap minat investasi. Sampel penelitian terdiri dari 219 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Berdasarkan hasil analisis, perilaku keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Namun, pengetahuan keuangan ditemukan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi.

Perbedaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada variabel independen yaitu Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur, sedangkan sampel penelitian sebelumnya adalah Mahasiswa Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIMMA.

#### **2.2.7 Suryani dan Amanah (2024)**

Suryani dan Amanah (2024) meneliti “Pengaruh *Platform* Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, dan *Return* terhadap Minat Investasi Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji

pengaruh *Platform* Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, dan *Return* terhadap Minat Investasi Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal.

Sampel penelitian terdiri dari 98 mahasiswa STIESIA Surabaya semester lima ke atas. Analisis data dilakukan dengan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *platform* media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Sebaliknya, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi, sedangkan pengetahuan investasi dan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan minat berinvestasi di kalangan mahasiswa, meskipun persepsi risiko tidak selalu menjadi pertimbangan utama.

Perbedaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada variabel independen yaitu Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko dan Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur, sedangkan penelitian sebelumnya sampel yang digunakan adalah Investor di mahasiswa STIESIA Surabaya.

### **2.2.8 Upreti (2024)**

Penelitian yang dilakukan oleh Upreti (2024) mengkaji pengaruh financial literacy dan risk preference terhadap keputusan investasi *cryptocurrency* pada masyarakat generasi milenial di Kota Tangerang. Sampel penelitian terdiri dari 95 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling, dengan kriteria responden merupakan kelompok usia millennial yang memiliki ketertarikan atau pengalaman dalam aset kripto. Menggunakan analisis regresi linear berganda, penelitian ini menemukan bahwa *financial literacy* dan *risk preference* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi kripto. Artinya, semakin tinggi tingkat pengetahuan keuangan dan preferensi risiko individu, semakin besar kecenderungan mereka untuk terlibat dalam investasi aset digital. Temuan ini menegaskan bahwa pemahaman finansial yang baik serta kemauan

mengambil risiko merupakan faktor utama dalam pengambilan keputusan investasi cryptocurrency di kalangan generasi muda di Tangerang.

Perbedaan penelitian Upreti (2024) dengan penelitian ini terletak pada variabel independen yang digunakan. Penelitian ini menyoroti variabel Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, dan Media sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur. Sementara itu, penelitian Upreti (2024) hanya memfokuskan pada *financial literacy* dan *risk preference* tanpa mempertimbangkan aspek teknologi, keamanan transaksi, maupun pengaruh media sosial, serta menggunakan sampel masyarakat umum generasi millennial, bukan mahasiswa. Dengan demikian, perbedaan terletak pada fokus variabel, karakteristik responden, serta konteks penelitian yang lebih spesifik pada studi kali ini.

### **2.2.9 Rodpangtiam (2024)**

Penelitian yang dilakukan oleh Rodpangtiam (2024) mengkaji pengaruh media sosial terhadap persepsi nilai dan persepsi risiko *cryptocurrency* pada masyarakat pengguna aset digital di Thailand. Sampel penelitian terdiri dari 308 responden yang diperoleh melalui metode *online purposive sampling*, dengan kriteria responden merupakan individu yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki ketertarikan atau pengalaman dalam investasi kripto. Dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis AMOS, penelitian ini menemukan bahwa paparan konten media sosial berpengaruh signifikan terhadap pembentukan persepsi nilai (*perceived value*) dan persepsi risiko (*perceived risk*) terhadap aset kripto. Temuan tersebut menunjukkan bahwa opini, rekomendasi, maupun tren yang beredar di media sosial—termasuk influencer, komunitas kripto, dan konten edukatif—memiliki peran kuat dalam membentuk bagaimana individu menilai manfaat maupun risiko dari investasi *cryptocurrency*. Artinya, semakin tinggi intensitas seseorang terpapar informasi kripto di media sosial, semakin besar kemungkinan persepsi nilai mereka

meningkat atau sebaliknya, persepsi risiko mereka berubah sesuai arah informasi yang diterima.

Perbedaan penelitian Rodpangtiam (2024) dengan penelitian ini terletak pada fokus variabel yang digunakan. Penelitian ini menguji Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur, sementara Rodpangtiam (2024) hanya menitikberatkan pada hubungan antara media sosial dan persepsi nilai serta persepsi risiko tanpa menguji keputusan investasi secara langsung. Selain itu, sampel penelitian ini berfokus pada mahasiswa, sedangkan penelitian Rodpangtiam (2024) menggunakan responden masyarakat umum pengguna media sosial di Thailand. Perbedaan ruang lingkup variabel, karakteristik responden, dan konteks geografis inilah yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian kali ini.

#### **2.2.10 Dewi (2024)**

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Asmarani et al. (2024) mengkaji pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *good corporate governance* (GCG) terhadap keputusan investasi pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021–2023. Dengan menggunakan data sekunder laporan keuangan dan laporan tata kelola perusahaan, penelitian ini menganalisis sampel seluruh perusahaan sektor property dan real estate yang memenuhi kriteria selama periode tersebut. Melalui metode analisis regresi linear berganda berbantuan SPSS, penelitian ini menemukan bahwa variabel GCG memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, sementara profitabilitas dan likuiditas tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa investor lebih memprioritaskan kualitas tata kelola dan transparansi perusahaan dibandingkan indikator keuangan jangka pendek ketika mengambil keputusan investasi dalam sektor properti. Hal ini menegaskan bahwa praktik GCG memberikan sinyal kepercayaan yang lebih kuat

terhadap prospek masa depan perusahaan dibandingkan profitabilitas atau likuiditas.

Perbedaan penelitian Dewi Asmarani et al. (2024) dengan penelitian ini terletak pada fokus variabel independen dan konteks sampel yang dianalisis. Penelitian ini menguji Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto pada mahasiswa Universitas Budi Luhur, sedangkan penelitian Dewi Asmarani menitikberatkan pada variabel keuangan dan tata kelola perusahaan yang memengaruhi keputusan investasi perusahaan di pasar modal. Selain itu, penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa sebagai individu investor ritel, sementara penelitian Dewi Asmarani menggunakan data perusahaan sebagai objeknya. Dengan demikian, perbedaan mencolok terdapat pada jenis variabel, tingkat analisis, karakteristik objek penelitian, serta tujuan evaluasi keputusan investasi.

**Tabel 2. 7 Hasil Penelitian Sebelumnya**

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Periode Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Hanif, et., al (2025)	Gaya Hidup (X1), Pengetahuan Keuangan Syariah (X2), Persepsi Risiko (X3), Keputusan Investasi (Y)	96 Responden Akademi <i>Crypto</i>	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM) dengan aplikasi <i>Smart PLS</i> versi 4	Gaya Hidup dan Pengetahuan Keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi  Persepsi Risiko Berpengaruh terhadap Keputusan Investasi
2.	Hayashi (2025)	Financial Literacy, Risk Tolerance, and Cryptocurrency Ownership in the United States	2022 Survey of Household Economics and Decisionmaking	<i>Structural Equation Model</i> (SEM)	Pengetahuan keuangan dan toleransi risiko tidak selalu menjadi prediktor kuat kepemilikan kripto bagi semua kelompok

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Periode Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
3.	Nilna Nura Millah (2025)	Pendapatan (X1), Pengetahuan Pengetahuan (X2), Toleransi Risiko (X3), <i>Financial Technology</i> (M). Keputusan Investasi Aset Kripto (Y)	Gen Z di Kabupaten Malang	Analisis Regresi Berganda atau <i>SEM/PLS</i>	Pengetahuan keuangan dan toleransi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi kripto, sedangkan pendapatan menunjukkan pengaruh yang lebih lemah. Selain itu, <i>Financial Technology</i> terbukti memediasi hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan keputusan investasi.
4.	Abdul Khalik (2025)	Pengetahuan Keuangan (X1), Toleransi Resiko (X2), Persepsi Risiko (X3), Keputusan Investasi (Y)	76 Responden dari pengguna crypto Sulawesi Selatan	Regresi Linier Berganda	Pengetahuan keuangan, toleransi risiko, dan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi pada cryptocurrency di Sulawesi Selatan.
5.	Muhammad Farrukh Shahzad (2024)	<i>Cryptocurrency Awareness</i> (X1), <i>Acceptance Constructs</i> (M), <i>Cryptocurrency Adoption</i> (Y)	331 responden pengguna kripto pada usi 18-40	PLS-SEM (Partial Least Squares Structural Equation Modeling)	Kesadaran terhadap kripto ( <i>cryptocurrency awareness</i> ) memiliki pengaruh langsung, positif, dan signifikan terhadap adopsi <i>cryptocurrency</i> .
6.	Yuanisari, T., et al (2024)	Pengetahuan Keuangan, Perilaku Keuangan, Gaya Hidup, Minat Investasi	219 responden Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang	Regresi Linear Berganda	Perilaku keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat investasi  Pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi

No	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Sampel dan Periode Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
7.	Suryani, dan Amanah, (2024)	Platform Media Sosial (X1), Pengetahuan Investasi (X2), Persepsi Risiko (X3), <i>Return</i> (X4). Minat Investasi (Y)	98 Responden STIESIA Surabaya Semester 5 ke atas	SPSS Versi 25	<i>Platform</i> media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi,
8.	Upreti (2024)	<i>Financial Literacy</i> (X1), <i>Risk Preferences</i> (X2), <i>Cryptocurrency Investment Decisions</i> (Y)	95 Orang responden millennials di Kota Tangerang	PLS (Partial Least Squares)	<i>Financial</i> literacy dan <i>risk preferences</i> di kalangan responden berada pada level yang sangat tinggi dan keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi <i>cryptocurrency</i> .
9.	Rodpangtiam (2024)	<i>Perceptopm of Social Media Users</i> (X), <i>Cryptocurrency Investment Adoption</i> (Y)	Pengguna aktif Reddit	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	Paparan media sosial berpengaruh terhadap persepsi individu terhadap nilai dan risiko <i>cryptocurrency</i> , yang kemudian memengaruhi adopsi investasi aset kripto.
10.	Dewi Asmarani (2024)	Profitabilitas (X1), Likuiditas (X2), <i>Good Corporate Governance (GCG)</i> (X3), Keputusan Investasi (Y)	Seluruh perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2021-2023	Regresi linear berganda dan SPSS versi 27	Good Corporate Governance (GCG) yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi pada perusahaan property & real estate. Profitabilitas dan Likuiditas tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi nilai signifikansi tinggi.

Sumber : Hanif et., al (2025), Hayashi (2025), Millah (2024), Khalik (2024), Shahzad (2024) Yuanisari et., al (2024), Suryani dan Amanah (2024), Upreti (2024), Rodpangtiam (2024), dan Dewi (2024)

### 2.3 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang telah diverifikasi melalui riset dan disusun berdasarkan telaah pustaka (Miles & Huberman, 1992). Teori yang telah dideskripsikan, dianalisa, dan membuat sebuah kesimpulan yang akan digunakan untuk merumuskan hipotesis yang diuji.

Keputusan investasi adalah tindakan individu atau organisasi dalam memilih alokasi dana pada instrumen-instrumen investasi dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan. Menurut Tandelilin (2010), keputusan investasi merupakan keputusan yang berkaitan dengan bagaimana dana akan dialokasikan ke dalam berbagai bentuk instrumen investasi yang memberikan *return* optimal dengan risiko yang dapat diterima. Faktor-faktor psikologis, informasi pasar, dan karakteristik investor sangat memengaruhi keputusan ini. Keputusan investasi berkaitan erat dengan preferensi risiko, informasi keuangan, dan ekspektasi keuntungan yang dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal investor.

Pengetahuan keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami, mengelola, dan menggunakan informasi keuangan untuk membuat keputusan yang tepat dalam kehidupan sehari-hari serta membantu individu dalam merencanakan keuangannya secara lebih baik demi mencapai kesejahteraan finansial (Uttari dan Yudiantara, 2023). Remund (2010) juga menyatakan bahwa pengetahuan keuangan merupakan ukuran sejauh mana seseorang memahami konsep dasar keuangan serta mampu mengambil keputusan yang tepat dengan mempertimbangkan situasi ekonomi dan kondisi yang sedang berlangsung. Semakin baik pengetahuan keuangan seseorang, maka akan semakin baik pula keputusan investasinya karena pengetahuan keuangan akan meningkatkan kualitas keputusan investasi (Uttari dan Yudiantara, 2023).

Keamanan transaksi, termasuk perlindungan dari peretasan dan transparansi blockchain, secara langsung meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform kripto. Ketika investor merasa aset mereka aman dari ancaman seperti pencurian data, mereka lebih cenderung berinvestasi. Keamanan transaksi secara

positif memengaruhi keputusan investasi aset kripto dengan meningkatkan kepercayaan investor dan mengurangi persepsi risiko. Penelitian terkini menunjukkan bahwa persepsi keamanan platform kripto menjadi faktor kunci dalam membentuk niat berinvestasi, terutama di kalangan generasi muda seperti mahasiswa di Indonesia (Hutapea et al, 2025).

Kemudahan akses transaksi 24/7 tanpa batas geografis dan antarmuka intuitif mempercepat pengambilan keputusan investasi, terutama bagi milenial yang mengandalkan mobile-first platforms. Survei pada 100 pengguna Indodax mengonfirmasi bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, meskipun kepercayaan tetap dominan. Kemudahan transaksi secara positif memengaruhi keputusan investasi aset kripto dengan menurunkan hambatan penggunaan platform dan meningkatkan adopsi di kalangan investor pemula seperti mahasiswa Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) secara signifikan mendorong minat pembelian kripto (Arifin et al, 2025).

Persepsi Risiko adalah cara seseorang memaknai dan menilai informasi terkait risiko yang diterimanya. Setiap individu bisa memiliki pandangan yang berbeda terhadap risiko investasi, tergantung pada kondisi psikologis masing-masing (Wulandari dan Iramani, 2014). Sindhu dan Kumar (2014) juga menjelaskan bahwa persepsi risiko merupakan keyakinan yang dimiliki oleh individu atau kelompok, baik secara rasional maupun tidak, mengenai kemungkinan munculnya risiko, seberapa besar dampaknya, serta kapan risiko itu mungkin terjadi. Persepsi risiko sangat berpengaruh terhadap keberhasilan seseorang dalam mengambil keputusan investasi, terutama dalam situasi yang penuh ketidakpastian.

Media sosial merupakan *platform* daring yang memungkinkan penggunaanya untuk saling berinteraksi tanpa batasan ruang dan waktu. Dalam era revolusi industri 5.0, media sosial telah menjadi sumber utama informasi investasi, khususnya bagi Mahasiswa. Maraknya penggunaan media sosial di Indonesia

memicu berkembangnya berbagai konten edukatif yang mampu memengaruhi serta mendorong individu untuk mulai berinvestasi (Azizah et al., 2024). Setiawan dan Indriani (2022) juga menyatakan bahwa generasi muda kini lebih banyak mengandalkan media sosial sebagai referensi dalam pengambilan keputusan keuangan, termasuk investasi, yang kerap dipengaruhi oleh *influencer*, konten yang viral, serta komunitas finansial daring.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris dengan membandingkan beberapa variabel independen yaitu pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan media sosial. Berdasarkan tinjauan dan penjelasan di atas, kerangka teoritis penelitian ini dapat disajikan dalam gambar sebagai berikut :

## **2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian**

(Sugiyono, 2017) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan kerangka teoritis dan berbagai penelitian sebelumnya dapat di rumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **2.4.1 Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto.**

Pengetahuan keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam memahami dan mengelola aspek-aspek dasar keuangan yang mencakup pengetahuan umum tentang keuangan, tabungan dan pinjaman, asuransi, serta investasi. Menurut Chen dan Volpe (1998) dalam Litamahuputty (2020), pengetahuan keuangan terdiri dari beberapa indikator, yaitu: 1). Pengetahuan umum mengenai keuangan, nilai waktu uang, dan perencanaan keuangan; 2). Pemahaman tentang perbedaan antara tabungan dan pinjaman; 3). Pemahaman dasar mengenai fungsi dan jenis produk asuransi; serta (4) Pengetahuan tentang produk investasi, suku bunga pasar, dan risiko investasi.

Pengetahuan keuangan (*financial literacy*) didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami konsep dasar keuangan termasuk risiko, diversifikasi, dan karakteristik instrumen investasi yang memungkinkan pengambilan keputusan keuangan yang rasional. Literatur modern menunjukkan korelasi antara pengetahuan keuangan dan perilaku investasi; namun pada aset kripto hasil studi menunjukkan heterogenitas: beberapa studi menemukan hubungan positif signifikan sementara studi lain mendapati efek yang tidak signifikan atau kompleks akibat perilaku investor (Hayashi, 2025). Temuan ini menekankan bahwa pengetahuan saja mungkin tidak cukup untuk menjamin keputusan investasi yang optimal tanpa diperhitungkannya aspek perilaku dan konteks platform.

Pemahaman terhadap dimensi-dimensi tersebut memberikan bekal bagi individu untuk mengambil keputusan keuangan yang rasional, termasuk dalam hal berinvestasi. Pengetahuan keuangan membantu seseorang mengenali manfaat, risiko, dan potensi imbal hasil dari suatu produk investasi. Semakin tinggi tingkat pengetahuan keuangan, maka semakin baik pula kemampuan individu dalam memilih instrumen investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan dan profil risikonya. Penelitian Lusardi dan Mitchell (2014) menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan yang baik secara signifikan meningkatkan kemampuan individu dalam membuat keputusan investasi aset kripto yang tepat.

Dari perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), pengetahuan keuangan berperan dalam membentuk sikap individu terhadap perilaku investasi. Pengetahuan keuangan dapat meningkatkan keyakinan individu (*perceived behavioral control*) terhadap kemampuannya dalam mengambil keputusan investasi aset kripto, serta mempengaruhi norma subjektif individu dalam lingkungannya. Dengan demikian, pengetahuan keuangan berpotensi meningkatkan niat berinvestasi yang positif melalui jalur sikap, kontrol perilaku, dan norma subjektif. Semakin tinggi pengetahuan keuangan, semakin tinggi rasa percaya diri (efikasi diri) investor bahwa mereka mampu mengendalikan hasil investasi mereka.

Menurut teori *Behavioral Finance* (Shefrin, 2000), pengetahuan keuangan membantu individu menghindari bias perilaku seperti *overconfidence* atau *representativeness bias*. Individu dengan pengetahuan keuangan yang tinggi akan lebih rasional dalam menganalisis risiko dan peluang investasi sehingga keputusan investasi yang diambil lebih objektif dan berdasarkan informasi yang valid. Pengaruh positifnya adalah investor menjadi lebih berani mengambil risiko (risk tolerance meningkat) karena risiko tersebut adalah *calculated risk* (risiko yang terukur), bukan perjudian buta. Pengetahuan membantu investor membedakan antara volatilitas pasar yang wajar dan keruntuhan pasar. Sehingga Pengetahuan keuangan meningkatkan rasionalitas dan toleransi risiko yang sehat, mendorong keputusan investasi yang lebih strategis.

*Technology Acceptance Model* (TAM) yang dibuat oleh Davis (1989) menjelaskan adopsi teknologi berdasarkan dua variabel utama: Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) dan Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*). Karena kripto adalah produk fintech, teori ini sangat relevan. Terkait *Perceived Ease of Use*: Pengetahuan keuangan (khususnya literasi digital/finansial) membuat mekanisme *wallet*, *exchange*, dan *key security* terasa lebih mudah dipahami dan tidak mengintimidasi. Terkait *Perceived Usefulness*: Pengetahuan keuangan membantu individu memahami potensi keuntungan kripto sebagai alat lindung nilai (*hedging*) atau diversifikasi portofolio. Individu dengan pengetahuan rendah akan melihat kripto sebagai sesuatu yang "rumit" dan "tidak berguna/berbahaya". Sebaliknya, individu dengan pengetahuan tinggi melihatnya sebagai teknologi yang mudah diakses dan bermanfaat untuk pertumbuhan kekayaan. Sehingga Pengetahuan keuangan meningkatkan persepsi kemudahan dan kegunaan, yang secara positif meningkatkan adopsi atau keputusan investasi kripto.

Penelitian Fitri, H., et al. (2022) menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi pada mahasiswa. Temuan ini mendukung pengembangan hipotesis bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi aset kripto.

Penelitian yang dilakukan oleh Uttari dan Yudiantara (2023) dengan judul Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pendapatan, dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial melalui Aplikasi Bibit menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan investasi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Felicia dan Alfredo (2023) juga menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini pengetahuan keuangan diasumsikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto. Individu dengan tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi akan lebih percaya diri dan rasional dalam mengambil keputusan investasi karena memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk mengevaluasi pilihan investasi yang tersedia. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>1</sub>: Pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto.**

#### **2.4.2 Pengaruh Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto.**

Keamanan transaksi merujuk pada sejauh mana individu meyakini bahwa proses pertukaran aset digital dilakukan dengan perlindungan yang memadai, baik dari sisi kerahasiaan data, keandalan sistem, maupun mitigasi ancaman siber. Aspek keamanan ini meliputi teknologi enkripsi, sistem autentikasi berlapis, serta mekanisme pengawasan yang mampu mencegah penipuan atau akses ilegal. Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tingkat keamanan yang tinggi pada platform aset kripto mampu memperkuat kepercayaan investor dan mengurangi kekhawatiran terhadap risiko teknis maupun kriminal. Persepsi keamanan yang positif membuat investor merasa lebih nyaman dalam menempatkan dana mereka, sehingga mendorong mereka untuk lebih berani mengambil keputusan investasi. Sebaliknya, rendahnya persepsi keamanan dapat

memunculkan ketidakpastian dan mengurangi minat individu dalam berinvestasi pada aset digital yang memiliki karakteristik berisiko tinggi.

Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), keamanan transaksi berkaitan erat dengan *perceived trust*, yaitu keyakinan bahwa teknologi yang digunakan dapat diandalkan. Tingginya rasa aman dalam bertransaksi dapat memperkuat persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan suatu teknologi, sehingga meningkatkan kecenderungan pengguna untuk mengadopsi layanan keuangan digital, termasuk aset kripto.

Sementara menurut *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), persepsi keamanan ikut membentuk sikap dan niat investor dalam melakukan suatu tindakan. Apabila individu menilai bahwa investasi aset kripto memiliki keamanan sistem yang baik, mereka cenderung memandang investasi tersebut sebagai aktivitas yang lebih dapat dipercaya.

Dari sudut pandang *Behavioral Finance*, keamanan transaksi juga mampu mengurangi tekanan emosional dan berbagai bias psikologis. Ketika investor merasa aman, mereka cenderung membuat keputusan lebih rasional, sehingga peluang untuk berinvestasi menjadi lebih besar.

Keamanan transaksi mencakup proteksi data pribadi, mekanisme anti-penipuan, enkripsi, dan kebijakan proteksi konsumen pada platform aset kripto. Kepercayaan (*trust*) terhadap *platform* dan pengelola menjadi mediator penting yang menghubungkan fitur keamanan dengan niat investasi. Studi 2021–2024 menunjukkan bahwa persepsi keamanan yang lebih tinggi meningkatkan kepercayaan pengguna dan berdampak positif pada niat investasi di aset kripto. Kasus penipuan dan iklan menyesatkan pada media sosial juga mempertegas kebutuhan regulasi dan kontrol *platform*.

Beberapa penelitian sebelumnya turut mendukung adanya pengaruh keamanan transaksi terhadap keputusan berinvestasi. Studi Rahman dan Putra (2021) menunjukkan bahwa keamanan sistem transaksi memiliki hubungan

signifikan dengan keputusan investor melalui peningkatan rasa percaya. Penelitian Lestari (2022) menemukan bahwa persepsi terhadap keamanan *platform* perdagangan kripto merupakan faktor penting yang memotivasi investor untuk menanamkan modalnya. Selain itu, penelitian Chan, Lee, dan Wong (2023) juga menegaskan bahwa mekanisme keamanan digital dan transparansi teknologi *blockchain* mampu meningkatkan keyakinan investor dalam melakukan investasi, baik bagi investor pemula maupun yang berpengalaman. Ketiga penelitian tersebut secara konsisten menguatkan bahwa keamanan transaksi merupakan determinan penting dalam pengambilan keputusan investasi aset kripto. Berdasarkan uraian teoritis dan bukti empiris tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

**H<sub>2</sub>: Keamanan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto.**

### **2.4.3 Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto.**

Kemudahan transaksi merujuk pada persepsi individu mengenai seberapa mudah, cepat, dan praktis suatu platform memungkinkan investor untuk melakukan pembelian, penjualan, maupun pengelolaan aset kripto. Dimensi kemudahan ini mencakup tampilan antarmuka yang sederhana, kejelasan instruksi, kecepatan eksekusi transaksi, ketersediaan metode pembayaran, serta minimnya hambatan teknis dalam penggunaan aplikasi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin mudah proses transaksi dilakukan, semakin tinggi kecenderungan investor untuk berinvestasi dalam aset digital. *Platform* yang menyediakan proses registrasi sederhana, fitur navigasi yang intuitif, serta sistem transaksi yang efisien akan meningkatkan kenyamanan pengguna dan mengurangi keraguan mereka dalam berinvestasi. Sebaliknya, sistem yang rumit atau memerlukan langkah-langkah teknis yang sulit dapat menimbulkan persepsi hambatan sehingga menurunkan minat investasi pada aset kripto.

Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), kemudahan transaksi merupakan bagian dari *perceived ease of use*, yang memengaruhi tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi. Ketika investor merasa bahwa *platform* investasi mudah dioperasikan, persepsi kemanfaatan teknologi akan meningkat, sehingga mendorong munculnya niat untuk menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

Menurut *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), persepsi kemudahan turut membentuk keyakinan dan sikap individu terhadap perilaku investasi. Akses yang mudah dan prosedur transaksi yang tidak rumit dapat memperkuat sikap positif investor terhadap aset kripto.

Dari sudut pandang *Behavioral Finance*, kemudahan transaksi mampu mengurangi hambatan psikologis, seperti rasa takut terhadap kesalahan teknis atau kekhawatiran terkait kompleksitas penggunaan teknologi. Dengan adanya persepsi bahwa transaksi dapat dilakukan secara cepat dan praktis, investor cenderung lebih percaya diri dan terdorong untuk mengambil keputusan investasi secara rasional.

Dukungan empiris terhadap pengaruh kemudahan transaksi dapat ditemukan dalam beberapa penelitian terdahulu. Penelitian Siregar dan Hutabarat (2021) mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi perdagangan kripto meningkatkan minat dan keputusan investor dalam bertransaksi aset digital. Penelitian oleh Anggraeni (2022) juga menunjukkan bahwa fitur-fitur aplikasi yang mudah dipahami dan proses transaksi yang sederhana berpengaruh positif terhadap keputusan investasi generasi muda. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Wijaya dan Tan (2023) menegaskan bahwa kemudahan akses dan kecepatan transaksi pada platform kripto merupakan faktor penting yang mendorong investor untuk melakukan pembelian dan penjualan aset secara lebih aktif. Temuan-temuan tersebut mempertegas bahwa kemudahan transaksi merupakan faktor kunci dalam pembentukan keputusan investasi aset kripto. Berdasarkan landasan

teoritis dan bukti empiris tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

**H<sub>3</sub>: Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto.**

#### **2.4.4 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto.**

Persepsi risiko merupakan penilaian subjektif individu terhadap potensi kerugian dan ketidakpastian dalam investasi yang dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, serta kondisi psikologis. Menurut Fikri et al. (2024) persepsi risiko mencakup lima dimensi utama, yaitu: 1). Risiko keuangan yang berkaitan dengan kemungkinan kerugian dan ketidakstabilan pendapatan; 2). Risiko sosial yang muncul dari kekhawatiran terhadap penilaian orang lain; 3). Risiko kinerja yang mencerminkan kekhawatiran terhadap hasil investasi yang tidak sesuai harapan; 4). Risiko waktu dan kemudahan yang berkaitan dengan kompleksitas proses investasi; serta 5). Risiko psikologis yang mencakup tekanan emosional dan kecemasan akibat fluktuasi pasar. Persepsi yang seimbang terhadap berbagai risiko ini mendorong investor untuk mengambil keputusan secara lebih hati-hati namun tetap rasional dalam memilih instrumen investasi. Dalam konteks pengambilan keputusan investasi, persepsi risiko memiliki peran sentral dalam menentukan sejauh mana seorang individu bersedia menempatkan dananya pada instrumen tertentu. Investor yang mampu mengenali dan menilai risiko dengan baik, tidak selalu menghindari risiko, namun justru akan mengambil keputusan yang lebih rasional dan terukur. Persepsi risiko yang positif dan realistis dapat meningkatkan kepercayaan diri investor untuk berinvestasi karena mereka memahami konsekuensi yang mungkin terjadi dan telah mempersiapkan strategi untuk menghadapinya. Sebaliknya, persepsi risiko yang berlebihan atau irasional dapat menghambat pengambilan keputusan, membuat individu lebih cenderung menyimpan dana dalam bentuk yang pasif atau memilih instrumen dengan *return* rendah. Oleh karena itu, pemahaman yang seimbang terhadap risiko menjadi kunci dalam pengambilan keputusan investasi yang optimal.

Menurut *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), persepsi risiko dapat memengaruhi sikap individu terhadap perilaku investasi. Individu yang memiliki persepsi risiko tinggi cenderung menganggap investasi sebagai aktivitas yang berbahaya, sehingga niat untuk berinvestasi menjadi lebih rendah. Sebaliknya, persepsi risiko yang rendah dapat meningkatkan keyakinan individu untuk melakukan investasi. Persepsi risiko yang tinggi (dilihat sebagai peluang) meningkatkan sikap positif terhadap perilaku spekulasi, yang mendorong keputusan investasi.

Dalam teori *Behavioral Finance* (Shefrin, 2000), persepsi risiko berperan penting dalam memengaruhi keputusan investasi karena teori ini menyoroti bagaimana faktor psikologis dan emosional investor dapat menyebabkan penyimpangan dari keputusan rasional yang dijelaskan dalam teori ekonomi klasik. Menurut *behavioral finance*, investor tidak selalu membuat keputusan berdasarkan informasi objektif atau rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh bagaimana mereka mempersepsikan risiko, yang sering kali bersifat subjektif dan emosional. Dengan demikian, persepsi risiko menurut *behavioral finance* mempengaruhi keputusan investasi bukan berdasarkan kalkulasi rasional semata, tetapi juga oleh perasaan takut, pengalaman masa lalu, dan bagaimana individu memproses informasi. Investor dengan persepsi risiko rendah cenderung lebih berani mengambil keputusan investasi, sementara mereka yang persepsi risikonya tinggi cenderung lebih konservatif atau bahkan menghindari investasi sama sekali.

Hubungan positif risiko dalam TAM dapat dilihat melalui variabel *Perceived Usefulness* (Persepsi Kegunaan). Mekanisme Pengaruh: Dalam dunia trading kripto, Volatilitas (Risiko Pasar) adalah fitur utama, bukan bug. Terhadap *Perceived Usefulness*: Jika harga kripto stabil (tidak berisiko fluktuasi), maka aset tersebut tidak berguna bagi trader jangka pendek (*scalper/day trader*) karena tidak ada celah keuntungan (*spread*). Semakin tinggi persepsi risiko fluktuasi harga, semakin tinggi persepsi kegunaan aset tersebut sebagai alat untuk melipatgandakan aset dalam waktu singkat. Risiko dianggap sebagai "bahan bakar" profitabilitas. Sehingga Persepsi risiko (volatilitas) meningkatkan persepsi

kegunaan aset sebagai instrumen spekulatif, yang secara positif memengaruhi keputusan investasi.

Penelitian Rika, A.R. dan Syaiah (2022) mendukung hasil bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi pada investor di MNC *Trade Syariah*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2024) menyebutkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial. Penelitian yang dilakukan oleh Mukaromah (2023) menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi saham syariah. Berdasarkan temuan ini, hipotesis yang diajukan adalah :

**H<sub>4</sub>: Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto.**

#### **2.4.5 Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto.**

Media sosial menjadi saluran utama mahasiswa dalam memperoleh informasi, termasuk informasi seputar keuangan dan investasi. Melalui *platform* seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, mahasiswa terpapar konten edukatif, rekomendasi aset, serta opini dari tokoh atau *influencer* keuangan. Berdasarkan dimensi dan indikator yang dikemukakan oleh Isticharoh dan Kardoyo (2020) serta Rohman dan Safiih (2025), media sosial dapat diartikan sebagai *platform* digital yang digunakan individu untuk mengakses, berbagi, dan mendiskusikan berbagai jenis informasi, termasuk informasi terkait investasi. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi pasar, rekomendasi investasi, dan opini dari *influencer* atau tokoh keuangan. Penggunaan media sosial dalam konteks investasi mencakup beberapa dimensi, yaitu: intensitas penggunaan, yang meliputi frekuensi dan jenis *platform* yang digunakan; jenis informasi, seperti berita pasar, rekomendasi investasi, dan opini *influencer*; pengaruh psikologis, termasuk tren sosial dan tekanan kelompok; serta tingkat efektivitas, yang menunjukkan kemampuan individu dalam memperoleh informasi yang relevan untuk pengambilan keputusan. Dalam kaitannya dengan

keputusan investasi, media sosial berperan sebagai sarana yang mempengaruhi cara individu mengumpulkan informasi, membentuk persepsi risiko dan peluang, serta membuat keputusan secara cepat berdasarkan opini publik atau tren yang sedang berkembang. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial dan semakin relevan informasi yang diterima, maka semakin besar pula kemungkinan individu untuk terdorong mengambil keputusan investasi. Informasi yang tersebar luas melalui media sosial dapat meningkatkan pengetahuan keuangan informal dan memotivasi generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk berinvestasi berdasarkan tren, rekomendasi, atau pengalaman orang lain yang dibagikan secara publik. Penelitian Akram et al. (2019) menunjukkan bahwa media sosial dapat mendorong perilaku investasi melalui pengaruh jejaring sosial dan informasi yang tersebar luas.

Dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), media sosial mempengaruhi norma subjektif dan sikap individu terhadap perilaku investasi. Konten yang dibagikan oleh teman atau *influencer* di media sosial dapat meningkatkan motivasi individu untuk berinvestasi karena dorongan sosial yang kuat.

*Behavioral Finance Theory* menyoroti fenomena psikologis massa, Media sosial adalah mesin penggerak sentiment pasar. Informasi positif yang viral (seperti *tweet* tokoh terkenal atau tren kenaikan harga) memicu *availability heuristic* dimana individu menilai peluang keuntungan lebih tinggi karena informasinya sangat sering muncul di beranda mereka. Sehingga Media sosial memicu antusiasme kolektif dan rasa takut tertinggal (FOMO), yang secara agresif mendorong keputusan pembelian (investasi).

Penelitian Ainurum (2024) menunjukkan bahwa *platform* media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi pada responden. Penelitian yang dilakukan oleh Sani, N. dan Paramita, S. (2024) juga menunjukan bahwa media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan investasi. Berdasarkan penelitian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

**H<sub>5</sub>: Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Tipe Penelitian**

Menurut Sugiyono (2019) metode penelitian pada hakikatnya adalah sebuah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Secara umum tujuan penelitian adalah ada tiga macam yaitu yang bersifat penemuan, pembuktian, dan pengembangan. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan penelitian survei. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel dan diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistic (Kusumastuti et al., 2020).

Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah, sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga desain penelitiannya (Siyoto dan Sodik, 2015). Sugiyono (2019) menyebutkan metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Metode kuantitatif sering disebut dengan metode tradisional, positivistik, ilmiah/*scientific*.

Metode tradisional karena metode ini sudah lama dan mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut sebagai metode ilmiah (*scientific*) karena metode ini telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Sedangkan penelitian survei adalah penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Dalam penelitian survei ini, penulis melakukan penelitian langsung pada responden dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data dan dianalisis menggunakan uji statistik masing-

masing variabel untuk diketahui pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen.

Menurut Sugiyono (2019) penelitian kausal komparatif merupakan penelitian yang dimiliki oleh hubungan yang bersifat sebab akibat, sehingga ada variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian yang bersifat kausalitas. Kausalitas adalah penelitian yang menguji pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Penelitian ini terdiri dari lima variabel dependen yaitu pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan media sosial dengan keputusan investasi sebagai variabel independen. Penelitian ini menggunakan tipe kausal komparatif.

### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian: Universitas Budi Luhur, Jakarta. Waktu pengumpulan data direncanakan pada Semester Genap 2025 (mis. September-Desember 2025), disesuaikan dengan izin etika dan jadwal akademik kampus.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono, (2019), populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Universitas Budi Luhur yang berjumlah 10.734. Alasan dipilihnya Universitas Budi Luhur yaitu :

1. Profil Mahasiswa yang Relevan

Mahasiswa yang lahir tahun 1997-2012 merupakan mayoritas mahasiswa di Universitas Budi Luhur. Karakteristik mahasiswa yang melek teknologi, aktif di media sosial, dan mulai tertarik investasi cocok dengan variabel penelitian.

2. Keterjangkauan dan Akses Peneliti

Peneliti adalah mahasiswa Universitas Budi Luhur sehingga memudahkan dalam pengumpulan data secara efisien.

3. Relevansi dengan Visi Kampus

Budi Luhur memiliki fokus pada pengembangan karakter dan kompetensi mahasiswa, termasuk pengetahuan keuangan.

**Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Universitas Budi Luhur**

Semester/Angkatan	Jumlah Mahasiswa
Genap 2025	1.274
Ganjil 2024	9.103
<b>Total</b>	<b>10.374</b>

Sumber : [pddikti.kemdiktisaintek.go.id](http://pddikti.kemdiktisaintek.go.id) (2024&2025)

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Jumlah dan karakteristik populasi membentuk sampel. Jika populasi besar dan peneliti tidak memiliki dana, tenaga, atau waktu yang cukup untuk mempelajari semua aspeknya, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Prosedur pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Dari segi efisiensi, teknik ini menawarkan beberapa keuntungan praktis. Proses pengumpulan data menjadi lebih terfokus dan efisien, baik dalam hal waktu maupun biaya, karena peneliti dapat langsung menargetkan populasi yang relevan. Selain itu, pendekatan ini juga meminimalisir masalah *non-response* yang sering terjadi pada metode sampling acak, sekaligus memastikan validitas internal melalui homogenitas karakteristik responden yang terkait langsung dengan variabel penelitian.

Meskipun demikian, peneliti secara kritis menyadari keterbatasan metode ini dalam hal generalisasi hasil. Sebagai bentuk mitigasi, penelitian ini menyertakan deskripsi rinci tentang karakteristik responden. Dengan demikian, *purposive sampling* dipandang sebagai pilihan metodologis yang paling tepat dan dapat dipertanggungjawabkan untuk mencapai tujuan penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2017:85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang dipertimbangkan untuk memperoleh sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Universitas Budi Luhur yang berumur 18 s.d. 28 tahun atau yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012;
2. Mahasiswa aktif Universitas Budi Luhur yang pernah melakukan investasi;
3. Responden mengerti istilah dasar pengelolaan keuangan agar dapat menjawab kuisioner dengan benar dan memberikan data yang valid.

Untuk menentukan jumlah minimal responden pada penelitian ini menggunakan rumus *slovin*, yaitu metode yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang diperlukan dari suatu populasi dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) tertentu agar hasil penelitian representatif dan dapat digeneralisasikan ke populasi. Rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel yang diperlukan

$N$  : Jumlah populasi

$e^2$  : tingkat kesalahan yang ditoleransi (*margin of error*)

Berdasarkan rumus diatas jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{10.374}{1 + 10.374 \times (0,10)^2}$$

$$n = \frac{10.374}{104,74}$$

$$n = 99$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

Jumlah sampel pada penelitian ini berdasarkan hasil rumus diatas yaitu sebanyak 100 responden yaitu Mahasiswa Universitas Budi Luhur.

Pemilihan jumlah sampel minimal pada penelitian ini mengikuti standar dan pedoman internasional untuk PLS-SEM. Menurut Hair et al., (2021), ukuran sampel minimum dapat mengacu pada *rule of thumb "10 times rule"*, yakni minimal 10 kali jumlah indikator terbanyak dalam satu konstruk atau 10 kali jumlah jalur ke konstruk yang paling banyak diprediksi. Dengan total sampel 99 yang terkumpul, penelitian ini telah memenuhi kriteria minimum yang direkomendasikan untuk PLS-SEM. Selain itu, rentang 80 - 100 responden dinilai cukup untuk model dengan kompleksitas sederhana hingga moderat khususnya ketika tujuan utama penelitian adalah eksplanasi dan prediksi, bukan konfirmasi teori secara absolut (Hair et al., 2021). Ukuran sampel ini juga konsisten dengan praktik dan rekomendasi dalam kajian internasional terkait riset pada kelompok mahasiswa di satu institusi.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data Penelitian**

Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiono, 2019). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan kepada responden pertanyaan atau pernyataan untuk dijawabnya. Kuesioner penelitian ini diberikan kepada responden mahasiswa Universitas Budi Luhur secara online melalui *google form* yang disebar oleh peneliti melalui *whatsapp*.

Dalam penelitian survei ini, penulis melakukan penelitian langsung pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur untuk memperoleh data yang berhubungan dengan penelitian ini. Responden diminta untuk mengisi kuesioner tersebut. Dalam kuesioner (*google form*) tersebut terdapat dua bagian yang akan diisi oleh responden. Bagian pertama yaitu pengisian data demografis, seperti jenis kelamin, umur, pendidikan formal tertinggi yang dimiliki, pekerjaan, dan pendapatan bulanan. Bagian kedua yaitu pengisian daftar pertanyaan terkait dengan penelitian ini, yaitu tentang pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, media sosial, dan keputusan investasi aset kripto.

Penelitian ini telah melalui surat izin pengantar riset dan surat izin penyebaran kuesioner. Partisipan memberikan pernyataan “bersedia” sebelum berpartisipasi, serta dijamin kerahasiaan dan keamanan data pribadi mereka. Data penelitian dapat diakses sesuai permohonan melalui penulis utama dengan tetap menjaga anonimitas partisipan.

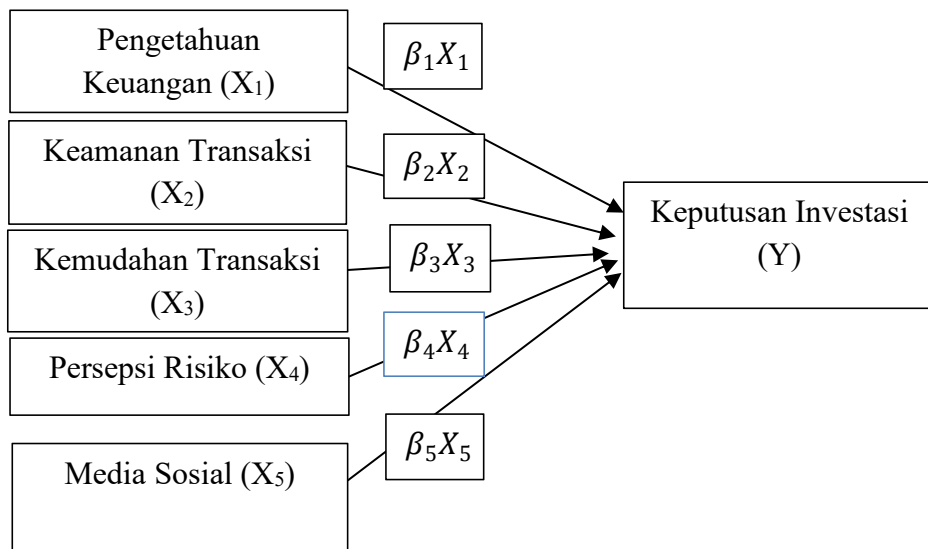
Teknik yang digunakan untuk mengukur skor diukur dengan skala pengukuran yaitu skala likert. Menurut Sugiyono (2019) skala *likert* adalah metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Kategori jawaban skala likert terdiri atas rentang angka 1 sampai 5 dengan jawaban kuesioner yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Apabila sejumlah item dalam skala Likert digabungkan melalui penjumlahan atau penghitungan rata-rata, maka hasil pengukurannya dapat dianggap sebagai data berskala interval, sehingga layak untuk dianalisis menggunakan teknik statistik parametrik Carifio, J., & Perla, R. J. (2008).

### **3.5 Model dan Diagram Penelitian**

Model penelitian ini disusun untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen (X) yaitu Pengetahuan Keuangan, Keamanan Transaksi, Kemudahan Transaksi, Persepsi Risiko, dan Media Sosial terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Investasi Aset Kripto. Model ini diuji secara empiris melalui

pengolahan data kuantitatif dan dianalisis menggunakan teknik Regresi Linier, karena terdapat lebih dari satu variabel bebas yang mempengaruhi satu variabel terikat.

Berdasarkan model persamaan regresi penelitian yang sudah dijabarkan diatas, maka dapat digambarkan menjadi bentuk diagram jalur yang merupakan hubungan antar variabel, yaitu sebagai berikut :



**Gambar 3.1**  
**Diagram Jalur Penelitian**

Adapun persamaan model analisis regresi linier yang digunakan variabel dalam persamaan regresinya dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Investasi Aset Kripto

$\alpha$  : Nilai Konstanta

$\beta$  : Koefisien Regresi (Peningkatan Maupun Penurunan Nilai)

X<sub>1</sub> : Pengetahuan Keuangan

X<sub>2</sub> : Keamanan Transaksi

X<sub>3</sub> : Kemudahan Transaksi

X<sub>4</sub> : Persepsi Risiko

X<sub>5</sub> : Media Sosial

e : Error (variabel lain diluar penelitian ini)

### 3.6 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah proses mendefinisikan variabel dengan tegas, sehingga menjadi faktor-faktor yang dapat diukur. Operasionalisasi variabel berisi uraian rinci mengenai cara pengukuran setiap variabel penelitian yang digunakan dalam model penelitian.

Aspek yang diteliti dalam penelitian ini meliputi variabel yaitu Pengetahuan Keuangan (X<sub>1</sub>), variabel (X<sub>2</sub>) yaitu Keamanan Transaksi, variabel (X<sub>3</sub>) yaitu Kemudahan Transaksi, variabel (X<sub>4</sub>) yaitu Persepsi Risiko, Variabel (X<sub>5</sub>) yaitu Media Sosial, serta (Y) yaitu Keputusan Investasi Aset Kripto. Teori ini dipergunakan sebagai landasan atau alasan mengapa suatu yang bersangkutan memang bisa mempengaruhi variabel terikat atau merupakan suatu penyebab Operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Kuisisioner	Skala
<b>Pengetahuan Keuangan (X<sub>1</sub>)</b>  Chen & Volpe (1998) dalam Litamahuputty. V (2020)	Pengetahuan Umum ( <i>General Knowledge</i> )	Pemahaman konsep dasar keuangan seperti aset, liabilitas, dan risiko.	X1.1	Interval
		Pemahaman investasi memiliki risiko yang berbeda-beda.	X1.2	Interval
		Pemahaman cara kerja aset kripto secara umum.	X1.3	Interval
		Mengetahui faktor yang memengaruhi harga aset kripto.	X1.4	Interval
		Pemahaman pentingnya diversifikasi dalam investasi.	X1.5	Interval

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Kuisisioner	Skala
<b>Keamanan Transaksi (X<sub>2</sub>)</b>  Studi Rahman dan Putra (2021)	Keamanan Sistem Transaksi	Platform kripto yang digunakan memiliki sistem keamanan yang baik.	X2.1	Interval
		Data pribadi aman ketika menggunakan aplikasi kripto.	X2.2	Interval
		Percaya bahwa transaksi aset kripto saya terlindungi dari peretasan.	X2.3	Interval
		Yakin platform kripto memiliki proteksi terhadap penipuan.	X2.4	Interval
		Keamanan transaksi memengaruhi keputusan berinvestasi kripto.	X2.5	Interval
<b>Kemudahan Transaksi (X<sub>3</sub>)</b>  Siregar dan Hutabarat (2021)	Kemudahan Penggunaan Aplikasi Perdagangan Kripto	Aplikasi kripto yang yang digunakan mudah dipelajari.	X3.1	Interval
		Proses registrasi akun pada platform kripto mudah dilakukan.	X3.2	Interval
		Fitur transaksi pada aplikasi kripto mudah dipahami.	X3.3	Interval
		Proses jual-beli aset kripto dapat dilakukan dengan cepat.	X3.4	Interval
		Kemudahan penggunaan aplikasi memotivasi saya berinvestasi kripto.	X3.5	Interval
<b>Persepsi Risiko (X<sub>4</sub>)</b>  Fikri, M.K., et al (2024)	Risiko Keuangan	Investasi aset kripto memiliki risiko kerugian yang tinggi.	X4.1	Interval
		Pemahaman harga aset kripto sangat berfluktuasi.	X4.2	Interval
		Khawatir kehilangan dana saat berinvestasi kripto.	X4.3	Interval

Variabel	Dimensi	Indikator	Butir Kuisisioner	Skala
		Pemahaman keamanan aset kripto kurang stabil.	X.4	Interval
		Risiko yang tinggi membuat berpikir dua kali sebelum berinvestasi kripto.	X4.5	Interval
<b>Media Sosial (X<sub>5</sub>)</b> (Isticharoh dan Kardoyo, 2020), (Rohman, dan Safih 2025).	Intensitas Penggunaan	Mendapatkan informasi tentang aset kripto dari media sosial.	X5.1	Interval
		Pendapat influencer memengaruhi ketertarikan pada aset kripto.	X5.2	Interval
		Review atau testimoni pengguna lain memengaruhi keputusan investasi.	X5.3	Interval
		Mengikuti komunitas online yang membahas aset kripto.	X5.4	Interval
		Informasi viral di media sosial membuat tertarik mencoba investasi kripto.	X5.5	Interval
<b>Keputusan Investasi (Y)</b> Tandililin (2010), Ilham, M. (2020)	<i>Return</i>	Memiliki minat untuk berinvestasi aset kripto.	Y.1	Interval
		Keputusan untuk membeli aset kripto berdasarkan informasi yang diperoleh.	Y.2	Interval
	Tingkat Risiko	Berani mengambil keputusan investasi pada aset kripto meski berisiko.	Y.3	Interval
		Memiliki tujuan spesifik dalam berinvestasi aset kripto.	Y.4	Interval
		Tertarik menambah jumlah investasi aset kripto di masa depan.	Y.5	Interval

Sumber : Chen & Volpe (1998), Litamahuputty (2020), Fikri, M.K., et al (2024), Studi Rahman dan Putra (2021), Siregar dan Hutabarat (2021), (Isticharoh dan Kardoyo, 2020), (Rohman, dan Safiih 2025), Tandelilin (2010), Ilham, M. (2020)

### 3.7 Teknis Analisis Data

Pada penelitian yang bersifat kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data yang diinginkan oleh peneliti dari seluruh responden atau sumber data lain sudah terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2019).

Teknik analisis data yang digunakan untuk menggambarkan dan menyederhanakan data penelitian guna mendukung pemecahan masalah dan memperoleh saran secara operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Microsoft excel untuk membuat tabulasi data penelitian, digunakan untuk membuat analisis statistic deskriptif. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum dan minimum (Ghozali, 2018).
2. *SmartPLS V.3.2.9 (Software for Partial Least Squares Structural Equation Modeling)*, digunakan untuk analisis regresi dengan *PLS Path Modeling*.

Alasan digunakannya *Software SmartPLS* dalam penelitian ini, yaitu :

1. Ukuran sampel yang relatif kecil (n=99) lebih sesuai dan tidak memerlukan asumsi distribusi normal dan dapat bekerja dengan baik pada sampel kecil (Hair et al., 2019).
2. Model penelitian melibatkan lima variabel laten dengan berbagai indikator, di mana PLS-SEM lebih kuat terhadap kompleksitas model (Henseler et al., 2016).

3. *Software SmartPLS* mampu menghitung *weights* setiap indikator mana yang dominan dan yang tidak dominan.
4. Adanya variabel formatif (misalnya: gaya hidup) yang lebih mudah diakomodasi dalam PLS-SEM (Richter et al., 2020).
5. Fleksibilitas dalam menangani missing data dan multikolinearitas (Hair et al., 2022).
6. Indikator variabel dalam *SmartPLS* dapat bersifat reflektif dan formatif, yang tidak dapat dilakukan pada *software* lain.
7. Data yang diolah pada *SmartPLS* tidak perlu berdistribusi normal.
8. Jumlah sampel dengan *SmartPLS* tidak perlu besar.
9. *Software SmartPLS* mampu menghitung t-statistik dan p-value dari setiap indikator kepada variabelnya, hal ini tidak dilakukan pada *software* lain.
10. *Software SmartPLS* mudah di pahami oleh penguji dibandingkan *software* lain.

### **3.7.1. Skala Data**

Skala data yang digunakan untuk mengukur variabel independen dan dependen dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Rating dirancang dalam lima poin skala likert, yaitu: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju. Skala interval memungkinkan kita untuk melakukan operasi aritmatika tertentu pada data yang dikumpulkan dari responden. Sedangkan skala nominal memungkinkan kita hanya untuk kualitatif membedakan kelompok dengan mengelompokkan mereka ke dalam set eksklusif dan kolektif lengkap, dan skala ordinal untuk menentukan peringkat order preferensi, skala interval memungkinkan kita mengukur jarak antara dua titik pada skala. Hal ini membantu kita untuk menghitung sarana dan standar penyimpangan dari respon pada variabel. Penggunaan skala likert pada statistik parametrik dibenarkan dengan merujuk Imam Ghazali (2018), yang menyatakan bahwa skala likert memiliki nilai korelasi yang tinggi dengan skala skala guttman dan thortoen, yaitu sebesar 0,92, sehingga skala likert dapat dianggap interval. Senada dengan Imam Ghazali, Uma Sekaran (2003) juga berpendapat bahwa skala likert adalah skala

pengukuran yang menghasilkan data interval. Begitu juga dengan Sugiyono (2002) yang menyatakan bahwa skala likert menghasilkan data interval, yang digambarkan dengan garis kontinum pada kategori skala likert. Responden diminta untuk memilih sesuai persepsinya dalam setiap pertanyaan kuesioner yang sudah diberi alternatif jawaban dengan memberi tanda check list (√) pada setiap kolom yang dipilih yang telah disediakan.

Dengan kata lain, skala interval tidak hanya kelompok individu yang sesuai dengan kategori tertentu namun juga urutan kelompok, dan mengukur besarnya perbedaan preferensi antara individu. Jika, misalnya karyawan berpikir bahwa: 1) itu lebih penting bagi mereka untuk memiliki berbagai keterampilan dalam pekerjaan mereka dari pada menyelesaikan tugas dari awal sampai akhir, dan 2) itu lebih penting bagi mereka untuk melayani orang dari pada untuk bekerja secara independen pada pekerjaan, maka skala interval akan menunjukkan apakah preferensi pertama adalah pada tingkat yang sama, pada tingkat lebih rendah, atau tingkat yang lebih besar dari pada yang kedua.

### **3.7.2. Tahap Pengujian *SmartPLS***

Pengujian dalam metode *Partial Least Square (PLS)* mencakup dua tahap evaluasi, yaitu terhadap outer model dan inner model. *Outer model* digunakan untuk mengukur sejauh mana indikator dalam model dapat dipercaya dan valid. Sementara itu, *inner model* berfungsi untuk menilai hubungan antar variabel dan melihat apakah terdapat pengaruh kausal antara satu variabel dengan yang lain (Jogiyanto dan Abdillah, 2009).

Priyatno (2013) menjelaskan bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Uji ini penting karena data yang berdistribusi normal dianggap mewakili populasi secara lebih baik. Yang diuji dalam uji normalitas bukan variabel-variabel secara terpisah, melainkan residual dari hasil model regresi.

### 3.7.2.1. Merancang Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran atau *outer model* digunakan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dapat merepresentasikan variabel latennya, baik dari segi validitas maupun reliabilitas. Dengan kata lain, model ini menggambarkan hubungan antara setiap indikator dengan variabel laten yang diwakilinya. Menurut Hussein (2015), terdapat beberapa uji dalam *outer model*, yaitu:

1. *Convergent Validity*

Mengukur seberapa besar hubungan antara indikator dengan konstruk variabel laten yang diwakilinya. Nilai loading faktor idealnya lebih besar dari 0,7 ( $>0.7$ ).

2. *Discriminant Validity*

Uji ini menilai apakah suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya. Ini dilakukan dengan membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dimaksud dengan nilai loading terhadap konstruk lain. Nilai *loading* seharusnya lebih tinggi pada konstruk yang dituju. Dalam penelitian ini, validitas diskriminan diuji menggunakan tiga pendekatan, yaitu *Cross Loading*, *Kriteria Fornell-Larcker*, dan *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*.

3. *Average Variance Extracted (AVE)*

Salah satu cara lain untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan membandingkan akar kuadrat nilai AVE suatu konstruk dengan korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lain. Nilai AVE yang dianggap baik minimal 0,5.

4. *Composite Reliability*

Digunakan untuk mengukur reliabilitas konsistensi internal suatu konstruk. Nilai CR di atas 0,70 dianggap menunjukkan konsistensi internal yang baik (Hair et al., 2021). Nilai yang baik sebaiknya  $> 0,7$  untuk menunjukkan tingkat reliabilitas yang tinggi.

5. *Cronbach's Alpha*

Sebagai uji tambahan terhadap reliabilitas, nilai *Cronbach Alpha* yang baik diharapkan  $> 0,6$  untuk setiap konstruk dalam model.

### 3.7.2.2. Merancang Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural dalam PLS dievaluasi dengan mengukur koefisien determinasi atau Uji R<sup>2</sup> dan koefisien *path t-value* melalui perbandingan t-statistik dan t-tabel. Parameter pengukuran inner model pada PLS sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

Tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen diukur menggunakan nilai R<sup>2</sup>. Sehingga dapat memberikan gambaran seberapa besar variabel dependen dapat dipengaruhi oleh variabel independennya. Semakin tinggi nilai R<sup>2</sup> semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan (Jogiyanto dan Abdillah, 2009).

2. Koefisien *Path* atau *t-values*

Nilai koefisien *path* menunjukkan signifikansi antar variabel dalam model struktural atau dalam pengujian hipotesis. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah hipotesis satu ekor (*one-tailed*). Hipotesis diterima apabila nilai t-statistik lebih besar dari 1,64 yang merupakan nilai t-tabel untuk pengujian dengan alpha 5% (Jogiyanto dan Abdillah, 2009).

### 3.7.2.3. Uji Kecocokan Model (Model Fit)

Untuk menilai apakah data yang dikumpulkan konsisten dan cocok dengan model maka dilakukan uji kecocokan model. Jika model tidak cocok dengan data maka perlu dicari penyebabnya pada model, dan dicari cara untuk memodifikasi model tersebut agar diperoleh kecocokan data yang lebih baik. Jika model sudah cocok dengan data, berarti model tersebut sudah benar dan baik menurut *goodness of fit*. Pengukuran model dalam SmartPLS dapat diringkas seperti tampak pada tabel berikut:

**Tabel 3.3 Uji Kecocokan Model (Model Fit) SmartPLS**

Ukuran	Kriteria	Model Fit
SRMR	< 0,08 (Henseler et al, 2014)	Model Fit
NFI	> 0,90 Bentler & Bonett (1980)	Model Fit
d_ ULS	> 0,05 (Dijkstra & Henseler (2015))	Model Fit
d_ G	> 0,05 Dijkstra & Henseler (2015)	Model Fit
Chi Square	Lebih besar dari F Tabel	Model Fit
Rms_Theta	< 0,12 Henseler et al. (2016)	Model Fit

Sumber: <https://www.smartpls.com/documentation/functionalities/model-fit>

*Standard Root Mean Square Residual (SRMR)* merupakan ukuran nilai absolut rata-rata residu kovarian, akar standar rata-rata residu kuadrat *Standard Root Mean Square Residual (SRMR)* berdasarkan transformasi matriks kovariansi sampel dan matriks kovariansi yang diprediksi menjadi matriks korelasi. *Standard Root Mean Square Residual (SRMR)* didefinisikan sebagai perbedaan antara korelasi yang diamati dan model matriks korelasi tersirat. Dengan demikian, ini memungkinkan menilai besarnya rata-rata perbedaan antara korelasi yang diamati dan yang diharapkan sebagai ukuran mutlak kriteria (model) yang sesuai. Nilai kurang dari 0,10 atau 0,08 (dalam versi yang lebih konservatif, lihat Hu dan Bentler, 1999) dianggap sesuai. Henseler, et al (2014) memperkenalkan *Standard Root Mean Square Residual (SRMR)* sebagai *goodness of fit measure* untuk SEM-PLS yang dapat digunakan untuk menghindari *misspecification model*.

Normed Fit Index (NFI) menghitung nilai  $Chi^2$  dari model yang diusulkan dan membandingkannya dengan tolok ukur yang berarti. Karena nilai  $Chi^2$  dari model yang diusulkan itu sendiri tidak memberikan informasi yang cukup untuk menilai kecocokan model, NFI menggunakan nilai  $Chi^2$  dari model null, sebagai tolok ukur. *Normed Fit Index (NFI)* kemudian didefinisikan sebagai 1 dikurangi nilai  $Chi^2$  dari model yang diusulkan dibagi dengan nilai  $Chi^2$  dari model null. Akibatnya, *Normed Fit Index (NFI)* menghasilkan nilai antara 0 dan 1. Semakin mendekati *Normed Fit Index (NFI)* menjadi 1, semakin baik kecocokannya. Nilai *Normed Fit Index (NFI)* diatas 0,9 biasanya mewakili

kecocokan yang dapat diterima. Lohmoller (1989) memberikan informasi rinci tentang perhitungan *Normed Fit Index (NFI)* model jalan PLS.

Rms\_Theta adalah matriks kovarian residu kuadrat rata-rata dari residu model luar (Lohmoller, 1989). Rms\_Theta menilai sejauh mana residu model luar berkorelasi. Ukuran harus mendekati nol untuk menunjukkan model yang baik sesuai, karena akan menyiratkan bahwa korelasi antara residu model luar sangat kecil (mendekati nol). Nilai Rms\_Theta dibawah 0,12 mengindikasikan model cocok/pantas, sedangkan nilai yang lebih tinggi menunjukkan kurangnya kecocokan.

#### 3.7.2.4. Evaluasi Kecocokan Model

Evaluasi kecocokan model pengukuran dapat dilakukan apabila uji kecocokan model secara keseluruhan telah selesai. Pengukuran model dalam PLS dapat diringkas seperti tampak pada tabel 3.4 berikut ini:

**Tabel 3.4 Model Pengukuran PLS**

Model Pengukuran	Kriteria
<i>Convergent validity</i>	Lebih dari 0,7 dikatakan tinggi dan jika 0,5 - 0,6 dikatakan cukup
<i>Discriminant validity</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> yang direkomendasikan harus lebih besar dari 0,5
<i>Coefficient of determinan (R<sup>2</sup>)</i>	Nilai R <sup>2</sup> berkisar antara 0 - 1 dengan nilai yang lebih tinggi mengindikasikan tingkat prediksi yang semakin akurat
<i>Size and significance of path coefficients</i>	<i>Critical value</i> untuk pengujian <i>two-tailed</i> adalah 1,65 (tingkat signifikansi = 10%; 1,96 (tingkat signifikansi = 5%) dan 2,57 (tingkat signifikansi = 1%)
<i>Predictive Relevance (Q<sup>2</sup>)</i>	Nilai Q <sup>2</sup> yang lebih besar dari nol (0) artinya model jalur relevan digunakan untuk memprediksi konstruk.

Sumber: Hair et al., 2021

#### 3.7.2.5. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menjelaskan arah hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen. Pengujian dilakukan dengan cara analisis jalur (*path analysis*) melalui Program SmartPLS dapat secara simultan menguji

model struktural yang kompleks, sehingga dapat diketahui hasil analisis jalur dalam satu kali analisis regresi. Pada model pengaruh langsung (*direct effect*) variabel yang diteliti dibagi menjadi dua jenis yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen adalah variabel yang tidak diprediksi oleh variabel-variabel yang lain yang terdapat dalam model. Konstruksi eksogen adalah konstruksi yang dituju oleh garis dengan satu ujung anak panah atau juga bisa disebut variabel independen.

Variabel dependen merupakan faktor-faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruksi. Konstruksi dependen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruksi dependen lainnya, tetapi konstruksi dependen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruksi dependen atau bisa juga disebut variabel dependen.

Hasil korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat *path coefficients* dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian yang terdapat pada bab dua. Suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak secara statistik dapat dihitung melalui tingkat signifikansinya. Biasanya tingkat signifikansi ditentukan sebanyak 10%, 5% dan 1%. Tingkat signifikansi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebesar 5%. Apabila tingkat signifikansi yang dipilih sebesar 5% maka tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. Dalam penelitian ini ada kemungkinan mengambil keputusan yang salah sebesar 5%. Berikut ini yang digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yaitu:

1.  $p\text{-value} \geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima .
2.  $p\text{-value} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Uji ini dapat memberikan jawaban berdasarkan hipotesis yang telah dibuat pada bab II, yaitu sebagai berikut:

$H_{01}$ : Pengetahuan keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi

$H_{a1}$ : Pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi

$H_{02}$ : Keamanan transaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi

$H_{a2}$ : Keamanan transaksi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi

$H_{03}$ : Kemudahan Transaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi

H<sub>a3</sub> : Kemudahan Transaksi berpengaruh positif terhadap keputusan investasi

H<sub>04</sub> : Persepsi Risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi

H<sub>a4</sub> : Persepsi Risiko berpengaruh positif terhadap keputusan investasi

H<sub>05</sub> : Media sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi

H<sub>a5</sub> : DamMedia sosial berpengaruh positif terhadap keputusan investasi

### **3.7.2.6 Alasan Menggunakan SmartPLS**

PLS merupakan metode analisis yang powerful karena tidak didasarkan pada banyak asumsi (Wold, 1985). Data tidak harus terdistribusi normal multivariat (indikator dengan skala teori, ordinal, interval sampai ratio digunakan pada model yang sama), dan sampel tidak harus besar. Selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, PLS dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada tidaknya hubungan antara variabel laten. Karena lebih menitikberatkan pada data dan dengan prosedur estimasi yang terbatas, maka misspesifikasi model tidak begitu berpengaruh terhadap estimasi parameter. PLS dapat menganalisis sekaligus konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan indikator formatif, dan hal ini tidak mungkin dijalankan dalam covarian based SEM karena akan terjadi unidentified model (Ghozali & Latan ,2012). Berikut adalah beberapa alasan penggunaan PLS pada penelitian ini:

1. Algoritma PLS tidak terbatas hanya untuk hubungan antara indikator dengan konstruk latennya yang bersifat reflektif saja, tetapi algoritma PLS juga dipakai untuk hubungan yang bersifat formatif.
2. PLS dapat digunakan untuk menaksir model path.
3. PLS dapat digunakan untuk model yang sangat kompleks yaitu terdiri dari banyak variabel laten dan manifest tanpa mengalami masalah dalam estimasi data.
4. PLS dapat digunakan ketika distribusi data sangat miring atau tidak tersebar di seluruh nilai rata-ratanya.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Deskripsi Sampel Penelitian

Universitas Budi Luhur didirikan dan dibangun atas dasar komitmen *founding father* Djaetun, HS., pada tahun 1979 yang kuat untuk menyiapkan sumber daya manusia yang berkualitas pada bidang Komputer di Indonesia. Dalam upaya mengembangkan Universitas Budi Luhur, landasan kuat telah disiapkan oleh *founding father*, Djaetun Universitas Budi Luhur memiliki landasan nilai “Cerdas Berbudi Luhur” atau kecerdasan dan keluhuran budi. Kecerdasan ditunjukkan dengan sifat-sifat utama yaitu: kreatif dan inovatif. Keluhuran budi merupakan pengamalan nilai-nilai kearifan lokal dalam interaksi dengan Tuhan dan interaksi dengan sesama makhluk. Keduanya dikerjakan dikerjakan dalam rangka pengabdian kepada Tuhan dan mencari ridho- Nya yang dijiwai oleh sifat-sifat utama, yaitu: cinta kasih, jujur, ikhlas, adil, kerja sama, toleransi, arif, amanah dan tanggung jawab.

*Founding father* memiliki harapan, kehadiran Universitas Budi Luhur akan mendatangkan kemaslahatan bagi alam semesta; yaitu memberikan manfaat bagi lingkungan baik lingkungan sosial maupun lingkungan alam sekitar. Universitas Budi Luhur memiliki komitmen untuk menghasilkan manusia yang mampu melaksanakan fungsinya sebagai utusan Tuhan dan mampu bersaing dalam kehidupan yang mensyaratkan perlunya modal spiritual, intelektual, emosional, dan fisik yang prima dalam menghadapi perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, budaya, dan seni serta dinamika masyarakat yang terus berkembang dan berubah.

Segenap warga Universitas Budi Luhur bertekad berkomitmen bekerja keras, selaras, serasi dan seimbang yang dilandasi iman dan taqwa untuk menghasilkan lulusan sebagai manusia seutuhnya dan bermartabat yang

pengabdianannya di masyarakat selalu membawa keharuman bangsa dan negara, kemakmuran, kesejahteraan, berbudi luhur serta perdamaian umat manusia.

Universitas Budi Luhur (UBL) Jakarta, merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta terkemuka di Indonesia yang didirikan pada tahun 1979 yang merupakan kampus pertama Komputer yang terletak di Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan. Sesuai dengan amanah Undang-Undang Pendidikan (UUP) No. 12 tahun 2012, UBL mempunyai kewajiban melaksanakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat yang memiliki daya saing baik ditingkat nasional maupun di tingkat internasional. Untuk mengimplementasi amanat UUP No. 12 tahun 2012, Universitas Budi Luhur telah berperan aktif dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni, serta mempunyai andil besar dalam mencerdaskan kehidupan bangsa, mengatasi berbagai persoalan bangsa, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memelihara kelestarian lingkungan dan budaya. UBL juga telah banyak menjalin kerja sama dengan berbagai institusi di dalam maupun luar negeri dalam upaya mewujudkan visi dan misi yang diembannya.

Globalisasi dan perkembangan teknologi membuat persaingan Perguruan Tinggi semakin tajam atau ketat. Persaingan di tingkat Nasional seperti pemeringkatan berbasiskan klasterisasi perguruan tinggi oleh Kemendikbudristek, maupun pemeringkatan Internasional. UBL berupaya terus bergerak maju agar mencapai target yang diinginkan dengan posisi yang semakin baik. UBL berkomitmen akan terus berusaha meningkatkan ketrampilan (*skill*) mahasiswa sesuai kebutuhan saat ini dan di masa depan, yang harus mampu memecahkan masalah, berpikir kritis, kreatif, memiliki keahlian digital dan berkolaborasi.

Penelitian ini mengambil sampel dari 5 Fakultas di Universitas Budi Luhur, meliputi: Fakultas Teknologi Informasi (FTI), Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif (FKDK), Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), Fakultas Teknik (FT), Fakultas Ilmu Sosial dan Studi Global (FISSIG). Data yang diolah adalah data

primer yaitu jawaban responden atau kuesioner yang disebar oleh peneliti pada table 4.1. sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Rekapitulasi Penyebaran Kuesioner**

No.	Fakultas	Penyebaran	Terkirim	Tidak Kembali	Kembali
1.	Fakultas Teknologi Informasi (FTI)	Langsung	25	5	20
2.	Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif (FKDK)	Langsung	25	7	18
3.	Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)	Langsung	25	5	20
4.	Fakultas Teknik (FT)	Langsung	25	4	21
5.	Fakultas Ilmu Sosial dan Studi Global (FISSIG)	Langsung	25	4	21
<b>Total</b>			<b>125</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>Persentase</b>			<b>100,0%</b>	<b>20,0%</b>	<b>80,0%</b>

Sumber : Kuesioner Penelitian 2025

Berdasarkan rumus *slovin* jumlah sampel adalah 100, maka data yang diolah adalah 100. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, mahasiswa aktif, pendapatan, investasi, jenis investasi, sumber informasi investasi, waktu penggunaan media sosial, media sosial informasi keuangan/investasi, kebiasaan menabung/investasi, pernah mengikuti edukasi/ seminar/ webinar terkait investasi.

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	29	29,0%
Perempuan	71	71,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Tabulasi Kuesioner Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data responden pada Tabel 4.2, diketahui bahwa sebanyak 71 responden atau sebesar 71,0% merupakan responden berjenis

kelamin perempuan, sedangkan 29 responden atau sebesar 29,0% merupakan responden berjenis kelamin laki-laki. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yang menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan dalam partisipasi pada penelitian ini dibandingkan laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak membuat keputusan investasi dibandingkan dengan laki-laki.

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Presentase
16-22 Tahun	66	66,0%
23-28 Tahun	28	28,0%
> 28 Tahun	6	6,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Tabulasi Kuesioner Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data responden pada Tabel 4.3, diketahui bahwa sebanyak 66 responden atau sebesar 66,0% berada pada rentang usia 16–22 tahun, sebanyak 28 responden atau sebesar 28,0% berada pada rentang usia 23–28 tahun, dan sisanya 6 responden atau sebesar 6,0% berusia lebih dari 28 tahun. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada kategori usia 16–22 tahun, yang menunjukkan bahwa responden berusia muda mendominasi dalam sampel penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang berumur 18-22 tahun lebih mampu membuat keputusan investasi.

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah/Belum Bekerja**

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Belum Bekerja	12	12%
Sudah Bekerja	88	88%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Tabulasi Kuesioner Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data responden pada Tabel 4.4, diketahui responden yang belum bekerja adalah 12 orang (12%), sedangkan responden yang sudah

bekerja sebesar 88 orang (88%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini sudah bekerja.

**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Mahasiswa	100	100%
Lainnya	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Tabulasi Kuesioner Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data responden pada Tabel 4.5, diketahui bahwa sebanyak 100 responden atau sebesar 100% merupakan mahasiswa, dan sebanyak 0 responden atau sebesar 0% memiliki pekerjaan lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pelajar atau mahasiswa, yang menunjukkan bahwa kelompok ini mendominasi sebagai sampel dalam penelitian yang dilakukan.

**Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa Aktif UBL**

Mahasiswa Aktif UBL	Jumlah	Presentase
Ya	100	100%
Tidak	0	0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Kuesioner Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data responden pada Tabel 4.6, status pendidikan responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dari total 100 responden, sebanyak 100 responden atau sebesar 100% merupakan mahasiswa, dan sebanyak 0 responden atau sebesar 0% bukan mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa, yang berarti bahwa kelompok mahasiswa mendominasi dalam pengambilan sampel pada penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih banyak membuat keputusan investasi dibandingkan dengan yang bukan mahasiswa.

**Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
< Rp. 1.000.000	21	21,0%
Rp 1.000.000 - Rp. 3.000.000	22	22,0%
Rp 3.000.000 - Rp. 5.000.000	26	26,0%
> Rp. 5.000.000	19	19,0%
Tidak Memiliki Pendapatan	12	12,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Kuesioner Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data responden pada Tabel 4.7, pendapatan responden dalam penelitian ini yang berjumlah 100 orang menunjukkan bahwa sebanyak 26 responden atau sebesar 26,0% memiliki pendapatan sebesar Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000, sebanyak 22 responden atau sebesar 22,0% memiliki pendapatan antara Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000, dan sebanyak 21 responden atau sebesar 21,0% memiliki pendapatan kurang dari Rp 1.000.000. Selanjutnya, 19 responden atau sebesar 19,0% memiliki pendapatan lebih dari Rp 5.000.000, dan 12 responden atau sebesar 12,0% tidak memiliki pendapatan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan pada kisaran Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000, yang menunjukkan bahwa kelompok ini mendominasi dalam hal tingkat pendapatan dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000 lebih mampu membuat keputusan investasi.

**Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Investasi**

<b>Kepemilikan Investasi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Ya	88	88,0%
Tidak	12	12,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Kuesioner Penelitian (2025)

Berdasarkan Tabel 4.8, sebanyak 88 responden atau sebesar 88,0% memiliki investasi, sedangkan sebanyak 12 responden atau sebesar 12,0 tidak

memiliki investasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini telah memiliki investasi, yang menunjukkan bahwa tingkat partisipasi dalam kegiatan investasi cukup tinggi di kalangan responden pada sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Investasi**

Jenis Investasi	Jumlah	Presentase
Crypto	2	2,0%
Deposito	6	6,0%
Emas	20	20,0%
Reksadana	22	22,0%
Saham	37	37,0%
Lainnya	13	13,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Kuesioner Penelitian (2025)

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa sebanyak 37 responden atau sebesar 37,0% memiliki jenis investasi saham, sebanyak 22 responden atau sebesar 22,0% memiliki jenis investasi reksadana, selanjutnya sebanyak 20 responden atau sebesar 20,0% memiliki jenis investasi emas, selanjutnya 13 responden atau sebesar 13,0% memiliki jenis investasi lainnya, dan 6 responden atau sebesar 6,0% memiliki jenis investasi deposito. Dan selanjutnya 2 responden atau sebesar 2,0% memiliki jenis investasi crypto. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki jenis investasi pada saham, yang menunjukkan bahwa kelompok ini mendominasi dalam hal tingkat sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan jenis investasi saham lebih mampu membuat keputusan investasi.

**Tabel 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Investasi**

Sumber Investasi	Jumlah	Presentase
Media Sosial	48	48,0%
Teman / Keluarga	33	33,0%
Berita Keuangan	3	3,0%
Forum Online	13	13,0%

Lainnya	3	3,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Kuesioner Penelitian (2025)

Berdasarkan hasil data responden pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa sebanyak 48 responden atau sebesar 48,0% memperoleh informasi investasi dari media sosial, sebanyak 33 responden atau sebesar 33,0% dari teman atau keluarga, 13 responden atau sebesar 13,0% dari forum online, dan masing-masing sebanyak 3 responden atau sebesar 3,0% memperoleh informasi dari berita keuangan maupun sumber lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini mendapatkan informasi mengenai investasi melalui media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial merupakan sumber informasi yang paling dominan dan berpengaruh dalam pengambilan keputusan investasi pada sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial mempengaruhi keputusan investasi seseorang.

**Tabel 4.11 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan Media Sosial**

<b>Waktu Penggunaan Sosmed</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
< 1 Jam	7	7,0%
1-2 Jam	20	20,0%
2-4 Jam	35	35,0%
> 4 Jam	36	36,0%
Lainnya	2	2,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Kuesioner Penelitian (2025)

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa sebanyak 36 responden atau sebesar 36,0% menggunakan media sosial lebih dari 4 jam per hari, sebanyak 35 responden atau sebesar 35,0% menggunakan media sosial selama 2–4 jam, dan 20 responden atau sebesar 20,0% menggunakan media sosial selama 1–2 jam. Selanjutnya, sebanyak 7 responden atau sebesar 7,0% menggunakan media sosial kurang dari 1 jam, dan 2 responden atau sebesar 2,0% berada pada kategori lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam

penelitian ini menggunakan media sosial lebih dari 4 jam per hari, yang menunjukkan tingginya intensitas penggunaan media sosial pada sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Media Sosial**

Jenis Media Sosial	Jumlah	Presentase
Instagram	41	41,0%
Linkedin	2	2,0%
Tiktok	34	34,0%
Youtube	13	13,0%
Twitter / X	6	6,0%
Lainnya	4	4,0%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Kuesioner Penelitian (2025)

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa sebanyak 41 responden atau sebesar 41,0% paling sering menggunakan media sosial Instagram, diikuti oleh 34 responden atau sebesar 34,0% yang menggunakan TikTok, dan 13 responden atau sebesar 13,0% yang menggunakan YouTube. Selanjutnya, 6 responden atau sebesar 6,0% menggunakan Twitter/X, 4 responden atau sebesar 4,0% menggunakan media sosial lainnya, dan hanya 2 responden atau sebesar 2,0% yang menggunakan LinkedIn. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini paling sering menggunakan Instagram sebagai media sosial utama, yang menunjukkan bahwa *platform* ini menjadi saluran dominan dalam aktivitas digital responden, termasuk kemungkinan dalam mengakses informasi seputar investasi.

**Tabel 4.13 Karakteristik Responden Berdasarkan Kebiasaan Menabung**

Kebiasaan Menabung	Jumlah	Presentase
Hanya saat ada uang lebih	67	67,0%
Rutin menabung/investasi setiap bulan	33	33,3%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Kuesioner Penelitian (2025)

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa sebanyak 67 responden atau sebesar 67,0% memiliki kebiasaan menabung hanya saat ada uang lebih, sedangkan sebanyak 33 responden atau sebesar 33,0% rutin menabung atau berinvestasi setiap bulan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini belum memiliki kebiasaan menabung secara rutin, melainkan hanya menabung ketika memiliki kelebihan dana. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan yang disiplin, seperti menabung atau berinvestasi secara konsisten setiap bulan, masih belum menjadi kebiasaan dominan di antara responden dalam penelitian ini.

**Tabel 4.14 Karakteristik Responden Berdasarkan Mengikuti Kelas Investasi**

Mengikuti Kelas Investasi	Jumlah	Presentase
Ya	42	42,0%
Tidak	58	58,6%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0%</b>

Sumber: Kuesioner Penelitian (2025)

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa sebanyak 58 responden atau sebesar 58,0% belum pernah mengikuti kelas investasi, sedangkan sebanyak 42 responden atau sebesar 42,0% sudah pernah mengikuti kelas investasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini belum mengikuti kelas investasi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat minat atau keterlibatan dalam aktivitas investasi, masih banyak responden yang belum mendapatkan edukasi formal atau pelatihan khusus terkait investasi.

## 4.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk melihat gambaran data dalam suatu penelitian. Statistik ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dari data yang berasal dari sampel penelitian. Menurut Jaya (2020:94), statistik deskriptif disusun per variabel untuk memudahkan dalam melihat kecenderungan dan persebaran data responden.

Dalam penelitian ini, skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 1 hingga 5, di mana 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju. Dengan skala ini, peneliti dapat menghitung rata-rata dari keseluruhan jawaban responden untuk mengetahui tingkat kecenderungan atas masing-masing variabel yang diteliti.

Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari: Variabel independen (X): Pengetahuan Keuangan ( $X_1$ ), Keamanan Transaksi ( $X_2$ ), Kemudahan Transaksi ( $X_3$ ), Persepsi Risiko ( $X_4$ ), dan Media Sosial ( $X_5$ ). Variabel dependen (Y): Keputusan Investasi Aset Kripto (Y).

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Universitas Budi Luhur sebagai responden. Analisis statistik deskriptif ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana responden memiliki tingkat persetujuan terhadap setiap indikator pada masing-masing variabel

#### 4.2.1 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Investasi Aset Kripto

Variabel keputusan investasi aset kripto terdiri dari 5 pernyataan yang diukur menggunakan lima kategori yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju dengan nilai skor masing-masing 1, 2, 3, 4, dan 5. Distribusi frekuensi dari jawaban responden dapat dilihat pada sebagai berikut:

**Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Keputusan Investasi Aset Kripto**

	STS	TS	N	S	SS	Mean
Y.1	0	0	52	47	1	3,49
Y.2	0	0	53	46	1	3,48
Y.3	0	0	0	52	48	3,48
Y.4	0	0	52	47	1	3,49
Y.5	0	0	53	46	1	3,48
<b>Total Persentase &amp;</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>42,00%</b>	<b>47,60%</b>	<b>10,40%</b>	<b>3,48</b>

Rata-Rata						
-----------	--	--	--	--	--	--

Sumber : Tabulasi Kuesioner Penelitian (2025)

Tabel 4.15 menunjukkan distribusi jawaban dari 100 orang responden mengenai keputusan investasi aset kripto. Berdasarkan data olahan *Microsoft Excel* dapat disimpulkan bahwa 42,00% responden menyatakan netral, 47,60% responden menyatakan setuju, dan 10,40% menyatakan sangat setuju.

Apabila nilai mean 3,48 menjadi batas tengah, terdapat beberapa aspek/indikator dari keputusan investasi aset kripto sudah cukup baik menurut responden, yaitu:

1. Memiliki minat untuk berinvestasi aset kripto, dengan nilai mean dari Y.1 yaitu sebesar 3,49.
2. Memiliki tujuan spesifik dalam berinvestasi aset kripto, dengan nilai mean dari Y.4 yaitu sebesar 3,49.

Sedangkan aspek/indikator dari Keputusan Investasi Aset Kripto yang masih perlu ditingkatkan, yaitu

1. Memutuskan untuk membeli aset kripto berdasarkan informasi yang diperoleh, dengan nilai mean dari Y.2 yaitu sebesar 3,48.
2. Mengambil keputusan investasi pada aset kripto meski berisiko, dengan nilai mean dari Y.3 yaitu sebesar 3,48.
3. Tertarik menambah jumlah investasi aset kripto di masa depan, dengan nilai mean dari Y.5 yaitu sebesar 3,48.

#### **4.2.2 Distribusi Jawaban Variabel Pengetahuan Keuangan**

Variabel pengetahuan keuangan terdiri dari 5 pernyataan yang diukur menggunakan lima kategori yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju dengan nilai skor masing-masing 1,2,3,4, dan 5. Deskriptif jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.16 sebagai berikut:

**Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Variabel Pengetahuan Keuangan**

	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>	<b>Mean</b>
<b>X1.1</b>	24	60	15	1	0	1,93
<b>X1.2</b>	23	64	12	1	0	1,91
<b>X1.3</b>	26	60	13	0	1	1,90
<b>X1.4</b>	24	67	8	0	1	1,87
<b>X1.5</b>	27	62	9	1	1	1,87
<b>Total Persentase &amp; Rata-Rata</b>	<b>24,80%</b>	<b>63,00%</b>	<b>12,00%</b>	<b>1,40%</b>	<b>1,60%</b>	<b>1,89</b>

Sumber : Tabulasi Kuesioner Penelitian (2025)

Dari Tabel 4.16 menunjukkan distribusi jawaban variabel pengetahuan keuangan dari 100 orang responden. Berdasarkan data olahan *Microsoft Excel* dapat disimpulkan bahwa 24.80% responden menyatakan sangat tidak setuju, 63,00% menyatakan tidak setuju, 12,00% menyatakan netral, 1,40% menyatakan setuju, 1,60% menyatakan sangat setuju.

Apabila nilai mean 1,89 menjadi batas tengah, terdapat beberapa aspek/indikator dari pengetahuan keuangan yang mempengaruhi keputusan investasi aset kripto yang sudah baik menurut responden, yaitu :

1. Memahami konsep dasar keuangan seperti aset, liabilitas, dan resiko. dengan nilai mean dari pertanyaan X1.1 yaitu sebesar 1,93.
2. Mengetahui bahwa investasi memiliki risiko yang berbeda-beda, dengan nilai mean dari pernyataan X1.2 yaitu sebesar 1,91.
3. Memahami cara kerja aset kripto secara umum, dengan nilai mean dari pernyataan X1.3 yaitu sebesar 1,90.

Sedangkan aspek/indikator yang masih perlu ditingkatkan dari pengetahuan keuangan memengaruhi keputusan investasi aset kripto, yaitu :

1. Mengetahui faktor yang memengaruhi harga aset kripto, dengan nilai mean dari X1.4 yaitu sebesar 1,87.
2. Mengetahui pentingnya diversifikasi dalam investasi, dengan nilai mean dari X1.5 yaitu sebesar 1,87.

#### 4.2.3 Distribusi Jawaban Variabel Keamanan Transaksi

Variabel Keamanan Transaksi terdiri dari 6 pernyataan yang diukur menggunakan lima kategori yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju dengan nilai skor masing-masing 1,2,3,4, dan 5. Deskriptif jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.17 sebagai berikut:

**Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Variabel Keamanan Transaksi**

	STS	TS	N	S	SS	Mean
<b>X2.1</b>	4	39	52	4	1	2,59
<b>X2.2</b>	3	40	52	5	0	2,59
<b>X2.3</b>	4	36	56	4	0	2,60
<b>X2.4</b>	1	41	50	7	1	2,66
<b>X2.5</b>	0	49	47	3	1	2,56
<b>Total Persentase &amp; Rata-Rata</b>	<b>2,40%</b>	<b>41,00%</b>	<b>51,40%</b>	<b>4,60%</b>	<b>0,60%</b>	<b>2,60</b>

Sumber : Tabulasi Kuesioner Penelitian (2025)

Dari Tabel 4.17 menunjukkan distribusi jawaban variabel Keamanan Transaksi dari 100 orang responden. Berdasarkan data olahan *Microsoft Excel* dapat disimpulkan bahwa 2,40% responden menyatakan sangat tidak setuju, 41,00% menyatakan tidak setuju, 51,40% menyatakan netral, 4,60% menyatakan setuju, 0,60% menyatakan sangat setuju.

Apabila nilai mean 2,60 menjadi batas tengah, terdapat beberapa aspek/indikator dari keamanan transaksi yang mempengaruhi keputusan investasi aset kripto yang sudah baik menurut responden, yaitu :

1. Responden yakin platform kripto memiliki proteksi terhadap penipuan, dengan nilai mean dari X2.4 yaitu sebesar 2,66.
2. Responden percaya bahwa transaksi aset kripto saya terlindungi dari peretasan, dengan nilai mean X2.3 yaitu sebesar 2,60.

Sedangkan aspek/indikator yang masih perlu ditingkatkan dari keamanan transaksi mempengaruhi keputusan investasi aset kripto, yaitu :

1. Platform kripto yang saya gunakan memiliki sistem keamanan yang baik, dengan nilai mean dari X2.1 yaitu sebesar 2,59.
2. Keamanan transaksi mempengaruhi keputusan saya berinvestasi kripto, dengan nilai mean dari X2.5 sebesar sebesar 2,56.
3. Saya merasa data pribadi saya aman ketika menggunakan aplikasi kripto, dengan nilai mean dari X2.2 yaitu sebesar 2,59.

#### 4.2.4 Distribusi Jawaban Variabel Kemudahan Transaksi

Variabel Kemudahan Transaksi terdiri dari 3 pernyataan yang diukur menggunakan lima kategori yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju dengan nilai skor masing-masing 1,2,3,4, dan 5. Deskriptif jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.18 sebagai berikut:

**Tabel 4. 18 Distribusi Jawaban Variabel Kemudahan Transaksi**

	STS	TS	N	S	SS	Mean
X3.1	1	15	66	17	1	3,02
X3.2	1	11	68	20	0	3,07
X3.3	2	9	70	18	1	3,07
X3.4	2	14	64	18	2	3,04
X3.5	1	14	64	19	2	3,07
<b>Total Persentase &amp; Rata-Rata</b>	<b>1,40%</b>	<b>12,60%</b>	<b>66,40%</b>	<b>18,40%</b>	<b>1,20%</b>	<b>3,05</b>

Sumber : Tabulasi Kuesioner Penelitian (2025)

Dari Tabel 4.18 menunjukkan distribusi jawaban variabel kemudahan transaksi dari 100 orang responden. Berdasarkan data olahan *Microsoft Excel* dapat disimpulkan bahwa 1,4% responden menyatakan sangat tidak setuju, 12,60% menyatakan tidak setuju, 66,40% menyatakan netral, 18,40% menyatakan setuju, 1,20% menyatakan sangat setuju.

Apabila nilai mean 3,05 menjadi batas tengah, terdapat beberapa aspek/indikator dari kemudahan transaksi yang mempengaruhi keputusan investasi aset kripto yang sudah baik menurut responden, yaitu :

1. Proses registrasi akun pada platform kripto mudah dilakukan, dengan nilai mean dari X3.2 yaitu sebesar 3,07.
2. Fitur transaksi pada aplikasi kripto mudah dipahami, dengan nilai mean X3.3 yaitu sebesar 3,07.
3. Kemudahan penggunaan aplikasi memotivasi saya berinvestasi kripto, dengan nilai mean dari X3.5 yaitu sebesar 3,07.

Sedangkan aspek/indikator yang masih perlu ditingkatkan dari kemudahan transaksi mempengaruhi keputusan investasi aset kripto, yaitu :

1. Proses jual-beli kripto dapat dilakukan dengan cepat, dengan nilai mean dari X3.4 sebesar 3,04.
2. Aplikasi kripto yang saya gunakan mudah dipelajari, dengan nilai mean dari X3.1 sebesar 3,02.

#### **4.2.4 Distribusi Jawaban Variabel Persepsi Risiko**

Variabel Persepsi Risiko terdiri dari 9 pernyataan yang diukur menggunakan lima kategori yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju dengan nilai skor masing-masing 1,2,3,4, dan 5. Deskriptif jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.19 sebagai berikut:

**Tabel 4. 19 Distribusi Jawaban Variabel Persepsi Risiko**

	STS	TS	N	S	SS	Mean
X4.1	0	4	44	51	1	3,49
X4.2	0	3	46	49	2	3,50
X4.3	0	3	45	49	3	3,52
X4.4	0	4	42	51	3	3,53
X4.5	0	4	47	48	1	3,46
<b>Total Persentase &amp; Rata-Rata</b>	<b>0,00%</b>	<b>3,60%</b>	<b>44,80%</b>	<b>49,60%</b>	<b>2,00%</b>	<b>3,50</b>

Sumber : Tabulasi Kuesioner Penelitian (2025)

Dari Tabel 4.19 menunjukkan distribusi jawaban variabel persepsi risiko dari 100 orang responden. Berdasarkan data olahan *Microsoft Excel* dapat disimpulkan bahwa, 3,60% menyatakan tidak setuju, 44,80% menyatakan netral, 49,60% menyatakan setuju, 0,2% menyatakan sangat setuju.

Apabila nilai mean 3,5 menjadi batas tengah, terdapat beberapa aspek/indikator dari persepsi risiko yang mempengaruhi keputusan investasi aset kripto yang sudah baik menurut responden, yaitu :

1. Menganggap keamanan aset kripto kurang stabil, dengan nilai mean dari X4.4 yaitu sebesar 3,53.
2. Khawatir kehilangan dana saat berinvestasi kripto, dengan nilai mean dari X4.3 yaitu sebesar 3,52.
3. Menganggap harga aset kripto sangat berfluktuasi, dengan nilai mean dari X4.2 yaitu sebesar 3,50.

Sedangkan aspek/indikator yang masih perlu ditingkatkan dari persepsi risiko mempengaruhi keputusan investasi aset kripto, yaitu :

1. Merasa investasi aset kripto memiliki risiko kerugian yang tinggi, dengan nilai mean dari X4.1 yaitu sebesar 3,49.

2. Risiko yang tinggi membuat saya berpikir dua kali sebelum berinvestasi kripto, dengan nilai mean dari X4.5 yaitu sebesar 3,46.

#### 4.2.5 Distribusi Jawaban Variabel Media Sosial

Variabel media sosial terdiri dari 7 pernyataan yang diukur menggunakan lima kategori yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju dengan nilai skor masing-masing 1,2,3,4, dan 5. Deskriptif jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.20 sebagai berikut:

**Tabel 4. 20 Distribusi Jawaban Variabel Media Sosial**

	STS	TS	N	S	SS	Mean
X5.1	0	0	18	65	17	3,99
X5.2	0	0	16	69	15	3,99
X5.3	0	0	14	72	14	4,00
X5.4	0	0	19	70	11	3,92
X5.5	0	0	17	65	18	4,01
<b>Total Persentase &amp; Rata-Rata</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>16,80%</b>	<b>68,20%</b>	<b>15,00%</b>	<b>3,98</b>

Sumber : Tabulasi Kuesioner Penelitian (2025)

Dari Tabel 4.20 menunjukkan distribusi jawaban variabel media sosial dari 100 orang responden. Berdasarkan data olahan *Microsoft Excel* dapat disimpulkan bahwa, 16,80% menyatakan netral, 68,20% menyatakan setuju, 15,00% menyatakan sangat setuju.

Apabila nilai mean 3,98 menjadi batas tengah, terdapat beberapa aspek/indikator dari media sosial yang mempengaruhi keputusan investasi aset kripto yang sudah baik menurut responden, yaitu :

1. Mendapatkan informasi tentang aset kripto dari media sosial, dengan nilai mean dari X5.1 yaitu sebesar 3,99.
2. Pendapat influencer memengaruhi ketertarikan saya pada aset kripto, dengan nilai mean dari X5.2 yaitu sebesar 3,99.
3. Review atau testimoni pengguna lain memengaruhi keputusan saya, dengan nilai mean dari X5.3 yaitu sebesar 4,00.
4. Informasi viral di media sosial membuat saya tertarik mencoba investasi kripto, dengan nilai mean dari X5.5 yaitu sebesar 4,01.

Sedangkan aspek/indikator yang masih perlu ditingkatkan dari Media Sosial mempengaruhi keputusan investasi aset kripto, yaitu :

1. Mengikuti komunitas online yang membahas aset kripto, dengan nilai mean dari X5.4 yaitu sebesar 3,92.

### **4.3 Analisis Data**

Pada penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan mahasiswa Universitas Budi Luhur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan Media Sosial terhadap Keputusan Investasi aset kripto yang dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Budi Luhur.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square (PLS)* dengan bantuan *software SmartPLS versi 3.2.9 for Windows*. Model analisis dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian, yaitu model pengukuran (*Outer Model*) dan model struktural (*Inner Model*).

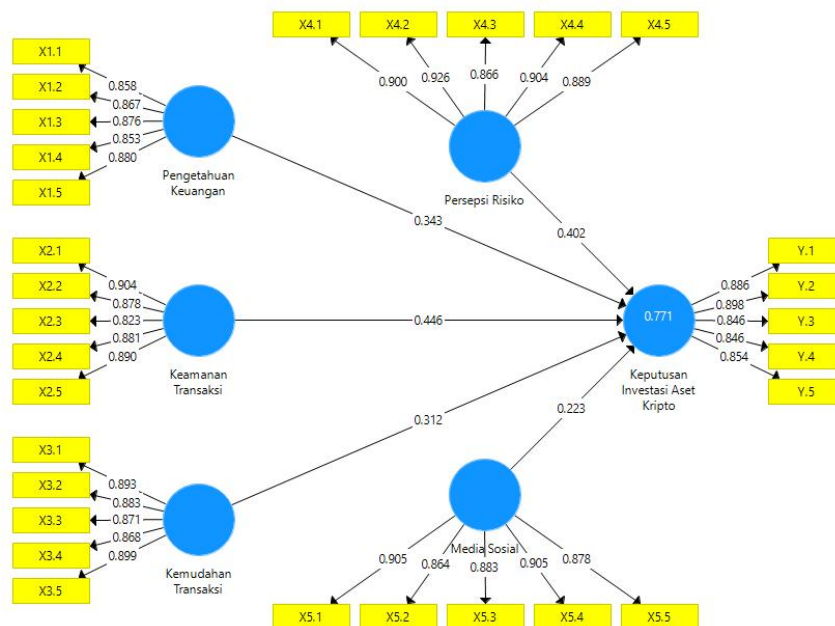
Evaluasi terhadap model pengukuran (*Outer Model*) dilakukan untuk mengukur validitas dan reliabilitas konstruk yang digunakan dalam kuesioner. Evaluasi validitas dilakukan melalui uji *convergent validity* dan *discriminant validity*, sedangkan reliabilitas diuji melalui nilai *Composite Reliability (CR)* dan

*Cronbach's Alpha*. Setelah model pengukuran memenuhi syarat validitas dan reliabilitas.

Langkah selanjutnya adalah mengevaluasi model struktural (*Inner Model*) untuk mengetahui hubungan kausal antar variabel laten, serta menguji signifikansi pengaruh antar variabel dalam model menggunakan nilai *t*-statistik dan *p*-value. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi aset kripto, khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Budi Luhur.

#### 4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) adalah evaluasi hubungan antara Variabel atau konstruk dengan indikatornya. Tujuan evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas model persamaan bisa didapatkan dengan melaksanakan proses *PLS Algorithme* pada software *SmartPLS versi 3.2.9. for Windows*, hasil tampilan dari proses *PLS Algorithme* dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut:



**Gambar 4.1 PLS Algoritm (Path)**

Sumber: Output SmartPLS

#### 4.3.1.1 Convergent Validity

Pengujian convergent validity menggunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. uji *convergent validity* apabila nilai *outer loading* >0,7. Berdasarkan penjelasan tersebut, berikut nilai *convergent validity* penelitian ini.

**Tabel 4.21**  
***Convergent Validity***

<b>Indikator</b>	<b>Loadings Factor</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Keterangan</b>
X1.1	0.858	0.700	Valid
X1.2	0.867	0.700	Valid
X1.3	0.876	0.700	Valid
X1.4	0.853	0.700	Valid
X1.5	0.880	0.700	Valid
X2.1	0.904	0.700	Valid
X2.2	0.878	0.700	Valid
X2.3	0.823	0.700	Valid
X2.4	0.881	0.700	Valid
X2.5	0.890	0.700	Valid
X3.1	0.893	0.700	Valid
X3.2	0.883	0.700	Valid
X3.3	0.871	0.700	Valid
X3.4	0.868	0.700	Valid
X3.5	0.899	0.700	Valid
X4.1	0.900	0.700	Valid
X4.2	0.926	0.700	Valid
X4.3	0.866	0.700	Valid
X4.4	0.904	0.700	Valid
X4.5	0.889	0.700	Valid
X5.1	0.905	0.700	Valid

Indikator	Loadings	Kriteria	Keterangan
X5.2	0.864	0.700	Valid
X5.3	0.883	0.700	Valid
X5.4	0.905	0.700	Valid
X5.5	0.878	0.700	Valid
Y.1	0.886	0.700	Valid
Y.2	0.898	0.700	Valid
Y.3	0.846	0.700	Valid
Y.4	0.846	0.700	Valid
Y.5	0.854	0.700	Valid

Sumber : *Output SmartPLS*

Berdasarkan Tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai semua indikator lebih besar dari kriteria 0,7 artinya semua indikator dari variabel penelitian ini lulus uji *convergent validity*

#### 4.3.1.2 Discriminant Validity

Uji *discriminant validity* ini menggunakan nilai cross loading. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *discriminant validity* jika nilai *cross loading* indikator pada variabel tersebut adalah yang terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya. Berikut nilai *cross loading* masing-masing indikator :

**Tabel 4.22**

#### *Discriminant Validity*

	Media Sosial	Keamanan Transaksi	Kemudahan Transaksi	Keputusan Investasi Aset Kripto	Pengetahuan Keuangan	Persepsi Risiko
X1.1	-0.191	-0.016	0.038	0.336	0.858	0.149
X1.2	-0.134	0.121	0.089	0.417	0.867	0.103
X1.3	-0.188	0.065	0.096	0.348	0.876	0.096
X1.4	-0.187	0.155	0.160	0.410	0.853	0.148
X1.5	-0.218	0.078	0.058	0.368	0.880	0.200
X2.1	-0.055	0.904	0.206	0.457	0.076	0.007
X2.2	-0.110	0.878	0.106	0.454	0.055	0.073
X2.3	0.026	0.823	0.132	0.409	-0.055	0.044
X2.4	0.001	0.881	0.226	0.526	0.156	-0.021

X2.5	-0.072	0.890	0.158	0.508	0.164	0.044
X3.1	-0.063	0.243	0.893	0.391	0.127	0.025
X3.2	0.029	0.114	0.883	0.428	0.081	0.025
X3.3	0.011	0.016	0.871	0.362	0.068	0.070
X3.4	0.078	0.216	0.868	0.391	0.096	-0.019
X3.5	0.021	0.244	0.899	0.438	0.090	0.115
X4.1	0.018	-0.011	-0.047	0.422	0.140	0.900
X4.2	0.109	0.083	0.082	0.509	0.129	0.926
X4.3	-0.012	0.041	0.076	0.394	0.134	0.866
X4.4	0.086	0.001	0.020	0.438	0.233	0.904
X4.5	0.063	0.021	0.084	0.469	0.089	0.889
X5.1	0.905	-0.026	-0.023	0.139	-0.161	0.045
X5.2	0.864	-0.045	0.002	0.139	-0.135	0.047
X5.3	0.883	-0.096	-0.060	0.117	-0.269	0.053
X5.4	0.905	-0.046	0.137	0.185	-0.163	0.099
X5.5	0.878	0.004	-0.049	0.095	-0.246	0.006
Y.1	0.104	0.476	0.382	0.886	0.374	0.541
Y.2	0.123	0.517	0.458	0.898	0.364	0.411
Y.3	0.106	0.435	0.343	0.846	0.339	0.419
Y.4	0.194	0.475	0.382	0.846	0.442	0.307
Y.5	0.165	0.439	0.410	0.854	0.374	0.482

Sumber : *Output SmartPLS*

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat bahwa masing-masing indikator pada variabel penelitian ini memiliki nilai *outer loading* terbesar jika dibandingkan dengan nilai *cross loading* variabel lainnya. Hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

#### 4.3.1.3 Average Variance Extracted (AVE).

*Average variance extracted (AVE)* merupakan faktor yang termasuk uji validitas. *discriminant validity* juga dapat diketahui melalui metode lainnya yaitu dengan melihat nilai *average variance extracted (AVE)*. Indikator dikatakan memenuhi *average variance extracted (AVE)* apabila memiliki nilai >0,5. Berikut tabel 4.23:

**Tabel 4.23 Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Pengetahuan Keuangan (X <sub>1</sub> )	0.751
Keamanan Transaksi (X <sub>2</sub> )	0.766
Kemudahan Transaksi (X <sub>3</sub> )	0.779
Persepsi Risiko (X <sub>4</sub> )	0.805
Media Sosial (X <sub>5</sub> )	0.787
Keputusan Investasi Aset Kripto (Y)	0.750

Sumber : *Output SmartPLS*

Berdasarkan Tabel 4.23 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan keuangan memiliki nilai *Average Variance Extracted (AVE)* sebesar 0,751 atau  $>0,5$  dapat dinyatakan memenuhi *Average Variance Extracted (AVE)* dan dinyatakan lolos uji *discriminant validity*. Variabel keamanan transaksi memiliki nilai 0,766 atau  $>0,5$  maka dapat dinyatakan memenuhi *Average Variance Extracted (AVE)* dan dinyatakan lolos uji *discriminant validity*. Variabel kemudahan transaksi memiliki nilai 0,779 atau  $>0,5$  maka dapat dinyatakan memenuhi *Average Variance Extracted (AVE)* dan dinyatakan lolos uji *discriminant validity*. Variabel persepsi risiko memiliki nilai sebesar 0,805 atau  $>0,5$  maka dapat dinyatakan memenuhi syarat *Average Variance Extracted (AVE)* dan dinyatakan lolos uji *discriminant validity*. Variabel media sosial memiliki nilai sebesar 0,787 atau  $>0,5$  maka dapat dinyatakan bahwa memenuhi syarat *Average Variance Extracted (AVE)* dan dinyatakan lolos uji *discriminant validity*. Dan Variabel kepatuhan wajib pajak memiliki nilai sebesar 0,787 atau  $>0,5$  maka dengan ini dapat dinyatakan memenuhi syarat *Average Variance Extracted (AVE)* dan dinyatakan lolos uji *discriminant validity*. Dengan ini maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel  $>0,5$  dinyatakan memenuhi syarat *Average Variance Extracted (AVE)* dan dinyatakan lolos uji *discriminant validity*.

#### **4.3.1.4 Composite Reliability**

*Composite reliability* merupakan uji yang digunakan untuk menguji reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Suatu variabel dinyatakan

memenuhi *composite reliability* apabila memiliki nilai *composite reliability*  $>0,6$  dan  $\rho_a >0,7$  dinyatakan sebagai *composite reliability* menurut Dijkstra dan Henseler (2015). Berikut adalah nilai *composite reliability* dan  $\rho_a$  variabel penelitian ini:

**Tabel 4.24**

***Composite Reliability***

Variabel	$\rho_a$	<i>Composite Reliability</i>	Kriteria	Keterangan
Pengetahuan Keuangan ( $X_1$ )	0.921	0.938	0.700	Reliabel
Keamanan Transaksi ( $X_2$ )	0.929	0.942	0.700	Reliabel
Kemudahan Transaksi ( $X_3$ )	0.932	0.946	0.700	Reliabel
Persepsi Risiko ( $X_4$ )	0.946	0.954	0.700	Reliabel
Media Sosial ( $X_5$ )	0.965	0.949	0.700	Reliabel
Keputusan Investasi Aset Kripto (Y)	0.919	0.938	0.700	Reliabel

Sumber : *Output SmartPLS*

Berdasarkan Tabel 4.24 dapat diketahui bahwa nilai  $\rho_a$  semua variable  $>0,7$  yang dapat dinyatakan bahwa  $\rho_a$  sebagai *composite reliability*. Maka variable pengetahuan keuangan memiliki nilai *composite reliability* sebesar  $0,938 >0,7$ . Selanjutnya variable keamanan transaksi memiliki nilai *composite reliability* sebesar  $0,942 >0,7$ . Variabel kemudahan transaksi memiliki nilai *composite reliability* sebesar  $0,946 >0,7$ . Variabel persepsi risiko memiliki nilai *composite reliability* sebesar  $0,954 >0,7$ . Variabel media sosial memiliki nilai *composite reliability* sebesar  $0,949 >0,7$ . Dan variable Keputusan investasi asset kripto memiliki nilai *composite reliability* sebesar  $0,938 >0,7$ . Maka jika semua variable melebihi  $0,7$  dapat dinyatakan variable memenuhi uji *composite reliability*.

**4.3.1.5 Cronbach Alpha**

**Tabel 4.25**

***Cronbach Alpha***

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Pengetahuan Keuangan ( $X_1$ )	0.917	0.700	Reliabel
Keamanan Transaksi ( $X_2$ )	0.924	0.700	Reliabel

Kemudahan Transaksi (X <sub>3</sub> )	0.929	0.700	Reliabel
Persepsi Risiko (X <sub>4</sub> )	0.939	0.700	Reliabel
Media Sosial (X <sub>5</sub> )	0.933	0.700	Reliabel
Keputusan Investasi Aset Kripto (Y)	0.917	0.700	Reliabel

Sumber : *Output SmartPLS*

Berdasarkan Tabel 4.25 maka menunjukkan bahwa variabel pengetahuan keuangan memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,917 atau  $> 0,7$ , artinya variabel pengetahuan keuangan dapat dinyatakan reliabel. Variabel kedua yaitu keamanan transaksi dengan memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,924 atau  $> 0,7$ , artinya variabel keamanan transaksi dapat dinyatakan reliabel. Variabel ketiga selanjutnya yaitu kemudahan transaksi dengan memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,929 atau  $> 0,7$ , artinya variabel kemudahan transaksi dapat dinyatakan reliabel. Variabel keempat yaitu persepsi risiko dengan memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,939 atau  $> 0,7$ , artinya variabel persepsi risiko dapat dinyatakan reliabel. Variabel kelima yaitu media sosial dengan memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,933 atau  $> 0,7$ , artinya variable media sosial dapat dinyatakan reliabel. Variabel eputusan investasi aset kripto memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar 0,917 atau  $> 0,7$ , artinya variabel keputusan investasi aset kripto dapat dinyatakan reliabel. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan reliable, dengan arti konsisten dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian.

#### 4.3.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural (*Inner Model*) dilakukan untuk menjawab hipotesis penelitian, sehingga dapat diketahui besarnya pengaruh antara variabel laten. Model struktural adalah model yang menghubungkan variabel Independen dengan variabel. Berikut rangkuman (secara visual) nilai-nilai hasil evaluasi model struktural.

##### 1. *Hierarchical Component Model*

Hierarchical Component Model yang dikenal juga dengan *Second Order Confirmatory Analysis* (CFA) adalah pengujian melalui dua jenjang, analisis pertama (*Weights*) dilakukan dari indikator ke variabelnya, analisis kedua (Parsial)

dilakukan dari variabel ke konstruk laten lainnya, serta pengaruh secara bersama-sama (Simultan). Hasilnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 26**

***Hierarchical Component Model***

Variabel	Indikator	Weights	Path Coefficients	R Square
Pengetahuan Keuangan (X <sub>1</sub> )	X1.1	0.206	0.343	0.771
	X1.2	0.256		
	X1.3	0.214		
	X1.4	0.252		
	X1.5	0.226		
Keamanan Transaksi (X <sub>2</sub> )	X2.1	0.221	0.446	
	X2.2	0.220		
	X2.3	0.198		
	X2.4	0.255		
	X2.5	0.246		
Kemudahan Transaksi (X <sub>3</sub> )	X3.1	0.220	0.312	
	X3.2	0.241		
	X3.3	0.204		
	X3.4	0.220		
	X3.5	0.246		
Persepsi Risiko (X <sub>4</sub> )	X4.1	0.210	0.402	
	X4.2	0.254		
	X4.3	0.196		
	X4.4	0.218		
	X4.5	0.234		
Media Sosial (X <sub>5</sub> )	X5.1	0.231	0.223	
	X5.2	0.232		
	X5.3	0.195		
	X5.4	0.308		
	X5.5	0.159		

Sumber : *Output SmartPLS*

Tabel 4.26 menunjukkan nilai koefisien determinasi (R Square) pada sub struktur kesatu adalah 0,771, yang artinya secara simultan, total pengaruh pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto adalah sebesar 77,1%.

Selanjutnya sebesar 22,9% adalah faktor lain yang diluar penelitian ini, misalnya: *Risk Tolerance* (Ainia dan Lutfi, 2019). Nuryassin (2020) dan Mandagie et al. (2020), *Regret Aversion* (Febrianti dan Bakhtiar, 2023), *Overconfidence* (Addinpujoartanto dan Darmawan, 2020). *Financial Experience* (Perayunda dan Mahyuni, 2021) (Kartini dan Setiawan, 2017), tujuan investor, tingkat return, jangka waktu dan risiko (Ainia dan Lutfi, 2019) (Putra et al., 2016),

#### 4.3.3 Uji Kecocokan Model (Model Fit)

Tujuan uji kecocokan model (*Model Fit*) adalah untuk mengevaluasi secara umum derajat kecocokan atau *goodness of fit* antara data dengan model. *SmartPLS* memiliki beberapa ukuran sebagai berikut:

**Tabel 4. 27**  
**Uji Kecocokan Model (Model Fit)**

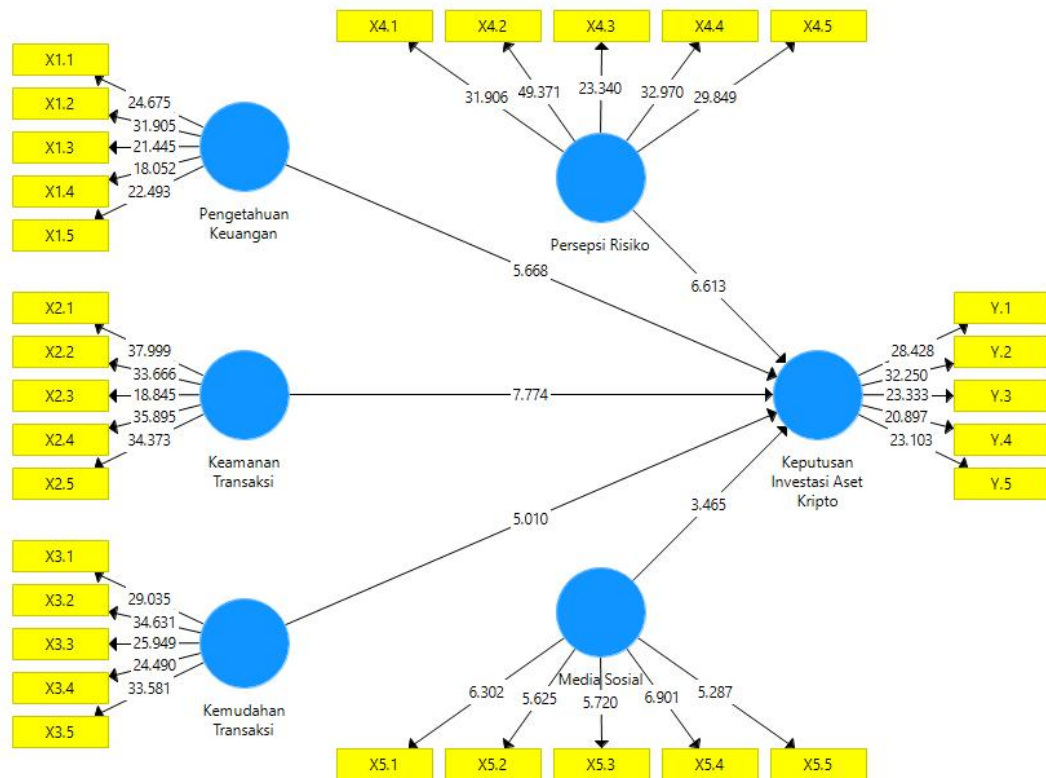
Ukuran	Hasil	Kriteria	Keterangan
SRMR	0,071	<0,08	Model Fit
NFI	0,910	>0,90	Model Fit
rms Theta	0,11	<0,12	Model Fit

Sumber : *Output SmartPLS*

Tabel 4.27 menunjukkan bahwa ukuran diatas yaitu SRMR, NFI dan rms Theta diatas kriteria, artinya model fit atau dengan kata lain, data cocok dengan model.

#### 4.3.4 Uji Hipotesis

Bagian ini membahas hasil uji empiris setiap rumusan masalah dan hipotesis, berdasarkan output *SmartPLS* didapat hasil sebagai berikut:



**Gambar 4. 2**

**Output SmartPLS Bootstrapping**

Gambar 4.2 menunjukkan gambar full model (Variabel independen, dependen, dan indikatornya) seluruh nilai pada gambar tersebut adalah nilai t-statistik yang  $> 1,96$  maka dapat disimpulkan semua pengaruh dari indikator ke variabel, dan pengaruh dari variabel independen ke dependen signifikan semua. Berikut merupakan tabel dari hasil uji hipotesis:

**Tabel 4. 28**

**Uji Hipotesis path koefisien**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<b>Pengetahuan Keuangan -&gt; Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.343	0.346	0.058	5.907	0.000
<b>Keamanan Transaksi -&gt; Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.446	0.450	0.055	8.077	0.000
<b>Kemudahan Transaksi -&gt;</b>	0.312	0.318	0.060	5.175	0.000

<b>Keputusan Investasi Aset Kripto</b>					
<b>Persepsi Risiko -&gt; Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.402	0.403	0.062	6.516	0.000
<b>Media Sosial -&gt; Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.223	0.216	0.060	3.734	0.000

Sumber : *Output SmartPLS*

Berdasarkan Tabel 4.28 interpretasi dari hasil p-values dan t statistics sebagai berikut:

1. Hipotesis 1:

$H_{01}$ : Pengetahuan keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi aset kripto

$H_{a1}$ : Pengetahuan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto

Variabel pengetahuan keuangan memiliki nilai *P-values* sebesar 0,000 atau  $< 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi aset kripto. Dan jika nilai pengetahuan keuangan naik maka keputusan investasi aset kripto akan meningkat. Nilai t-statistics pengetahuan keuangan memiliki nilai 5.907 atau  $> 1,96$ , maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan antara variabel pengetahuan keuangan terhadap keputusan investasi aset kripto. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima.

2. Hipotesis 2:

$H_{02}$ : Keamanan transaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi aset kripto

$H_{a2}$ : Keamanan transaksi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto

Variabel keamanan transaksi memiliki nilai *P-values* sebesar 0,000 atau  $< 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa keamanan transaksi kan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi aset kripto. Dan jika nilai keamanan transaksi naik maka keputusan investasi aset kripto akan meningkat. Nilai t-statistics keamanan transaksi memiliki nilai 8.077 atau  $> 1,96$ , maka dinyatakan adanya

pengaruh signifikan antara variabel keamanan transaksi terhadap keputusan investasi aset kripto. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima.

3. Hipotesis 3:

$H_{03}$ :Kemudahan transaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi aset kripto

$H_{a3}$ :Kemudahan transaksi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto

Variabel kemudahan transaksi memiliki nilai *P-values* sebesar 0,000 atau  $< 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa kemudahan transaksi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi aset kripto. Dan jika nilai kemudahan transaksi naik maka keputusan investasi aset kripto akan meningkat. Nilai t-statistics kemudahan transaksi memiliki nilai 5.175 atau  $> 1,96$ , maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan antara variabel kemudahan transaksi terhadap keputusan investasi aset kripto. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima.

4. Hipotesis 4:

$H_{04}$ :Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi aset kripto

$H_{a4}$ :Persepsi risiko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto

Variabel persepsi risiko memiliki nilai *P-values* sebesar 0,000 atau  $< 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi aset kripto. Dan jika nilai persepsi risiko naik maka keputusan investasi aset kripto akan meningkat. Nilai t-statistics persepsi risiko memiliki nilai 6.156 atau  $> 1,96$ , maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan antara variabel persepsi risiko terhadap keputusan investasi aset kripto. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{04}$  diterima dan  $H_{a4}$  ditolak.

5. Hipotesis 5:

H<sub>05</sub>: Media sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi aset kripto

H<sub>a5</sub>: Media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto

Variabel media sosial memiliki nilai *P-values* sebesar 0,000 atau < 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi aset kripto. Dan jika nilai media sosial maka keputusan investasi aset kripto akan meningkat. Nilai t-statistics media sosial memiliki nilai 3.734 atau > 1,96, maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan antara variabel media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>05</sub> ditolak dan H<sub>a5</sub> diterima.

**Tabel 4. 29**  
**Rangkuman Hasil Uji T**

Variabel	T-Stat	<i>P-values</i>	Hasil
Pengetahuan Keuangan (X <sub>1</sub> )	5.907	0,000	Berpengaruh positif signifikan
Keamanan Transaksi (X <sub>2</sub> )	8.077	0,000	Berpengaruh positif signifikan
Kemudahan Transaksi (X <sub>3</sub> )	5.175	0,000	Berpengaruh positif signifikan
Persepsi Risiko (X <sub>4</sub> )	6.519	0,000	Berpengaruh positif signifikan
Media Sosial (X <sub>5</sub> )	3.734	0,000	Berpengaruh positif signifikan

Sumber : *Output SmartPLS*

#### **4.4 Interpretasi Hasil Penelitian**

Berdasarkan dari hasil hipotesis secara empiris yang menguji antara pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto. Sehingga dapat dibuat interpretasi pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

##### **4.4.1 Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan keuangan individu yang mencakup dimensi pengetahuan umum, simpanan dan pinjaman, asuransi, dan investasi, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu dalam mengambil keputusan investasi aset kripto yang tepat dan rasional. Artinya, individu yang memahami konsep keuangan dasar, mampu mengelola tabungan dan pinjaman dengan bijak, memahami pentingnya asuransi sebagai instrumen perlindungan risiko, serta memiliki pengetahuan tentang instrumen investasi, cenderung lebih percaya diri dalam membuat keputusan investasi. Hal ini mencerminkan bahwa pemahaman finansial yang memadai mendorong kemampuan individu untuk mengevaluasi risiko, menghitung potensi imbal hasil, dan memilih instrumen investasi yang sesuai dengan tujuannya.

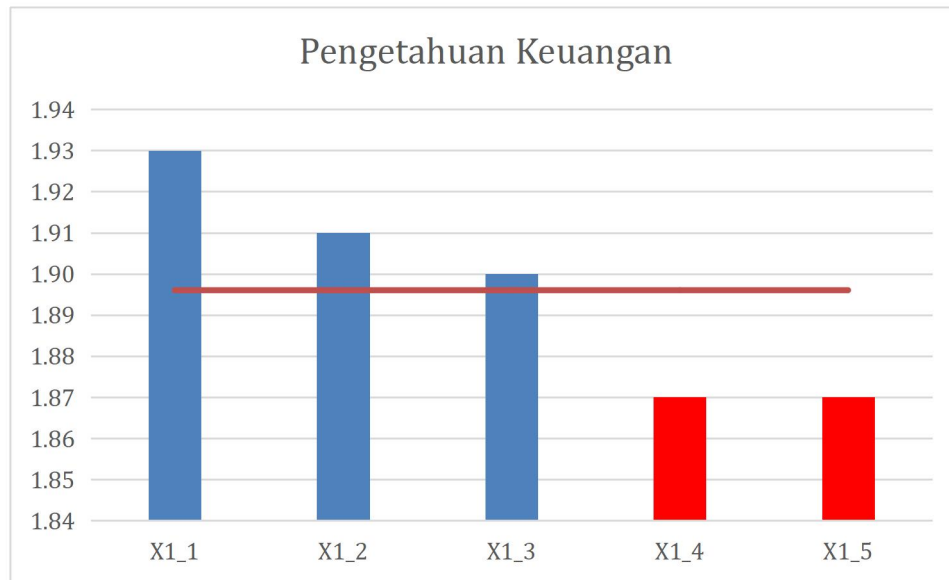
Dalam kerangka *theory of planned behaviour* (Ajzen, 1991), perilaku investasi dapat dijelaskan melalui tiga komponen utama yaitu : sikap terhadap perilaku (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan *perceived behavioral control*. Literasi keuangan berperan penting dalam membentuk *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu mengenai kemampuannya untuk melakukan suatu tindakan dalam hal ini berinvestasi. Ketika seseorang memiliki pemahaman keuangan yang baik, ia akan merasa lebih mampu dan percaya diri untuk mengambil keputusan investasi secara mandiri. Pengetahuan tersebut meningkatkan kontrol perseptual terhadap tindakan investasi, yang pada akhirnya memperkuat niat dan realisasi perilaku investasi itu sendiri. Jadi, pengetahuan keuangan tidak hanya menciptakan sikap positif terhadap investasi, tetapi juga meningkatkan persepsi kontrol terhadap kemampuan melakukannya (Gunawan et al, 2024).

Berdasarkan teori *behavioral finance* literasi keuangan membantu menurunkan dampak bias perilaku investasi seperti *overconfidence*, *Herding*, hingga *loss aversion*. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin rasional keputusan investasi aset kripto yang diambil karena investor dapat mengolah informasi, menilai risiko, dan menahan diri dari dorongan psikologis sesaat. Peran pengetahuan keuangan dalam *behavioural finance* sangat penting untuk

membentuk perilaku investasi yang lebih bijak dan berorientasi pada tujuan keuangan jangka panjang. Dengan kata lain, literasi keuangan membekali individu dengan kemampuan untuk menghadapi bias psikologis yang didiskusikan dalam *behavioural finance*, sehingga keputusan investasinya menjadi lebih optimal dan minim risiko perilaku yang merugikan. Hal sejalan dengan pendekatan *behavioral* bahwa pendidikan dan literasi dapat menjadi alat penting untuk mengurangi ketidaksesuaian perilaku dalam pengambilan keputusan investasi aset kripto (Arriqoh, dan Zoraya, 2024).

*Technology Acceptance Model* (TAM) menekankan bahwa adopsi teknologi ditentukan oleh *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan). Pengetahuan keuangan memperkuat kedua persepsi ini dalam konteks investasi kripto. Investor dengan literasi keuangan lebih mampu memahami manfaat kripto sebagai instrumen diversifikasi, lindung nilai inflasi, atau aset teknologi jangka panjang, bukan sekadar alat spekulasi. Kemudian Persepsi kemudahan penggunaan: Pengetahuan keuangan mengurangi hambatan psikologis dalam menggunakan *platform* perdagangan kripto, menganalisis data pasar, dan memahami terminologi teknis (Kurniawan et al, 2025).

Distribusi jawaban kuesioner atas variabel pengetahuan keuangan tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.3 Grafik Pengetahuan Keuangan**

Gambar 4.3 menunjukkan bahwa aspek/indikator dari pengetahuan keuangan yang sudah baik mempengaruhi keputusan investasi aset kripto yaitu:

1. Memahami konsep dasar keuangan seperti aset, liabilitas, dan resiko. (X1.1)
2. Mengetahui bahwa investasi memiliki risiko yang berbeda-beda (X1.2)
3. Memahami cara kerja aset kripto secara umum (X1.3)

Sedangkan aspek/indikator yang masih perlu ditingkatkan dari pengetahuan keuangan memengaruhi keputusan investasi aset kripto, yaitu:

1. Mengetahui faktor yang memengaruhi harga aset kripto (X1.4)
2. Mengetahui pentingnya diversifikasi dalam investasi (X1.5)

Rekomendasi yang dapat disarankan kepada mahasiswa dalam meningkatkan pengetahuan keuangan adalah:

1. Jangan beli aset kripto hanya karena ajakan teman.
2. Pelajari analisis fundamental makroekonomi. Pahami bagaimana inflasi dan kebijakan bank sentral mempengaruhi uang saku dan nilai investasi.

3. Alokasikan dana: 50% di instrumen aman (Reksadana Pasar Uang/Deposito), 30% di saham/Reksadana Saham, dan maksimal 20% di Kripto.
4. Gunakan portofolio simulasi (*paper trading*) sebelum menggunakan uang asli untuk melihat bagaimana diversifikasi bekerja menahan penurunan nilai saat pasar crash.

Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Kurniawan et al, (2025), Gunawan et al (2024), Arriqoh, dan Zoraya (2024), Fikri et., al (2024) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku investasi generasi milenial. Namun, tidak sejalan dengan penelitian Hanif et.al (2025) yang menyebutkan bahwa pengetahuan keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan, karena adanya intervensi faktor lain seperti gaya hidup konsumtif.

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengembangkan variabel lain seperti pendapatan, pengalaman investasi, atau preferensi risiko, serta melakukan studi komparatif antar universitas atau antar wilayah di Indonesia untuk memperkuat generalisasi hasil.

#### **4.4.2 Pengaruh Keamanan Transaksi terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan transaksi yang dipersepsikan oleh investor yang meliputi perlindungan data pribadi, keamanan sistem autentikasi, keandalan mekanisme *blockchain*, serta pencegahan risiko peretasan, maka semakin besar kecenderungan individu untuk mengambil keputusan investasi. Artinya, investor yang merasa transaksi kripto dilakukan secara aman, bebas dari ancaman penipuan, dan didukung oleh sistem teknologi yang kuat, akan lebih percaya diri dalam berinvestasi dan lebih yakin menempatkan dana pada aset digital. Persepsi keamanan tersebut mendorong

investor untuk melakukan evaluasi risiko dengan lebih tenang dan rasional, sehingga proses pengambilan keputusan investasi menjadi lebih terarah dan efektif.

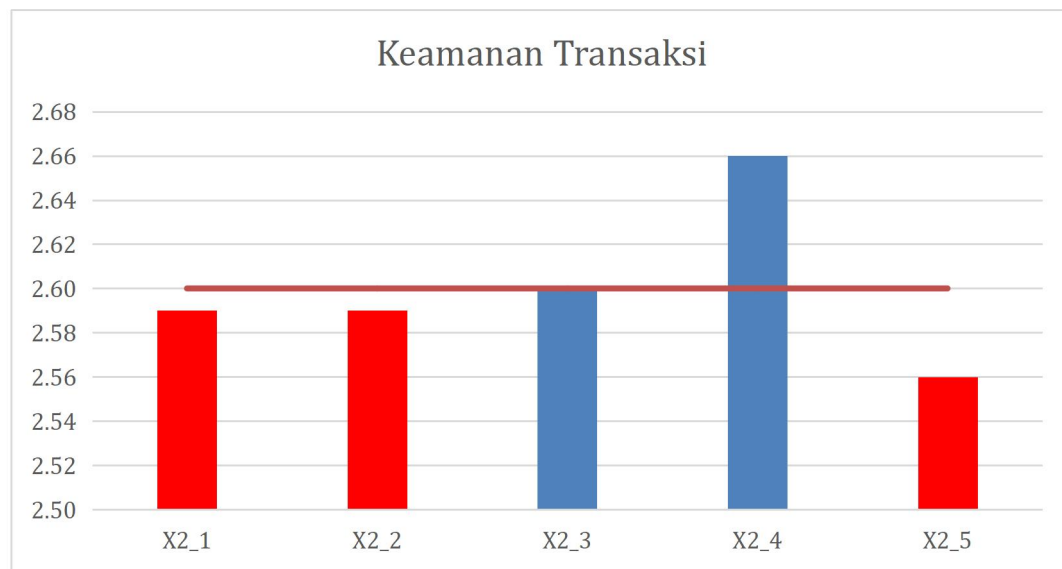
Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), keamanan transaksi dapat memengaruhi keputusan investasi melalui komponen *perceived behavioral control*, yakni persepsi individu mengenai kemampuan dan keyakinan dirinya dalam melakukan suatu tindakan. Ketika investor merasa bahwa suatu platform investasi menyediakan tingkat keamanan yang tinggi, persepsi kontrol mereka meningkat, karena mereka menilai potensi risiko teknis maupun penipuan dapat diminimalkan. Peningkatan persepsi kontrol ini selanjutnya memperkuat niat (*intention*) individu untuk berinvestasi dalam aset kripto. Dengan kata lain, keamanan transaksi bukan hanya menciptakan perasaan nyaman, tetapi juga meningkatkan keyakinan individu bahwa mereka dapat melakukan investasi secara aman dan efisien (Norisnita dan Indriati, 2023).

Berdasarkan teori *Behavioral Finance*, keamanan transaksi juga berperan dalam menekan bias psikologis yang memengaruhi perilaku investor, seperti *loss aversion*, *fear of uncertainty*, atau ketakutan terhadap kegagalan sistem. Sistem keamanan yang andal dapat mengurangi kecemasan dan ketidakpastian yang biasanya muncul dalam aktivitas investasi digital, sehingga investor dapat membuat keputusan yang lebih objektif dan tidak mudah dipengaruhi oleh faktor emosional. Selain itu, persepsi keamanan yang kuat membantu investor mengatasi kekhawatiran terhadap volatilitas pasar, karena mereka merasa yakin bahwa risiko yang bersifat teknis atau struktural telah diminimalkan oleh platform yang digunakan. Dengan demikian, keamanan transaksi berperan penting dalam pembentukan perilaku investasi yang rasional dan responsif terhadap informasi pasar (Jayani et al, 2025).

Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), Keamanan transaksi akan meningkatkan *perceived usefulness* kripto sebagai alat investasi aman, sehingga mendorong sikap positif dan adopsi platform. Ia juga memperkuat

*perceived ease of use* melalui keyakinan bahwa transaksi bebas dari ancaman siber, memediasi hubungan dengan *behavioral intention*. Ekstensi TAM mengonfirmasi peran persepsi keamanan sebagai prediktor utama keputusan investasi kripto (Namahoot dan Rattanawiboonsom, 2022).

Distribusi jawaban kuesioner atas variabel keamanan transaksi tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.4 Grafik Keamanan Transaksi**

Gambar 4.4 menunjukkan bahwa aspek/ indikator dari keamanan transaksi yang sudah baik mempengaruhi keputusan investasi aset kripto yaitu:

1. Responden yakin platform kripto memiliki proteksi terhadap penipuan (X2.4)
2. Responden percaya bahwa transaksi aset kripto saya terlindungi dari peretasan (X2.3)

Sedangkan aspek/indikator yang masih perlu ditingkatkan dari keamanan transaksi memengaruhi keputusan investasi aset kripto, yaitu:

1. Platform kripto yang digunakan belum seluruhnya memiliki sistem keamanan yang baik (X2.1)
2. Sebagian responden merasa data pribadinya belum aman ketika menggunakan aplikasi kripto (X2.2)

3. Keamanan transaksi belum menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan berinvestasi kripto (X2.5)

Rekomendasi yang dapat disarankan kepada mahasiswa dalam meningkatkan keamanan transaksi adalah:

1. Wajibkan diri hanya menggunakan platform yang terdaftar resmi di regulator. Di Indonesia, pastikan aplikasi tersebut terdaftar di Bappebti (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi). Platform terdaftar memiliki standar keamanan IT dan audit dana nasabah yang diawasi negara.
2. Cek Fitur Keamanan Wajib: Jangan mendaftar di platform yang tidak menyediakan *Two-Factor Authentication* (2FA) menggunakan aplikasi (seperti Google Authenticator), bukan hanya SMS. Aktifkan fitur Address Whitelisting (daftar putih alamat dompet) agar dana hanya bisa dikirim ke alamat yang sudah Anda setujui sebelumnya.
3. Jangan gunakan email utama (yang terhubung ke media sosial, perbankan utama, atau kampus) untuk mendaftar akun kripto. Buatlah email khusus yang hanya digunakan untuk transaksi investasi. Ini meminimalisir risiko jika email utama terekspos dalam kebocoran data *e-commerce* lain.
4. Minimalisir Jejak Digital: Saat melakukan KYC (verifikasi identitas), pastikan *watermark* pada foto KTP (misalnya tulisan kecil "Untuk Verifikasi Exchange X Tanggal Y") untuk mencegah penyalahgunaan data jika foto tersebut bocor.
5. Waspada *Phishing*: Mahasiswa harus sadar bahwa peretas sering menggunakan social engineering. Jangan pernah mengklik link "konfirmasi akun" dari email atau Telegram yang mencurigakan. Selalu ketik ulang alamat *web platform* secara manual.
6. Tanamkan pola pikir bahwa "Keuntungan 1000% menjadi 0% jika akun diretas." Keamanan harus menjadi filter pertama sebelum melihat potensi keuntungan koin.
7. Pelajari jenis-jenis penipuan kripto seperti *Rug Pull* (pengembang kabur bawa uang), *Pig Butchering* (penipuan asmara berkedok investasi), dan

skema Ponzi. Pengetahuan ini akan secara otomatis menjadikan keamanan sebagai faktor pertimbangan utama.

Temuan penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya, seperti penelitian Jayani et al (2025), Norisnita dan Indriati (2023), Rahman dan Putra (2021) Namahoot dan Rattanawiboonsom (2022) mengungkapkan bahwa keamanan transaksi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi melalui peningkatan kepercayaan pengguna. Penelitian Lestari (2022) juga menunjukkan bahwa persepsi keamanan pada platform perdagangan kripto merupakan faktor utama yang mendorong minat dan intensi investasi. Namun, hasil ini berbeda dengan temuan Hasanah (2023) yang menyatakan bahwa keamanan transaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi karena sebagian investor lebih dipengaruhi oleh motif spekulatif dan potensi keuntungan jangka pendek dibandingkan aspek keamanan teknologi.

Penelitian berikutnya disarankan untuk menambahkan variabel moderasi seperti pengalaman digital, tingkat toleransi risiko, atau adopsi teknologi, guna melihat apakah hubungan antara keamanan transaksi dan keputusan investasi dipengaruhi oleh karakteristik tertentu dari investor. Selain itu, studi komparatif antarplatform kripto atau antar kelompok demografis dapat dilakukan untuk memperkuat generalisasi hasil serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku investasi aset digital di Indonesia.

#### **4.4.3 Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan transaksi yang dirasakan oleh investor meliputi kemudahan akses aplikasi, kesederhanaan proses registrasi, kejelasan alur transaksi, kecepatan eksekusi jual beli, serta ketersediaan berbagai metode pembayaran maka semakin besar kecenderungan individu untuk mengambil keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa

investor yang merasakan proses transaksi berjalan secara cepat, praktis, dan tidak menimbulkan hambatan teknis, cenderung lebih yakin dan percaya diri dalam menempatkan dana pada aset kripto. Kemudahan tersebut membantu investor melakukan proses investasi secara lebih efisien, meningkatkan kenyamanan pengguna, serta mengurangi beban kognitif dalam memahami mekanisme platform investasi, sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih rasional dan terarah.

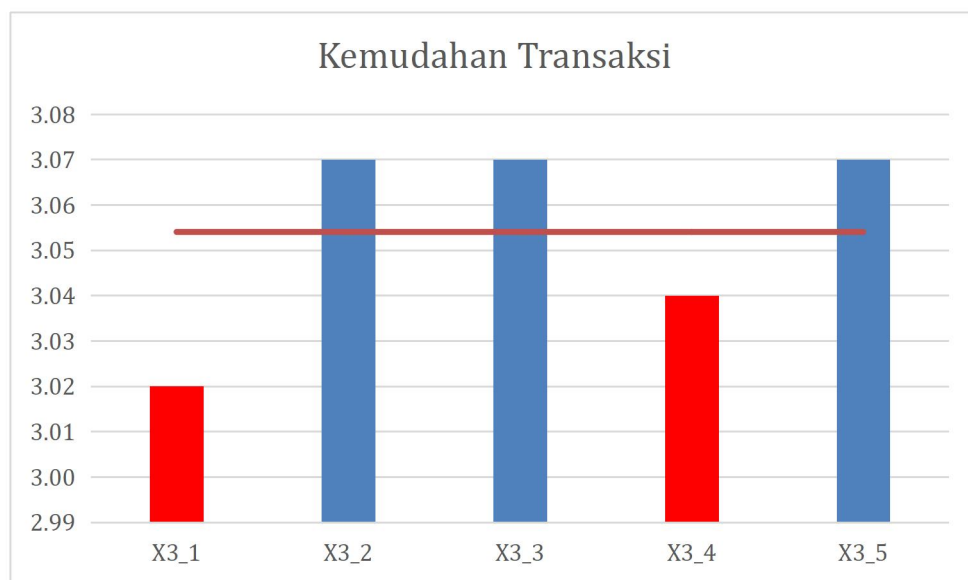
Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), kemudahan transaksi berkaitan erat dengan *perceived behavioral control*, yakni persepsi individu mengenai kemampuannya untuk melakukan suatu tindakan. Ketika seseorang merasa bahwa platform investasi mudah dioperasikan, persepsi kontrol mereka meningkat, sehingga mendorong niat untuk berinvestasi. Kemudahan ini juga membangun sikap positif terhadap perilaku investasi, karena investor menilai bahwa proses transaksi dapat dilakukan tanpa memerlukan keahlian teknis yang tinggi. Dengan demikian, kemudahan transaksi tidak hanya memengaruhi persepsi kontrol, tetapi juga membentuk sikap dan intensi perilaku yang pada akhirnya berdampak pada keputusan investasi aset kripto (Norisnita dan Indriati, 2022).

Menurut teori *Behavioral Finance*, kemudahan transaksi membantu mengurangi bias psikologis seperti *ambiguity aversion*, *fear of technical errors*, dan *information overload*. Platform yang mudah digunakan dapat menurunkan kecemasan dan kebingungan yang biasanya dialami investor pemula dalam menghadapi teknologi baru. Kemudahan ini memungkinkan investor memproses informasi dengan lebih baik, menghindari keputusan impulsif, serta membuat penilaian yang lebih objektif terhadap potensi keuntungan dan risiko aset kripto. Dengan kata lain, persepsi bahwa transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan praktis mendorong investor berperilaku lebih rasional dan meningkatkan minat mereka untuk terlibat dalam investasi digital (Jayani et al, 2025).

Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM), Kemudahan transaksi secara langsung meningkatkan *perceived ease of use* (PEOU) dalam TAM, yang

memediasi sikap positif dan behavioral intention untuk berinvestasi kripto. Ia juga memperkuat *perceived usefulness* melalui efisiensi waktu dan biaya rendah, mendorong adopsi platform kripto. Ekstensi TAM menegaskan PEOU sebagai prediktor utama keputusan investasi di pasar kripto Indonesia (Chandra dan Tanaamah, 2025).

Distribusi jawaban kuesioner atas variabel kemudahan transaksi tampak sebagai berikut:



**Gambar 4.5 Grafik Kemudahan Transaksi**

Gambar 4.5 menunjukkan bahwa aspek/ indikator dari kemudahan transaksi yang sudah baik mempengaruhi keputusan investasi aset kripto yaitu:

1. Proses registrasi akun pada platform kripto mudah dilakukan (X3.2)
2. Fitur transaksi pada aplikasi kripto mudah dipahami (X3.3)
3. Kemudahan penggunaan aplikasi memotivasi saya berinvestasi kripto (X3.5)

Sedangkan aspek/indikator yang masih perlu ditingkatkan dari kemudahan transaksi mempengaruhi keputusan investasi aset kripto, yaitu:

1. Aplikasi kripto tidak mudah dipelajari (X3.1)
2. Proses jual-beli kripto tidak/ kurang cepat (X3.4)

Rekomendasi yang dapat disarankan kepada mahasiswa dalam meningkatkan kemudahan transaksi adalah:

1. Pilih Mode "*Lite*" atau "Pemula": Banyak aplikasi pertukaran kripto (Exchange) modern menyediakan dua mode antarmuka. Mahasiswa disarankan untuk memulai dengan *Mode Lite/Simple* yang hanya menampilkan tombol "Beli" dan "Jual" serta grafik harga sederhana.
2. Sebelum menggunakan uang jajan atau uang tabungan, gunakan fitur akun demo. Ini memungkinkan mahasiswa menekan semua tombol, mencoba fitur staking, atau transfer aset tanpa risiko kehilangan uang riil. Ini adalah cara tercepat untuk membangun *muscle memory* dalam menggunakan aplikasi.
3. Fokus pada Fitur Utama Dulu: Jangan mencoba mempelajari semua fitur sekaligus (seperti Futures, Margin Trading, NFT Marketplace). Fokuslah hanya pada tiga menu utama: *Deposit* (Setor Rupiah), *Spot Market* (Beli/Jual Aset), dan *Withdraw* (Tarik Dana). Kuasai alur ini terlebih dahulu.
4. Jika prioritas adalah Kecepatan (ingin aset langsung terbeli/terjual detik itu juga), mahasiswa harus menggunakan fitur *Instant / Market Order*. Fitur ini membeli aset pada harga pasar saat itu juga, sehingga transaksi dijamin langsung berhasil.
5. Seringkali proses terasa lambat karena mahasiswa tidak sengaja menggunakan *Limit Order* (memasang antrean harga tertentu), di mana transaksi baru akan terjadi jika harga pasar menyentuh harga antrean tersebut (yang mungkin butuh waktu lama atau tidak terjadi sama sekali).

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa studi sebelumnya. Penelitian oleh Jayani et al (2025), Chandra dan Tanaamah (2025), Norisnita dan Indriati (2022), Siregar dan Hutabarat (2021) menemukan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi perdagangan kripto berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, terutama melalui peningkatan kenyamanan pengguna. Penelitian Anggraeni (2022) juga menunjukkan bahwa fitur aplikasi yang mudah dipahami dan proses transaksi

yang sederhana mendorong minat investasi generasi muda. Namun, temuan ini berbeda dengan studi Kurniawan (2023) yang menyatakan bahwa kemudahan transaksi tidak berpengaruh signifikan, karena sebagian investor lebih mempertimbangkan faktor volatilitas harga dibandingkan aspek kemudahan penggunaan platform.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel moderasi seperti pengalaman digital, *self-efficacy* teknologi, atau tingkat toleransi risiko, guna melihat apakah hubungan antara kemudahan transaksi dan keputusan investasi dipengaruhi oleh karakteristik tertentu. Selain itu, penelitian perbandingan antarplatform kripto maupun antar kelompok usia dapat dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi aset kripto di Indonesia.

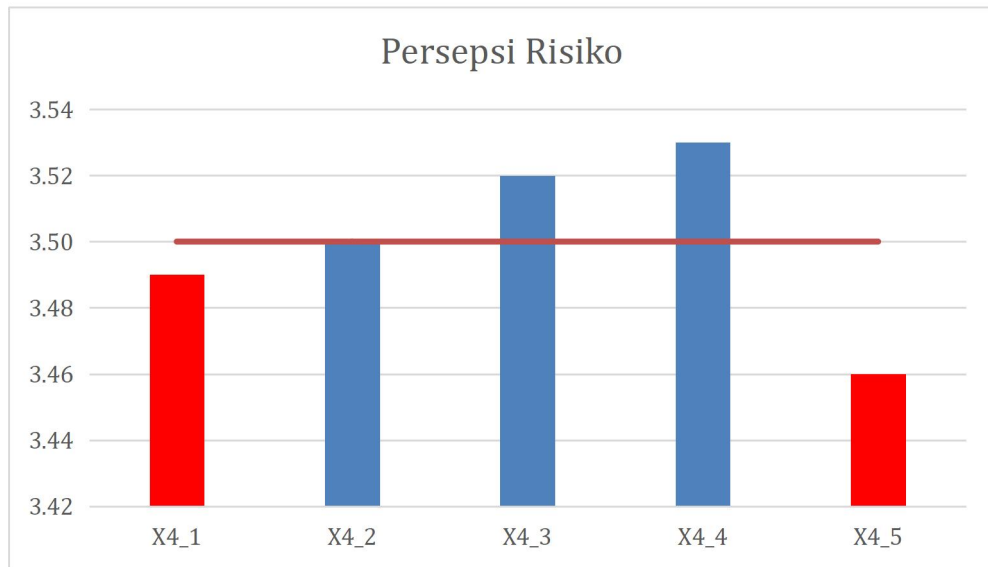
#### **4.4.4 Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pemahaman individu terhadap berbagai jenis risiko investasi meliputi risiko keuangan, risiko sosial, risiko kinerja, risiko kenyamanan waktu (*time and risk convenience*), dan risiko psikologis, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu tersebut untuk tetap melakukan investasi. Dalam hal ini, persepsi risiko tidak semata-mata berfungsi sebagai faktor penghambat, melainkan dapat berperan sebagai pendorong bagi investor untuk mengambil keputusan secara lebih cermat, rasional, dan berdasarkan pertimbangan strategis. Investor yang memahami potensi risiko cenderung mampu melakukan pertimbangan yang lebih matang sebelum berinvestasi. Mereka juga lebih mampu merancang strategi mitigasi risiko, seperti diversifikasi portofolio atau memilih instrumen yang sesuai dengan profil risikonya. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan mengenali dan memahami risiko dapat meningkatkan kualitas keputusan investasi aset kripto, karena individu tidak hanya mempertimbangkan keuntungan tetapi juga risiko yang menyertainya.

Dalam perspektif *theory of planned behaviour (TPB)*, persepsi risiko berkaitan erat dengan dua komponen utama: sikap terhadap perilaku dan *perceived behavioral control*. Ketika individu memiliki penilaian risiko yang realistis, maka sikap terhadap investasi menjadi lebih positif karena didasari oleh pertimbangan yang rasional. Selain itu, persepsi terhadap risiko juga memperkuat keyakinan individu bahwa dirinya mampu mengelola risiko tersebut, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk berinvestasi. Persepsi bahwa risiko masih dapat dikendalikan turut memperkuat keinginan individu untuk bertindak sesuai dengan niat investasinya (Ujung et al, 2023).

Sementara itu, dalam kerangka *behavioral finance*, persepsi risiko yang sehat mencerminkan kemampuan individu dalam mengelola emosi dan bias psikologis selama proses pengambilan keputusan. Menurut Shefrin (2000), investor sering kali dipengaruhi oleh bias seperti *loss aversion* (takut kehilangan), *anchoring* (terikat pada informasi awal), atau *availability bias* (terpengaruh oleh informasi yang mudah diingat). Namun, individu dengan persepsi risiko yang rasional lebih mampu menghindari bias-bias tersebut dan membuat keputusan yang lebih objektif. Oleh karena itu, pemahaman risiko yang baik menjadi landasan penting untuk membentuk perilaku investasi yang stabil dan berkelanjutan (Rohmani dan Hudaya, 2025).

Berdasar perspektif *Technology Acceptance Model (TAM)*, Persepsi risiko dalam TAM meningkatkan *perceived usefulness* kripto sebagai aset berimbang hasil tinggi meski volatil, memediasi sikap positif dan adopsi investasi. Ia juga memperkuat *perceived ease of use* melalui pemahaman mitigasi risiko *blockchain*, menghasilkan *behavioral intention* kuat. Ekstensi TAM mengonfirmasi persepsi risiko sebagai faktor pendorong keputusan investasi kripto di pasar berkembang (Jaripayan dan Mattayaphutron, 2022).



**Gambar 4.6 Grafik Persepsi Risiko**

Gambar 4.6 menunjukkan bahwa aspek/ indikator dari persepsi risiko yang sudah baik mempengaruhi keputusan investasi aset kripto yaitu:

1. Sebagian responden menganggap keamanan aset kripto cukup stabil (X4.4)
2. Sebagian responden tidak khawatir kehilangan dana saat berinvestasi kripto (X4.3).
3. Sebagian responden menganggap harga aset kripto sangat berfluktuasi (X4.2)

Sedangkan aspek/indikator yang masih perlu ditingkatkan dari persepsi risiko memengaruhi keputusan investasi aset kripto, yaitu:

1. Merasa investasi aset kripto memiliki risiko kerugian yang tinggi (X4.1)
2. Risiko yang tinggi membuat berpikir dua kali sebelum berinvestasi kripto (X4.5)

Rekomendasi yang dapat disarankan kepada mahasiswa dalam meningkatkan persepsi risiko adalah:

1. Gunakan "Uang Dingin" (*Afford to Lose*): Mahasiswa harus mendefinisikan ulang modal investasi. Jangan pernah menggunakan uang

SPP, uang kost, atau dana darurat. Gunakan hanya sisa uang jajan yang jika hilang 100%, gaya hidup dan kuliah tidak terganggu.

2. Pahami bahwa tidak semua kripto sama risikonya. Bitcoin (BTC) dan Ethereum (ETH) memiliki volatilitas yang berbeda.
3. Miliki strategi Exit Plan sebelum masuk (*Stop Loss & Take Profit*)

Hal ini sejalan dengan Penelitian Rohmani dan Hudaya (2025), Ujung et al (2023), Jaripayan dan Mattayaphutron (2022), Rika dan Syaiah (2022) menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa atau mahasiswi memperhatikan risiko dalam mengambil keputusan investasi, tingkat kekhawatiran atau kehati-hatian terhadap risiko menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan investasi aset kripto mereka, tetapi tetapi tidak sejalan dengan penelitian Suryani dan Amanah (2024) yang menyatakan bahwa persepsi risiko tidak mempunyai pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa.

#### **4.4.5 Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto**

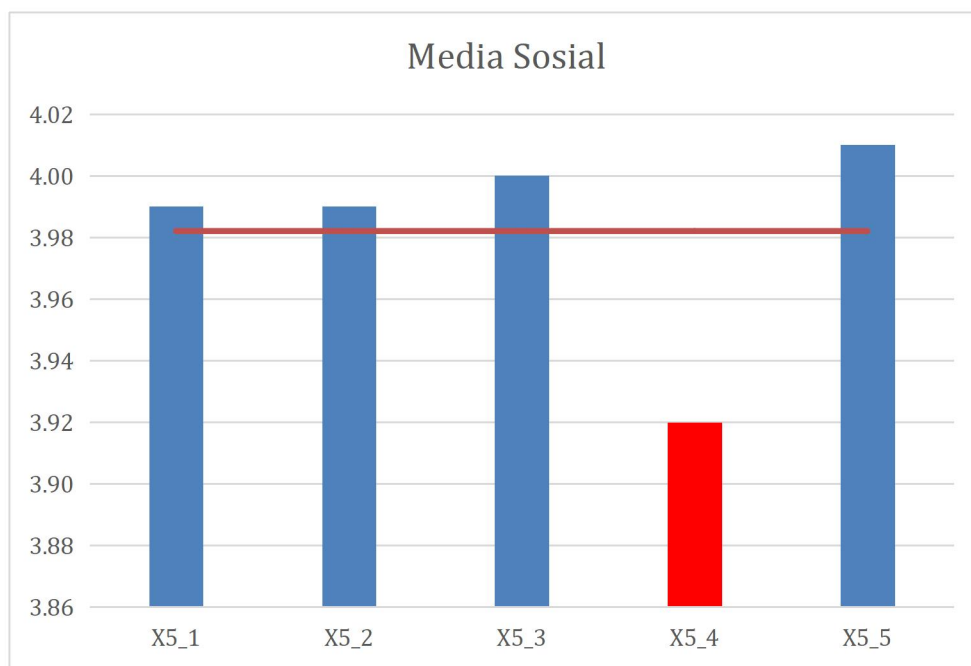
Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peranan penting dalam memengaruhi keputusan investasi aset kripto, terutama di kalangan Mahasiswa. Mereka cenderung mendapatkan informasi, rekomendasi, bahkan motivasi untuk berinvestasi dari *platform* seperti *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, dan *Twitter*. Kecepatan informasi, kemudahan akses, serta pendekatan konten yang ringan dan visual membuat media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam membentuk preferensi dan keputusan investasi. Semakin sering individu menggunakan media sosial, maka semakin tinggi pula peluang mereka untuk terpapar berbagai informasi investasi yang beragam dan relevan, mulai dari berita pasar hingga opini *finfluencer*. Informasi ini tidak hanya memperluas wawasan, tetapi juga dapat memicu pengaruh psikologis seperti FOMO atau tekanan sosial yang mendorong individu untuk segera berinvestasi. Selain itu, jika informasi yang

disajikan dianggap efektif dan mudah dipahami, maka media sosial menjadi sumber referensi yang dipercaya dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana strategis yang memengaruhi perilaku keuangan individu, khususnya dalam konteks pengambilan keputusan investasi.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, media sosial mempengaruhi keputusan investasi melalui penguatan ketiga komponen utama TPB, terutama norma subjektif dan *perceived behavioral control*. Media sosial memungkinkan penyebaran opini, rekomendasi, dan testimoni investasi dari teman, selebritas, atau *influencer*, yang menciptakan tekanan sosial atau dorongan untuk mengikuti tindakan mereka. Hal ini memperkuat norma subjektif bahwa “semua orang sedang berinvestasi”, sehingga individu merasa terdorong untuk melakukan hal yang sama. Selain itu, konten-konten edukatif atau tutorial investasi yang mudah diakses di media sosial dapat meningkatkan kepercayaan diri individu terhadap kemampuannya dalam mengelola investasi (*perceived control*), sehingga memperbesar niat mereka untuk berinvestasi (Bramantya dan Manda, 2024).

Sementara itu, menurut *behavioral finance*, media sosial menjadi saluran utama bagi penyebaran informasi yang memicu bias perilaku dan keputusan irasional. Investor cenderung terpengaruh oleh informasi viral, opini mayoritas, atau keberhasilan instan yang ditampilkan secara selektif oleh orang lain di media sosial. Hal ini dapat memicu *herding*, *overconfidence*, atau *FOMO (Fear of Missing Out)* yang menyebabkan investor membuat keputusan tanpa analisis mendalam. Media sosial juga sering kali memperkuat *confirmation bias*, di mana investor hanya mencari dan mempercayai informasi yang mendukung pandangan mereka, meskipun tidak valid. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi sumber motivasi sekaligus risiko, tergantung pada bagaimana pengguna menyaring dan menanggapi informasi yang mereka terima (Bramantya dan Manda, 2024).

Dalam perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM), Media sosial akan meningkatkan *perceived usefulness* kripto melalui *review* dan demo transaksi yang mudah diakses, memediasi sikap positif terhadap adopsi investasi. Ia juga memperkuat *perceived ease of use* via tutorial interaktif, menghasilkan behavioral intention tinggi di kalangan generasi muda. Ekstensi TAM menegaskan pengaruh konten media sosial sebagai prediktor utama keputusan investasi kripto (Nuqman et al, 2025).



**Gambar 4.7 Grafik Media Sosial**

Gambar 4.7 menunjukkan bahwa aspek/ indikator dari Media Sosial yang sudah baik mempengaruhi keputusan investasi aset kripto yaitu:

1. Mendapatkan informasi yang cukup tentang aset kripto dari media sosial (X5.1)
2. Pendapat influencer memengaruhi ketertarikan saya pada aset kripto (X5.2)
3. Review atau testimoni pengguna lain memengaruhi keputusan saya (X5.3)
4. Informasi viral di media sosial membuat saya tertarik mencoba investasi kripto (X5.5)

Sedangkan aspek/indikator yang masih perlu ditingkatkan dari Media Sosial memengaruhi keputusan investasi aset kripto, yaitu tidak/ belum pernah mengikuti komunitas online yang membahas aset kripto (X5.4).

Rekomendasi yang dapat disarankan kepada mahasiswa dalam meningkatkan Media Sosial adalah:

1. Ikuti Akun Resmi (Official Channels): Wajibkan diri untuk mem-follow akun resmi dari proyek kripto yang diminati (misal: akun X resmi Ethereum Foundation atau Solana). Informasi dari sumber utama jauh lebih akurat daripada interpretasi *influencer*.
2. Follow akun berita atau data agregator yang netral (seperti CoinGecko, CoinDesk, atau Cointelegraph). Jangan hanya mem-follow akun perorangan yang sering pamer profit ("*flexing*").
3. Pastikan berita yang dibaca di Instagram/TikTok adalah real-time, bukan berita minggu lalu yang diposting ulang demi likes.
4. Hindari FOMO dari *Screenshot Profit*: Sadari bahwa konten pamer saldo di media sosial mudah dipalsukan (akun demo). Jangan jadikan postingan profit orang lain sebagai dasar keputusan beli.

Hal ini sejalan penelitian Nuqman et al (2025), Bramantya dan Manda (2024), Cahayati (2024) yang menyatakan bahwa media sosial mampu membentuk persepsi risiko, menciptakan dorongan *herding*, serta meningkatkan literasi keuangan dan keputusan investasi melalui konten yang dikemas dengan pendekatan *digital native-friendly*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian dari Azizah et al (2024) yang menyatakan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa FEB Universitas Islam Malang.

#### **4.4.6 Konsistensi Hasil Penulis Dengan Penelitian Sebelumnya**

Interpretasi hasil penelitian didukung oleh penjelasan mengenai konsistensi hasil penelitian dengan penelitian sebelumnya. Hasil penelitian sebelumnya digunakan sebagai bahan kajian dan perbandingan dalam pengembangan penelitian ini yang berjudul pengaruh pengetahuan keuangan,

keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan media sosial terhadap keputusan investasi aset kripto mahasiswa. Dapat dilihat pada tabel 4.21 berikut ini:

**Tabel 4. 30 Konsistensi Hasil Penulis Dengan Penelitian Sebelumnya**

No	Nama Peneliti (Tahun)	Hasil Penelitian Sebelumnya	Hasil Penelitian Penulis	Konsistensi Hasil Penelitian
1.	Hanif, et., al (2025)	Pengetahuan Keuangan Berpengaruh terhadap Keputusan Investasi	Pengetahuan Keuangan Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Investasi	Konsisten
2.	Hayashi (2025)	Pengetahuan Keuangan Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Investasi	Pengetahuan Keuangan Berpengaruh Positif terhadap Keputusan Investasi	Konsisten
3.	Nilna Nura Millah (2025)	Pengetahuan keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi kripto	Pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi	Konsisten
4.	Abdul Khalik (2025)	Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi	Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan investasi	Konsisten
5.	Muhammad Farrukh Shahzad (2024)	Kemudahan Transaksi berpengaruh positif terhadap Keputusan investasi	Kemudahan Transaksi berpengaruh positif terhadap Keputusan investasi	Konsisten
6.	Suryani, dan Amanah, (2024)	Persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi,	Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan investasi	Tidak Konsisten
7.	Yuanisari, T., et al (2024)	Pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi	Pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi	Konsisten
8.	Upreti (2024)	Pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi <i>cryptocurrency</i>	Pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi	konsisten
9.	Rodpangtiam (2024)	Paparan media sosial berpengaruh terhadap persepsi individu terhadap nilai dan risiko <i>cryptocurrency</i> , yang kemudian memengaruhi	Media sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi	Konsisten

No	Nama Peneliti (Tahun)	Hasil Penelitian Sebelumnya	Hasil Penelitian Penulis	Konsistensi Hasil Penelitian
		adopsi investasi aset kripto.		
10.	Dewi Asmarani (2024)	Likuiditas tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi nilai signifikansi tinggi.	Persepsi risiko berpengaruh positif terhadap keputusan investasi	Tidak Konsisten

Sumber : Hanif, et., al (2025), Hayashi (2025), Millah (2025), Khalik (2025), Shahzad (2024), Suryani, dan Amanah, (2024), Yuanisari, T., et al (2024), Upreti (2024), Rodpangtiam (2024), Dewi (2024)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto
2. Keamanan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto
3. Kemudahan Transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto
4. Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto
5. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Aset Kripto

#### **5.2 Implikasi Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat pada mahasiswa maupun pelaku industri keuangan dan investasi yang menargetkan Mahasiswa. Berikut implikasi hasil penelitian ini:

##### **1. Implikasi Teoritis/Akademis:**

- a. Hasil penelitian ini mendukung teori penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.
- b. Hasil penelitian ini mendukung teori penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keamanan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.
- c. Hasil penelitian ini mendukung teori penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

- d. Hasil penelitian ini mendukung teori penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.
- e. Hasil penelitian ini mendukung teori penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

## **2. Implikasi Praktis/Manajerial:**

- a. Pengetahuan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto, maka disarankan agar mahasiswa:
  - 1) Menjaga rasionalitas dan emosi.
  - 2) Mengurangi risiko kerugian
  - 3) Melakukan riset sendiri.
- b. Keamanan Transaksi yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto, maka disarankan agar mahasiswa:
  - 1) Filter "*Legalitas First*"
  - 2) Cek Fitur Keamanan
- c. Kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto, maka disarankan agar mahasiswa:
  - 1) Pilih Mode "*Lite*" atau "*Pemula*"
  - 2) Manfaatkan Fitur Simulasi
- d. Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto, maka disarankan agar mahasiswa:
  - 1) Hanya Gunakan "*Uang Dingin*"
  - 2) Pilih Aset dengan Likuiditas Tinggi
  - 3) Miliki "*Exit Plan*" Sebelum Masuk (*Stop Loss & Take Profit*)
- e. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi aset kripto, maka disarankan agar mahasiswa:
  - 1) Ikuti akun resmi (Ofisial)
  - 2) Pastikan berita terbaru/ *real time*
  - 3) Hindari FOMO dari *Screenshot Profit*

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang kemungkinan dapat mempengaruhi hasil penelitian yang telah diperoleh. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Dalam penelitian ini hanya menggunakan penyebaran kuesioner tanpa melakukan wawancara secara langsung dengan responden mahasiswa Universitas Budi Luhur, sehingga data yang diperoleh hanya berdasarkan persepsi tertulis pada kuesioner tanpa pendalaman secara kualitatif.
2. Adanya keterbatasan waktu dalam proses pengumpulan data responden karena beberapa mahasiswa sedang menjalani masa ujian akhir dan liburan semester, yang menyebabkan keterbatasan jumlah responden yang dapat dijangkau secara aktif.
3. Dalam penelitian ini hanya menggunakan 100 responden dari mahasiswa Universitas Budi Luhur sebagai sampel sehingga membatasi generalisasi temuan kepada populasi Mahasiswa yang lebih luas, mengingat karakteristik responden mungkin tidak mewakili keseluruhan populasi generasi muda di Indonesia khususnya dalam konteks keputusan investasi.
4. Penelitian ini belum menguji model atau temuan empiris secara lintas kampus/ universitas/ budaya (*cross-cultural*). Akibatnya, validitas eksternal dan generalisasi hasil hanya dapat diterapkan pada konteks Indonesia (Universitas Budi Luhur) dan belum tentu berlaku pada kelompok Gen Z di wilayah lain.
5. Penelitian ini bersifat *cross-sectional* dan hanya dilakukan di satu lokasi, sehingga tidak dapat menangkap dinamika perubahan perilaku investasi atau perbedaan budaya wilayah lain.
6. Penelitian ini hanya menggunakan lima variabel independen yaitu pengetahuan keuangan, keamanan transaksi, kemudahan transaksi, persepsi risiko, dan media sosial. Padahal masih terdapat variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan investasi, seperti *Risk Tolerance*, *Regret Aversion*, *Overconfidence*, *Financial Experience*, tujuan investor, tingkat *return*, dan jangka waktu investasi.

7. Keterbatasan wawasan dan pengalaman praktik kerja penulis dalam bidang penelitian sosial-ekonomi juga menjadi kendala dalam mengeksplorasi hasil yang lebih komprehensif, baik dari sisi pendekatan teoritis maupun metode analisis yang lebih kompleks.

Meskipun demikian, keterbatasan-keterbatasan ini justru membuka peluang untuk penelitian lanjutan dengan desain yang lebih komprehensif, sampel yang lebih beragam, dan pendekatan metodologis yang lebih kuat. Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa temuan ini perlu diinterpretasikan dengan mempertimbangkan konteks dan keterbatasan tersebut.

#### **5.4 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya**

Berdasarkan pada keterbatasan yang telah disebutkan di atas, adapun beberapa saran untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Peneliti selanjutnya dapat memperbanyak jumlah responden dari kalangan Mahasiswa, tidak hanya terbatas pada mahasiswa Universitas Budi Luhur, tetapi juga melibatkan mahasiswa dari universitas lain di wilayah Jakarta Timur, Jakarta Barat, Jakarta Pusat, maupun daerah lainnya di Indonesia agar hasil penelitian lebih representatif, akurat, dan menggambarkan kondisi sesungguhnya.
2. Dalam pengumpulan data, peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode lain seperti wawancara mendalam, diskusi kelompok terfokus (FGD), atau observasi langsung, guna memperoleh data yang lebih komprehensif dan memperkuat temuan dari data kuesioner secara kuantitatif.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan atau menggunakan variabel tambahan lain yang juga berpotensi mempengaruhi keputusan investasi, seperti:
  - a. Kepercayaan terhadap *platform* investasi digital,
  - b. Dukungan sosial atau keluarga,
  - c. Motivasi finansial jangka panjang,
  - d. Pengaruh *influencer* atau konten kreator finansial,

- e. Pendapatan;
  - f. Toleransi risiko;
  - g. Pengalaman investasi
  - h. *Self-efficacy* atau kepercayaan diri dalam mengelola keuangan, sehingga dapat memperkaya hasil penelitian, analisis yang komprehensif dan memberikan wawasan baru terhadap faktor-faktor yang memengaruhi perilaku investasi Mahasiswa.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menyediakan waktu yang lebih panjang dalam penyebaran kuesioner, agar dapat menjangkau responden lebih luas serta mengurangi potensi ketidakterisian atau pengembalian kuesioner yang rendah akibat kesibukan responden

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelika, A., Suryani, T., & Amanah, L. (2024). Peran media sosial dalam membentuk perilaku investasi mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(3), 45–60.
- Ainurum. (2024). Pengaruh platform media sosial terhadap minat investasi. *Jurnal Ilmiah*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Akram, U., Hui, P., & Khan, M. K. (2019). The impact of social media on investment decisions: Evidence from Pakistan. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 22, 1–10.
- Amran, A., Adrianto, F., & Hamidi, M. (2025). Pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi kripto Mahasiswa Universitas Budi Luhur di Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Amtiran, Y., Sari, R. P., & Putri, D. A. (2021). Financial literacy and investment behavior among Indonesian millennials. *Journal of Financial Education*, 47(2), 112–125.
- Anggraeni, R. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi pada generasi milenial. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 78–92.
- Arifin, Z., Sari, M., & Wijaya, A. (2025). Perceived ease of use dan minat investasi kripto di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(2), 101–115.
- Asmarani, D., et al. (2024). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap keputusan investasi pada perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021–2023.
- Awais, M., Sadaf, R., & Khan, M. A. (2023). Perceived ease of use and intention to invest in digital assets: A study of cryptocurrency adoption. *International Journal of Financial Innovation*, 9(3), 45–58.

- Azizah, N., Setiawan, B., & Indriani, M. (2024). Media sosial sebagai sumber informasi investasi bagi generasi Z. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 13(2), 89–104.
- Barberis, N. (2018). Behavioral finance: A survey. In *Handbook of the Economics of Finance* (Vol. 1, pp. 1–35). Elsevier.
- Bianchi, M. (2021). Financial literacy and portfolio diversification in emerging markets. *Journal of International Money and Finance*, 117, 102–120.
- Białowolski, P. (2019). The theory of planned behavior in financial decision making: A meta-analysis. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 81, 1–12.
- Bramantya, & Manda. (2024). Pengaruh konten edukatif media sosial terhadap kepercayaan diri dan niat investasi.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Chen, L., & Chiang, R. H. (2023). Trust and perceived security in cryptocurrency adoption: An empirical study. *Journal of Information Systems*, 37(4), 89–102.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- DDTC. (2025). *Perkembangan Cryptocurrency dan Regulasi di Indonesia*.
- Earns, J., & Young, K. (2018). Cryptocurrency: A primer for investors and policymakers. *Journal of Financial Regulation*, 4(2), 45–67.
- Fahmi, I. (2015). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Febrianti, D., & Bakhtiar, A. (2023). Kemudahan penggunaan aplikasi investasi digital dan keputusan investasi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 7(3), 201–215.
- Felicia, L., & Alfredo, M. (2023). Pengaruh pengetahuan keuangan terhadap keputusan investasi pada generasi milenial. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 12(1), 45–60.

- Fikri, M. K., Sari, R., & Putra, D. (2024). Persepsi risiko dalam investasi aset kripto: Studi pada investor muda di Indonesia. *Jurnal Riset Keuangan*, 10(2), 89–104.
- Firmansa, D., & Huda, N. (2025). Pengaruh influencer media sosial terhadap kepercayaan dan keputusan investasi kripto. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 9(1), 77–92.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Fitria, H., & Sakti, I. (2023). Persepsi risiko dan minat investasi cryptocurrency pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(3), 112–125.
- Fitri, H., Sari, M., & Wijaya, A. (2022). Pengaruh pengetahuan keuangan terhadap keputusan investasi mahasiswa. *Jurnal Ilmu Keuangan*, 8(2), 134–148.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 2.0*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grohmann, A., Klühs, T., & Menkhoff, L. (2018). Does financial literacy improve financial inclusion? Cross country evidence. *World Development*, 111, 84–96.
- Gümüs, N., & Çelik, E. (2024). Cybersecurity and cryptocurrency investment decisions: A cross-country analysis. *Journal of Financial Crime*, 31(1), 120–135.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer.

- Hanif, M., Rahman, A., & Sari, N. (2025). Pengaruh gaya hidup, pengetahuan keuangan syariah, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 10(1), 45–60.
- Hayashi, F. (2025). Financial literacy, risk tolerance, and cryptocurrency ownership in the United States. *Journal of Financial Literacy*, 18(2), 89–104.
- Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., ... & Calantone, R. J. (2016). Common beliefs and reality about partial least squares: Comments on Rönkkö & Evermann. *Organizational Research Methods*, 19(4), 650–671.
- Hidayat, A., & Anshori, M. (2023). Kemudahan transaksi dan adopsi teknologi finansial pada generasi milenial. *Jurnal Teknologi Informasi*, 11(2), 134–149.
- Hilma, R., Sari, P., & Utami, W. (2025). Persepsi risiko dalam pengambilan keputusan investasi aset digital. *Jurnal Manajemen Risiko*, 7(1), 55–70.
- Hutapea, R., Siregar, B., & Tan, L. (2025). Keamanan platform kripto dan kepercayaan investor muda di Indonesia. *Jurnal Keamanan Siber*, 6(2), 89–103.
- Huynh, T. L. D. (2022). Risk perception and cryptocurrency investment among novice investors. *Journal of Behavioral Finance*, 23(4), 456–470.
- Ilham, M. (2020). *Dasar-dasar keputusan investasi*. Penerbit Media Edukasi.
- Indarsin, T., & Ali, H. (2022). Persepsi keamanan transaksi digital dan kepercayaan konsumen. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 14(3), 201–215.
- Isticharoh, L., & Kardoyo, K. (2020). Pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi di kalangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 34–48.
- Jaya, I. G. N. M. (2020). *Statistika deskriptif untuk penelitian*. Penerbit Andi.
- Jogiyanto, H. M., & Abdillah, W. (2009). *Konsep dan aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk penelitian empiris*. BPFE.
- Jaripayan, & Mattayaphutrong. (2022). Persepsi risiko sebagai pendorong keputusan investasi kripto di pasar berkembang.

- Jayani, et al. (2025). Keamanan transaksi dan pembentukan perilaku investasi rasional.
- Jogiyanto, & Abdillah, W. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE.
- Khalik, A., Sari, R., & Putra, D. (2024). Pengaruh pengetahuan keuangan, toleransi risiko, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi cryptocurrency di Sulawesi Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Digital*, 9(2), 112–128.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Kusumastuti, A., Khoirunisa, Z., & Sari, D. P. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Penerbit Deepublish.
- Lestari, D. (2022). Persepsi keamanan platform perdagangan kripto dan motivasi investasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11(2), 89–104.
- Liska, M., Sari, P., & Wijaya, A. (2022). Financial literacy and digital financial inclusion in Indonesia. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 37(3), 245–260.
- Litamahuputty, V. (2020). *Pengukuran pengetahuan keuangan: Teori dan aplikasi*. Penerbit Erlangga.
- Lohmoller, J. B. (1989). *Latent variable path modeling with partial least squares*. Springer-Verlag.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). How ordinary consumers make complex economic decisions: Financial literacy and retirement readiness. *Quarterly Journal of Finance*, 7(3), 1–31.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage.
- Millah, N. N. (2025). Pengaruh pendapatan, pengetahuan keuangan, dan toleransi risiko terhadap keputusan investasi aset kripto dengan financial

- technology sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 134–150.
- Mukaromah, S. (2023). Persepsi risiko dan keputusan investasi saham syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Terapan*, 6(1), 45–60.
- Mulatsih, S., & Rosyid, A. (2024). Keamanan transaksi dan keputusan investasi crypto investor muda di Indonesia. *Jurnal Keuangan Digital*, 5(2), 89–104.
- Mulatsih, & Rosyid. (2024). Pengaruh keamanan transaksi terhadap keputusan investasi crypto investor muda.
- Naeem, M., & Farid, S. (2023). Perceived risk and cryptocurrency investment decisions: A behavioral perspective. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 29, 1–12.
- Nangin, M. A., Barus, I. R. G., & Wahyuni, S. (2020). Keamanan transaksi digital: Persepsi pengguna e-wallet di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(3), 201–215.
- Ningsih, S. (2024). Indikator keamanan transaksi dalam platform investasi digital. *Jurnal Teknologi Keuangan*, 10(1), 77–92.
- Nofsinger, J. R., & Varma, A. (2014). Socially responsible funds and market crises. *Journal of Banking & Finance*, 48, 180–193.
- Norisnita Muazila, & Indriati Dwi Liestiwati. (2023). Application of Theory of Planned Behavior (TPB) in Cryptocurrency Investment Prediction: A Literature Review. *Journal of Economics and Business*. DOI:10.31014/aior.1992.05.02.424
- Walwii An Nuqman, K., Fatma Hapsari, T., & Pratiwi, R. (2026). Peran Literasi Keuangan Digital dan Tren Investasi Digital terhadap Investasi Cryptocurrency pada Generasi Muda. *IKRAITH-EKONOMIKA*.
- OECD. (2016). *OECD/INFE International survey of adult financial literacy competencies*. OECD Publishing.
- OJK. (2024). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan tahun 2023*. Otoritas Jasa Keuangan.

- Panuntun, R., & Pertiwi, T. (2023). *Dasar-dasar investasi untuk pemula*. Penerbit Media Edukasi.
- Pompian, M. M. (2012). *Behavioral finance and wealth management: How to build optimal portfolios for private clients* (2nd ed.). Wiley.
- Priyatno, D. (2013). *Cara kilat belajar analisis data dengan SPSS 20*. Penerbit Andi.
- Purba, J., & Panday, R. (2021). Keamanan transaksi digital dalam era finansial teknologi. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 9(2), 112–128.
- Rahman, A., & Putra, D. (2021). Keamanan sistem transaksi dan kepercayaan investor dalam investasi digital. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 13(2), 145–160.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295.
- Rijanto, B., & Utami, W. (2024). Pengaruh fintech dan influencer media sosial terhadap keputusan investasi kripto. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Digital*, 8(3), 201–218.
- Rika, A. R., & Syaiah, S. (2022). Persepsi risiko dan keputusan investasi pada investor syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(1), 45–60.
- Roestanto, B. (2017). *Literasi keuangan: Konsep dan implementasi*. Penerbit Graha Ilmu.
- Rodpangtiam, S. (2024). Pengaruh media sosial terhadap persepsi nilai dan persepsi risiko cryptocurrency di Thailand. *Jurnal Komunikasi Global*, 12(3), 189–205.
- Rohman, A., & Safiih, L. (2025). Dimensi media sosial dalam konteks informasi investasi. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 11(1), 55–70.
- Rohmani, A., & Hudaya, R. (2025). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Cryptocurrency Mahasiswa. *Jambura Accounting Review*, 6(2), 687 - 701. <https://doi.org/10.37905/jar.v6i2.215>

- Rosyid, A., Immawati, I., & Mulatsih, S. (2024). Kemudahan transaksi dan keputusan investasi cryptocurrency pada investor muda. *Jurnal Manajemen Keuangan Digital*, 6(2), 134–149.
- Rusdin, M. (2006). *Psikologi investasi: Teori dan aplikasi*. Penerbit Salemba Empat.
- Ryu, S. (2022). Perceived transaction ease and behavioral intention in cryptocurrency platforms. *Journal of Digital Finance*, 4(2), 89–102.
- Salim, H., & Sutrisno, B. (2023). Keamanan transaksi aset kripto: Studi kasus platform Indonesia. *Jurnal Keamanan Informasi*, 9(1), 45–60.
- Sani, N., & Paramita, S. (2024). Pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi pada generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 7(2), 112–128.
- Setiawan, B., & Indriani, M. (2022). Media sosial sebagai referensi keputusan keuangan generasi muda. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(3), 201–215.
- Shahzad, M. F., Khan, S., & Ali, A. (2024). Cryptocurrency adoption through technology acceptance model: The role of trust and awareness. *Journal of Information Technology Management*, 16(3), 89–104.
- Shefrin, H. (2000). *Beyond greed and fear: Understanding behavioral finance and the psychology of investing*. Harvard Business School Press.
- Shiller, R. J. (2017). Narrative economics. *American Economic Review*, 107(4), 967–1004.
- Sindhu, K., & Kumar, V. (2014). Risk perception and investment behavior: A review. *Journal of Behavioral Finance*, 15(3), 200–215.
- Sinaga, R., & Usman, O. (2025). Fear of missing out (FOMO) sebagai mediator pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi kripto mahasiswa. *Jurnal Psikologi Bisnis*, 8(1), 77–92.
- Siregar, B., & Hutabarat, J. (2021). Kemudahan penggunaan aplikasi perdagangan kripto dan minat investasi. *Jurnal Teknologi Finansial*, 7(2), 89–104.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.

- Sudarsono, B., Wijaya, A., & Sari, M. (2024). Kemudahan transaksi dalam aplikasi investasi digital. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 12(2), 134–149.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods)*. Alfabeta.
- Suryani, T., & Amanah, L. (2024). Pengaruh platform media sosial, pengetahuan investasi, persepsi risiko, dan return terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 145–160.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan investasi: Teori dan aplikasi*. Kanisius.
- Tandelilin, E. (2017). *Analisis investasi dan manajemen portofolio*. BPF.
- Uma Sekaran. (2003). *Research methods for business: A skill-building approach* (4th ed.). Wiley.
- Upreti, P. (2024). Pengaruh financial literacy dan risk preference terhadap keputusan investasi cryptocurrency pada generasi milenial di Tangerang. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 10(1), 77–92.
- Uttari, D., & Yudiantara, I. G. (2023). Pengaruh pengetahuan keuangan, pendapatan, dan perilaku keuangan terhadap keputusan investasi generasi milenial melalui aplikasi Bibit. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 11(2), 134–150.
- Venter, J., & Michelsen, M. (2022). Perceived system security and investor preference in cryptocurrency platforms. *Journal of Digital Banking*, 6(3), 245–260.
- Wardana, A., Sari, R., & Putra, D. (2022). Keamanan aplikasi digital dan kepercayaan pengguna di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi*, 10(3), 201–215.
- Wicaksono, A. (2022). *Technology acceptance model (TAM): Teori dan aplikasi*. Penerbit Media Sains.
- Wijaya, A., & Tan, L. (2023). Kemudahan akses dan kecepatan transaksi pada platform kripto. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(2), 112–128.
- Wold, H. (1985). Partial least squares. In S. Kotz & N. L. Johnson (Eds.), *Encyclopedia of statistical sciences* (Vol. 6, pp. 581–591). Wiley.

- Wulandari, D., & Iramani, R. (2014). Studi keputusan investasi: Peran persepsi risiko dan faktor demografi. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 12(2), 245–260.
- Yuanisari, T., Sari, P., & Wijaya, A. (2024). Pengaruh pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan gaya hidup terhadap minat investasi mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 134–150.
- Yuliana, S. (2024). Persepsi risiko dan keputusan investasi generasi milenial pada aset digital. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 12(3), 201–215.

## LAMPIRAN – LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian



**Yth. Sdr/Sdri Responden Penelitian**

di Tempat

Salam Hormat,

Perkenalkan saya Fajar Maulana (NIM: 2432530059) mahasiswa tingkat akhir Program Studi Akuntansi Universitas Budi Luhur. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **"PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, KEAMANAN TRANSAKSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI, PERSEPSI RISIKO DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI ASET KRIPTO (SURVEI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BUDI LUHUR JAKARTA TAHUN 2025).** Mohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner dibawah ini.

Dimohon untuk membaca pertanyaan secara teliti dan menjawab secara lengkap setiap pertanyaan kuesioner ini yang paling sesuai dengan diri anda. Tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam pengisian kuesioner ini. Diharapkan anda memilih jawaban yang paling sesuai dengan diri anda.

Seluruh data identitas, informasi, dan jawaban yang anda berikan terjamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan dan waktu anda dalam berpartisipasi untuk mengisi kuesioner ini. Partisipasi anda sangat berarti bagi penelitian kami.

Hormat saya,



**Fajar Maulana**

**(NIM: 2432530059)**

### ***Informed Consent:***

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia sukarela untuk menjadi responden dalam penelitian ini dan akan memberikan informasi yang sebenarnya untuk kepentingan penelitian \*

- Bersedia
- Tidak Bersedia

### ***Petunjuk:***

Pilihlah salah satu yang paling sesuai dengan diri anda dengan memberikan pada angka 1 sampai dengan 5 dan hanya diperbolehkan menjawab satu pertanyaan, yaitu sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5= Sangat Setuju (SS)

### **Identitas Responden:**

#### **1. Usia**

- 16 - 22 Tahun
- 23 - 28 Tahun
- > 28 Tahun

#### **2. Jenis Kelamin**

- Laki-laki
- Perempuan

#### **3. Sudah bekerja?**

- Ya
- Belum

#### **4. Mahasiswa Aktif Budi Luhur?**

- Ya
- Tidak

**5. Pendapatan (Jika ada)**

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
- Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
- > Rp 5.000.000
- Tidak Memiliki Pendapatan

**6. Apakah Anda saat ini Memiliki Investasi?**

- Ya
- Tidak

**7. Jika, ya Apa Jenis Investasi yang dimiliki**

- Saham
- Reksadana
- Crypto
- Emas
- Deposito
- Lainnya

**8. Sumber Utama Informasi Investasi**

- Media Sosial
- Forum Online
- Teman/Keluarga
- Berita Keuangan
- Lainnya

**9. Waktu Penggunaan Media Sosial Per Hari**

- < 1 Jam
- 1 – 2 Jam
- 2 – 4 Jam
- >4 Jam

## 10. Media Sosial yang Paling Sering Digunakan untuk Informasi

### Keuangan/Investasi

- Instagram
- TikTok
- Youtube
- Twitter/X
- LinkedIn
- Lainnya

## 11. Kebiasaan Menabung/Investasi

- Rutin menabung/Investasi setiap bulan
- Hanya saat ada uang lebih
- Tidak pernah menabung/investasi

## 12. Pernah Mengikuti Edukasi/Seminar/ Webinar terkait Investasi ?

- Ya
- Tidak

### Pengetahuan Keuangan

Pernyataan	1	2	3	4	5
Saya memahami perbedaan antara aset dan liabilitas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya tahu bagaimana cara menghitung bunga majemuk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya dapat membaca dan memahami laporan keuangan sederhana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya memiliki pengetahuan dasar tentang risiko dan return investasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya tahu cara mengelola anggaran dan menabung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Persepsi Risiko

Pernyataan	1	2	3	4	5
Saya merasa takut kehilangan uang saat berinvestasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Saya lebih memilih investasi yang aman meskipun return-nya rendah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya cenderung menghindari instrumen investasi yang fluktuatif	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya mempertimbangkan risiko secara matang sebelum berinvestasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya lebih memilih investasi jangka panjang daripada spekulasi jangka pendek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### **Keamanan Transaksi**

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Platform kripto yang saya gunakan memiliki sistem keamanan yang baik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya merasa data pribadi saya aman ketika menggunakan aplikasi kripto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya percaya bahwa transaksi aset kripto saya terlindungi dari peretasan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya yakin platform kripto memiliki proteksi terhadap penipuan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Keamanan transaksi memengaruhi keputusan saya berinvestasi kripto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### **Kemudahan Transaksi**

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Aplikasi kripto yang saya gunakan mudah dipelajari.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proses registrasi akun pada platform kripto mudah dilakukan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fitur transaksi pada aplikasi kripto mudah dipahami.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proses jual-beli aset kripto dapat dilakukan dengan cepat.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Kemudahan penggunaan aplikasi memotivasi saya berinvestasi kripto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### **Penggunaan Media Sosial**

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Saya mengikuti akun media sosial yang membahas keuangan/investasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya sering menonton konten investasi di YouTube/TikTok/Instagram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Media sosial membantu saya dalam memahami dunia investasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya sering menemukan peluang investasi dari media sosial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Media sosial memengaruhi keputusan saya dalam memilih investasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### **Keputusan Investasi**

<b>Pernyataan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Saya memiliki tujuan jelas dalam berinvestasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya rutin mengalokasikan dana untuk investasi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya memilih instrumen investasi setelah mempertimbangkan risiko dan return	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya memantau dan mengevaluasi investasi saya secara berkala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Saya merasa puas dengan keputusan investasi yang saya buat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Lampiran 2. Tabulasi Karakteristik Responden (Bagian 1)**

<b>Responden</b>	<b>Usia</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Sudah bekerja?</b>	<b>Mahasiswa Aktif Universitas Budi Luhur?</b>	<b>Pendapatan (jika ada)</b>
1	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
2	> 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
3	> 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
4	> 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
5	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
6	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
7	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
8	> 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
9	16 - 22 Tahun	Perempuan	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
10	> 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
11	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
12	16 - 22 Tahun	Perempuan	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
13	> 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
14	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
15	16 - 22 Tahun	Perempuan	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
16	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
17	16 - 22 Tahun	Perempuan	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
18	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
19	16 - 22 Tahun	Perempuan	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
20	16 - 22 Tahun	Perempuan	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
21	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000

<b>Responden</b>	<b>Usia</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Sudah bekerja?</b>	<b>Mahasiswa Aktif Universitas Budi Luhur?</b>	<b>Pendapatan (jika ada)</b>
22	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
23	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
24	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
25	16 - 22 Tahun	Perempuan	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
26	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
27	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
28	16 - 22 Tahun	Perempuan	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
29	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
30	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
31	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
32	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
33	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
34	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
35	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
36	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
37	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
38	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
39	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
40	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
41	16 - 22 Tahun	Perempuan	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
42	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000

<b>Responden</b>	<b>Usia</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Sudah bekerja?</b>	<b>Mahasiswa Aktif Universitas Budi Luhur?</b>	<b>Pendapatan (jika ada)</b>
43	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
44	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
45	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
46	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
47	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
48	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
49	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
50	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
51	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
52	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
53	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
54	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
55	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
56	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
57	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
58	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
59	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
60	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
61	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
62	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
63	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000

<b>Responden</b>	<b>Usia</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Sudah bekerja?</b>	<b>Mahasiswa Aktif Universitas Budi Luhur?</b>	<b>Pendapatan (jika ada)</b>
64	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
65	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
66	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
67	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
68	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
69	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
70	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
71	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
72	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
73	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
74	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
75	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
76	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
77	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
78	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
79	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
80	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
81	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
82	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
83	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
84	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000

<b>Responden</b>	<b>Usia</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Sudah bekerja?</b>	<b>Mahasiswa Aktif Universitas Budi Luhur?</b>	<b>Pendapatan (jika ada)</b>
85	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
86	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
87	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
88	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000
89	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
90	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
91	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
92	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
93	16 - 22 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
94	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Belum	Ya	Tidak memiliki pendapatan
95	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000
96	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
97	16 - 22 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	< Rp 1.000.000
98	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
99	23 - 28 Tahun	Laki-laki	Ya	Ya	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000
100	23 - 28 Tahun	Perempuan	Ya	Ya	> Rp 5.000.000

## Lampiran 2. Tabulasi Karakteristik Responden (Bagian 2)

Responden	Apakah Anda saat ini memiliki investasi?	Jika Ya, Apa Jenis Investasi yang dimiliki ?	Sumber utama informasi investasi:	Waktu penggunaan media sosial per hari
1	Ya	Lainnya	Media Sosial	> 4 jam
2	Ya	Deposito	Media Sosial	> 4 jam
3	Ya	Emas	Teman / Keluarga	< 1 jam
4	Tidak	Lainnya	Media Sosial	> 4 jam
5	Tidak	Lainnya	Teman / Keluarga	2-4 jam
6	Tidak	Crypto	Teman / Keluarga	2-4 jam
7	Ya	Saham	Media Sosial	1 - 2 jam
8	Ya	Emas	Teman / Keluarga	1 - 2 jam
9	Tidak	Lainnya	Media Sosial	> 4 jam
10	Ya	Emas	Teman / Keluarga	2-4 jam
11	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	2-4 jam
12	Tidak	Lainnya	Media Sosial	1 - 2 jam
13	Ya	Emas	Berita Keuangan	< 1 jam
14	Ya	Emas	Lainnya	1 - 2 jam
15	Tidak	Lainnya	Lainnya	Lainnya
16	Tidak	Lainnya	Lainnya	> 4 jam
17	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	2-4 jam
18	Ya	Emas	Media Sosial	2-4 jam

<b>Responden</b>	<b>Apakah Anda saat ini memiliki investasi?</b>	<b>Jika Ya, Apa Jenis Investasi yang dimiliki ?</b>	<b>Sumber utama informasi investasi:</b>	<b>Waktu penggunaan media sosial per hari</b>
19	Tidak	Lainnya	Media Sosial	Lainnya
20	Tidak	Lainnya	Media Sosial	> 4 jam
21	Tidak	Lainnya	Teman / Keluarga	> 4 jam
22	Ya	Emas	Berita Keuangan	> 4 jam
23	Tidak	Lainnya	Teman / Keluarga	> 4 jam
24	Ya	Emas	Teman / Keluarga	2-4 jam
25	Tidak	Lainnya	Media Sosial	2-4 jam
26	Ya	Lainnya	Media Sosial	> 4 jam
27	Ya	Deposito	Berita Keuangan	> 4 jam
28	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	2-4 jam
29	Ya	Saham	Media Sosial	> 4 jam
30	Ya	Saham	Media Sosial	1 - 2 jam
31	Ya	Saham	Media Sosial	> 4 jam
32	Ya	Saham	Media Sosial	1 - 2 jam
33	Ya	Saham	Media Sosial	2-4 jam
34	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	> 4 jam
35	Ya	Crypto	Teman / Keluarga	2-4 jam
36	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	2-4 jam
37	Ya	Saham	Media Sosial	2-4 jam
38	Ya	Saham	Teman / Keluarga	2-4 jam
39	Ya	Reksa Dana	Teman / Keluarga	2-4 jam
40	Ya	Emas	Media Sosial	2-4 jam

<b>Responden</b>	<b>Apakah Anda saat ini memiliki investasi?</b>	<b>Jika Ya, Apa Jenis Investasi yang dimiliki ?</b>	<b>Sumber utama informasi investasi:</b>	<b>Waktu penggunaan media sosial per hari</b>
41	Ya	Saham	Teman / Keluarga	> 4 jam
42	Ya	Reksa Dana	Teman / Keluarga	2-4 jam
43	Ya	Saham	Forum Online	2-4 jam
44	Ya	Reksa Dana	Teman / Keluarga	2-4 jam
45	Ya	Saham	Media Sosial	< 1 jam
46	Ya	Emas	Media Sosial	1 - 2 jam
47	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	> 4 jam
48	Ya	Saham	Forum Online	< 1 jam
49	Ya	Reksa Dana	Teman / Keluarga	1 - 2 jam
50	Ya	Saham	Teman / Keluarga	1 - 2 jam
51	Ya	Reksa Dana	Teman / Keluarga	< 1 jam
52	Ya	Saham	Forum Online	2-4 jam
53	Ya	Deposito	Media Sosial	1 - 2 jam
54	Ya	Emas	Media Sosial	2-4 jam
55	Ya	Saham	Forum Online	> 4 jam
56	Ya	Emas	Media Sosial	> 4 jam
57	Ya	Saham	Media Sosial	1 - 2 jam
58	Ya	Saham	Teman / Keluarga	1 - 2 jam
59	Ya	Emas	Media Sosial	1 - 2 jam
60	Ya	Emas	Forum Online	2-4 jam
61	Ya	Deposito	Teman / Keluarga	2-4 jam
62	Ya	Saham	Teman / Keluarga	2-4 jam

<b>Responden</b>	<b>Apakah Anda saat ini memiliki investasi?</b>	<b>Jika Ya, Apa Jenis Investasi yang dimiliki ?</b>	<b>Sumber utama informasi investasi:</b>	<b>Waktu penggunaan media sosial per hari</b>
63	Ya	Reksa Dana	Forum Online	2-4 jam
64	Ya	Emas	Teman / Keluarga	> 4 jam
65	Ya	Saham	Media Sosial	2-4 jam
66	Ya	Saham	Media Sosial	> 4 jam
67	Ya	Emas	Teman / Keluarga	1 - 2 jam
68	Ya	Reksa Dana	Teman / Keluarga	> 4 jam
69	Ya	Deposito	Media Sosial	2-4 jam
70	Ya	Saham	Teman / Keluarga	2-4 jam
71	Ya	Reksa Dana	Teman / Keluarga	1 - 2 jam
72	Ya	Reksa Dana	Forum Online	2-4 jam
73	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	1 - 2 jam
74	Ya	Saham	Forum Online	< 1 jam
75	Ya	Saham	Media Sosial	1 - 2 jam
76	Ya	Saham	Teman / Keluarga	> 4 jam
77	Ya	Emas	Teman / Keluarga	2-4 jam
78	Ya	Reksa Dana	Forum Online	> 4 jam
79	Ya	Saham	Teman / Keluarga	> 4 jam
80	Ya	Saham	Media Sosial	2-4 jam
81	Ya	Saham	Forum Online	2-4 jam
82	Ya	Saham	Media Sosial	> 4 jam
83	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	2-4 jam
84	Ya	Saham	Forum Online	1 - 2 jam

<b>Responden</b>	<b>Apakah Anda saat ini memiliki investasi?</b>	<b>Jika Ya, Apa Jenis Investasi yang dimiliki ?</b>	<b>Sumber utama informasi investasi:</b>	<b>Waktu penggunaan media sosial per hari</b>
85	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	> 4 jam
86	Ya	Saham	Media Sosial	> 4 jam
87	Ya	Emas	Forum Online	> 4 jam
88	Ya	Saham	Media Sosial	1 - 2 jam
89	Ya	Reksa Dana	Teman / Keluarga	> 4 jam
90	Ya	Saham	Media Sosial	> 4 jam
91	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	> 4 jam
92	Ya	Saham	Media Sosial	2-4 jam
93	Ya	Saham	Teman / Keluarga	1 - 2 jam
94	Ya	Saham	Teman / Keluarga	> 4 jam
95	Ya	Reksa Dana	Media Sosial	> 4 jam
96	Ya	Saham	Media Sosial	> 4 jam
97	Ya	Saham	Teman / Keluarga	> 4 jam
98	Ya	Emas	Media Sosial	2-4 jam
99	Ya	Emas	Teman / Keluarga	> 4 jam
100	Ya	Deposito	Forum Online	< 1 jam

**Lampiran 2. Tabulasi Karakteristik Responden (Bagian 3)**

<b>Responden</b>	<b>Media Sosial yang Paling Sering Digunakan untuk Informasi Keuangan/Investasi</b>	<b>Kebiasaan Menabung/Investasi</b>	<b>Pernah Mengikuti Edukasi/Seminar/Webinar terkait Investasi ?</b>
1	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
2	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
3	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
4	Lainnya	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
5	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
6	Youtube	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
7	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
8	Lainnya	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
9	Linkedin	Hanya saat ada uang lebih	Ya
10	Youtube	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
11	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
12	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
13	Lainnya	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
14	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
15	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
16	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
17	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
18	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak

<b>Responden</b>	<b>Media Sosial yang Paling Sering Digunakan untuk Informasi Keuangan/Investasi</b>	<b>Kebiasaan Menabung/Investasi</b>	<b>Pernah Mengikuti Edukasi/Seminar/Webinar terkait Investasi ?</b>
19	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Ya
20	Twitter / X	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
21	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
22	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
23	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
24	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
25	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
26	Twitter / X	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
27	Twitter / X	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
28	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
29	Twitter / X	Hanya saat ada uang lebih	Ya
30	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Ya
31	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
32	Youtube	Hanya saat ada uang lebih	Ya
33	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
34	Youtube	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
35	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Ya
36	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
37	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
38	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
39	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak

<b>Responden</b>	<b>Media Sosial yang Paling Sering Digunakan untuk Informasi Keuangan/Investasi</b>	<b>Kebiasaan Menabung/Investasi</b>	<b>Pernah Mengikuti Edukasi/Seminar/ Webinar terkait Investasi ?</b>
40	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
41	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
42	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
43	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Ya
44	Youtube	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
45	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
46	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
47	Youtube	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
48	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
49	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
50	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
51	Twitter / X	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
52	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
53	Youtube	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
54	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
55	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Ya
56	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
57	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
58	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
59	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
60	Twitter / X	Hanya saat ada uang lebih	Tidak

<b>Responden</b>	<b>Media Sosial yang Paling Sering Digunakan untuk Informasi Keuangan/Investasi</b>	<b>Kebiasaan Menabung/Investasi</b>	<b>Pernah Mengikuti Edukasi/Seminar/ Webinar terkait Investasi ?</b>
61	Youtube	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
62	Youtube	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
63	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Ya
64	Youtube	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
65	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
66	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
67	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
68	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Ya
69	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
70	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
71	Youtube	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
72	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
73	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
74	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
75	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
76	Youtube	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
77	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
78	Youtube	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
79	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
80	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
81	Lainnya	Hanya saat ada uang lebih	Tidak

<b>Responden</b>	<b>Media Sosial yang Paling Sering Digunakan untuk Informasi Keuangan/Investasi</b>	<b>Kebiasaan Menabung/Investasi</b>	<b>Pernah Mengikuti Edukasi/Seminar/ Webinar terkait Investasi ?</b>
82	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Ya
83	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
84	TikTok	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
85	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
86	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
87	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
88	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Tidak
89	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
90	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
91	Instagram	Rutin menabung/investasi setiap bulan	Ya
92	Linkedin	Hanya saat ada uang lebih	Ya
93	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
94	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
95	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
96	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
97	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
98	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Ya
99	Instagram	Hanya saat ada uang lebih	Tidak
100	TikTok	Hanya saat ada uang lebih	Ya

## Lampiran 2. Statistik Deskriptif Karakteristik Responden

### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 28 Tahun	6	6.0	6.0	6.0
	16 - 22 Tahun	66	66.0	66.0	72.0
	23 - 28 Tahun	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	29	29.0	29.0	29.0
	Perempuan	71	71.0	71.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Sudah bekerja?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum	12	12.0	12.0	12.0
	Ya	88	88.0	88.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Mahasiswa Aktif Universitas Budi Luhur?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	100	100.0	100.0	100.0

### Pendapatan (jika ada)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 1.000.000	21	21.0	21.0	21.0
	> Rp 5.000.000	19	19.0	19.0	40.0
	Rp 1.000.000 - Rp 3.000.000	22	22.0	22.0	62.0
	Rp 3.000.001 - Rp 5.000.000	26	26.0	26.0	88.0
	Tidak memiliki pendapatan	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Apakah Anda saat ini memiliki investasi?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	12	12.0	12.0	12.0
	Ya	88	88.0	88.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Jika Ya, Apa Jenis Investasi yang dimiliki ?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Crypto	2	2.0	2.0	2.0
	Deposito	6	6.0	6.0	8.0
	Emas	20	20.0	20.0	28.0
	Lainnya	13	13.0	13.0	41.0
	Reksa Dana	22	22.0	22.0	63.0
	Saham	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Sumber utama informasi investasi:**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Berita Keuangan	3	3.0	3.0	3.0
	Forum Online	13	13.0	13.0	16.0
	Lainnya	3	3.0	3.0	19.0
	Media Sosial	48	48.0	48.0	67.0
	Teman / Keluarga	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Waktu penggunaan media sosial per hari**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 jam	7	7.0	7.0	7.0
	> 4 jam	36	36.0	36.0	43.0
	1 - 2 jam	20	20.0	20.0	63.0
	2-4 jam	35	35.0	35.0	98.0
	Lainnya	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Media Sosial yang Paling Sering Digunakan untuk Informasi  
Keuangan/Investasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Instagram	41	41.0	41.0	41.0
	Lainnya	4	4.0	4.0	45.0
	Linkedin	2	2.0	2.0	47.0
	TikTok	34	34.0	34.0	81.0
	Twitter / X	6	6.0	6.0	87.0
	Youtube	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kebiasaan Menabung/Investasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hanya saat ada uang lebih	67	67.0	67.0	67.0
	Rutin menabung/investasi setiap bulan	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Pernah Mengikuti Edukasi/Seminar/ Webinar terkait Investasi ?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	58	58.0	58.0	58.0
	Ya	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Lampiran 3. Tabulasi Kuesioner Variabel Pengetahuan Keuangan (X<sub>1</sub>)**

<b>Responden</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>
1	2	2	2	2	2
2	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1
4	2	2	2	2	2
5	2	2	2	2	2
6	2	2	2	2	2
7	2	2	2	3	2
8	2	2	2	2	2
9	2	1	2	1	2
10	3	2	2	2	2
11	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	2
13	1	1	1	1	1
14	1	2	2	2	2
15	2	2	2	2	2
16	2	2	2	2	2
17	2	2	2	2	2
18	1	2	2	2	2

<b>Responden</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>
19	2	2	2	2	2
20	1	1	1	1	1
21	2	3	3	3	3
22	2	2	2	2	2
23	2	2	2	1	1
24	3	3	3	2	3
25	1	2	2	1	2
26	1	2	1	2	1
27	1	1	2	2	1
28	2	2	2	2	2
29	2	2	2	2	2
30	2	3	3	2	2
31	3	3	3	3	4
32	1	1	1	1	1
33	2	3	2	2	2
34	2	2	1	2	2
35	2	2	2	2	2
36	2	2	2	2	2
37	1	2	2	2	1
38	3	3	3	3	3
39	2	3	2	2	2

<b>Responden</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>
40	2	2	2	2	2
41	3	3	3	2	3
42	1	1	1	1	1
43	1	1	1	1	1
44	1	1	1	1	1
45	2	2	1	2	1
46	2	2	2	2	2
47	2	2	2	2	2
48	2	2	2	2	2
49	1	1	1	2	1
50	3	2	3	2	2
51	3	2	2	2	2
52	2	2	2	2	2
53	1	1	1	1	1
54	2	2	2	2	2
55	2	1	1	2	1
56	2	2	1	2	2
57	2	2	2	2	3
58	2	2	2	2	2
59	2	2	1	2	2
60	2	2	2	2	2

<b>Responden</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>
61	1	1	1	1	2
62	3	3	3	2	2
63	2	2	2	2	2
64	3	2	3	3	2
65	2	1	2	2	2
66	2	2	2	2	2
67	1	1	1	2	1
68	3	2	3	3	2
69	1	2	2	1	1
70	3	2	2	2	3
71	2	2	2	1	2
72	1	1	1	1	1
73	2	2	1	2	2
74	1	1	1	1	1
75	2	2	2	2	2
76	2	1	2	2	1
77	3	3	2	2	2
78	2	2	2	2	2
79	2	2	2	2	2
80	2	3	3	2	2
81	2	3	3	2	3

<b>Responden</b>	<b>X1.1</b>	<b>X1.2</b>	<b>X1.3</b>	<b>X1.4</b>	<b>X1.5</b>
82	2	2	2	2	2
83	2	2	2	1	2
84	1	2	1	1	1
85	2	1	2	1	1
86	2	2	2	1	1
87	2	2	2	2	3
88	2	2	2	2	2
89	3	2	3	3	2
90	2	2	2	2	2
91	2	2	1	2	2
92	3	2	2	3	3
93	2	2	2	2	2
94	2	2	2	2	2
95	2	2	2	1	1
96	2	2	1	2	2
97	2	1	2	2	1
98	2	2	2	2	2
99	3	2	2	2	2
100	4	4	5	5	5

**Lampiran 4. Tabulasi Kuesioner Variabel Keamanan Transaksi (X<sub>2</sub>)**

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
1	2	2	2	2	2
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	2
4	3	2	2	2	3
5	3	3	3	4	3
6	3	3	3	3	3
7	3	3	3	4	3
8	2	2	2	3	2
9	2	2	3	2	2
10	1	2	2	2	2
11	2	2	2	2	2
12	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3
15	1	2	2	1	2
16	3	3	3	3	3
17	1	2	1	2	2
18	3	3	3	3	3
19	2	2	2	2	2
20	3	2	3	3	2

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
21	2	2	2	2	2
22	3	3	3	3	3
23	2	2	1	2	2
24	2	2	2	2	2
25	2	2	2	2	2
26	2	2	2	2	2
27	2	2	3	2	3
28	3	3	4	4	3
29	4	4	4	4	4
30	3	2	3	3	2
31	3	3	3	3	3
32	3	3	2	3	2
33	3	3	3	3	3
34	2	2	3	3	2
35	3	3	3	2	2
36	3	3	3	3	3
37	2	2	2	2	2
38	2	2	2	2	2
39	2	3	2	3	2
40	3	3	3	3	3
41	2	2	2	2	2
42	3	2	3	2	2
43	3	3	3	3	3

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
44	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3
47	3	3	3	3	3
48	3	3	3	3	3
49	4	4	3	3	4
50	2	1	1	2	2
51	2	2	2	2	2
52	3	3	3	3	3
53	3	2	3	2	2
54	2	2	2	2	3
55	2	2	2	2	2
56	2	2	3	2	2
57	1	2	2	2	2
58	4	4	4	3	3
59	2	2	2	2	2
60	2	3	3	3	2
61	3	3	3	3	3
62	3	3	3	3	3
63	3	3	3	3	3
64	3	3	2	3	3
65	2	2	2	2	2
66	2	3	2	2	2

<b>Responden</b>	<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>	<b>X2.5</b>
67	3	3	3	3	3
68	3	2	2	2	2
69	2	3	2	3	2
70	3	3	3	2	2
71	3	3	3	3	3
72	2	1	1	2	2
73	3	3	3	3	3
74	2	2	2	3	2
75	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3
78	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3
80	3	4	3	4	3
81	3	2	3	3	2
82	2	3	2	3	3
83	3	3	3	3	3
84	3	3	3	3	3
85	2	2	2	3	2
86	3	3	3	3	3
87	2	2	2	2	3
88	2	2	2	2	2
89	3	3	3	4	3

<b>Responden</b>	<b>X2.1</b>	<b>X2.2</b>	<b>X2.3</b>	<b>X2.4</b>	<b>X2.5</b>
90	2	3	2	2	2
91	4	3	4	4	4
92	2	1	2	2	2
93	2	2	2	2	2
94	2	2	3	2	2
95	3	3	3	3	3
96	3	3	3	3	3
97	2	3	3	2	2
98	2	2	2	2	2
99	2	2	2	2	2
100	5	4	3	5	5

**Lampiran 5. Tabulasi Kuesioner Variabel Kemudahan Transaksi (X3)**

<b>Responden</b>	<b>X3.1</b>	<b>X3.2</b>	<b>X3.3</b>	<b>X3.4</b>	<b>X3.5</b>
1	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3
4	2	2	2	3	2
5	3	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3
8	4	4	3	3	3
9	3	3	3	3	4
10	2	3	3	2	2
11	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3
15	3	3	3	3	3
16	4	4	4	4	4
17	2	2	2	2	2
18	3	3	3	3	3

19	3	3	3	3	2
20	3	3	3	4	4
21	2	2	2	2	2
22	3	3	3	3	3
23	2	3	3	3	2
24	3	3	3	3	3
25	2	2	2	2	2
26	3	3	3	3	3
27	4	4	4	3	3
28	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3
30	4	4	4	4	4
31	3	3	3	3	3
32	3	3	3	3	3
33	3	3	4	3	3
34	3	3	3	3	2
35	3	2	3	3	3
36	2	2	2	2	2
37	3	4	4	3	3
38	3	3	3	3	3
39	3	4	3	3	3
40	3	3	2	2	3

41	3	3	3	3	3
42	3	2	3	3	3
43	3	3	3	3	3
44	3	3	3	4	3
45	4	4	4	3	4
46	3	3	3	3	3
47	2	2	2	2	2
48	4	4	5	5	5
49	4	4	4	4	4
50	4	3	4	3	4
51	2	3	3	2	3
52	3	3	3	3	3
53	3	3	3	3	3
54	3	4	3	4	3
55	3	3	3	3	3
56	3	2	3	2	3
57	3	3	3	3	3
58	3	3	3	4	4
59	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4
61	4	3	3	3	4
62	3	3	3	3	3

63	2	2	1	1	2
64	3	3	4	3	3
65	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	3
67	2	3	3	3	3
68	2	3	3	2	2
69	3	3	3	3	3
70	3	3	4	3	3
71	3	4	3	3	4
72	3	4	4	4	4
73	3	3	3	4	3
74	3	3	3	2	3
75	3	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3
78	4	3	3	3	4
79	4	3	3	4	3
80	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4
82	3	3	3	3	3
83	1	1	1	1	1
84	4	4	3	4	4

85	3	3	3	3	2
86	2	3	3	3	3
87	3	3	3	3	3
88	3	3	3	3	3
89	3	4	3	4	3
90	2	2	2	2	2
91	3	3	2	3	3
92	3	3	3	3	4
93	3	3	3	3	3
94	3	3	3	4	3
95	3	3	3	2	3
96	3	3	3	2	3
97	3	3	3	3	3
98	3	3	3	3	3
99	4	4	4	4	4
100	5	4	4	5	5

**Lampiran 6. Tabulasi Kuesioner Variabel Persepsi Risiko (X4)**

<b>Responden</b>	<b>X4.1</b>	<b>X4.2</b>	<b>X4.3</b>	<b>X4.4</b>	<b>X4.5</b>
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3
5	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	3	3	3	3	3
9	3	3	3	4	4
10	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	3
13	3	3	4	3	3
14	3	3	3	3	3
15	5	5	5	5	5
16	4	4	4	4	4
17	4	3	4	4	3
18	3	3	3	3	3

19	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3
21	4	4	4	4	4
22	2	3	3	3	2
23	3	3	3	3	3
24	3	3	3	4	3
25	4	4	3	4	4
26	3	3	3	3	3
27	4	4	4	4	4
28	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3
30	4	4	4	4	4
31	4	4	4	3	3
32	4	4	4	4	4
33	4	4	5	5	4
34	3	3	3	3	3
35	3	3	3	4	3
36	3	3	3	3	3
37	3	2	2	2	2
38	3	3	4	3	3
39	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4

41	4	4	4	4	4
42	3	3	3	3	4
43	3	3	3	3	3
44	4	4	4	4	4
45	3	3	3	3	4
46	4	4	3	4	4
47	4	3	3	4	3
48	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4
50	3	3	3	3	3
51	3	3	3	3	3
52	4	4	4	4	4
53	3	4	3	3	3
54	3	3	3	3	3
55	4	4	4	4	4
56	4	3	4	4	4
57	3	3	3	4	3
58	4	4	4	4	4
59	3	3	3	3	3
60	4	5	5	4	4
61	3	3	3	3	3
62	3	4	4	4	4

63	4	4	4	4	4
64	3	3	2	3	3
65	3	3	4	3	4
66	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4
68	4	3	3	3	3
69	3	3	3	3	3
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	3	3	3	3	3
73	3	3	3	3	3
74	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4
76	3	4	4	3	3
77	4	4	4	4	4
78	3	3	4	3	3
79	2	3	3	2	2
80	3	3	3	3	3
81	4	4	3	4	4
82	3	4	4	4	3
83	3	3	3	3	3
84	2	2	2	2	2

85	4	3	3	3	3
86	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4
89	3	3	3	3	3
90	3	3	3	3	3
91	4	4	4	3	4
92	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	3
94	2	2	3	2	3
95	3	3	3	3	3
96	4	3	3	3	4
97	3	4	4	4	3
98	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4
100	4	4	4	5	4

**Lampiran 7. Tabulasi Kuesioner Variabel Media Sosial (X5)**

<b>Responden</b>	<b>X5.1</b>	<b>X5.2</b>	<b>X5.3</b>	<b>X5.4</b>	<b>X5.5</b>
1	5	5	5	5	5
2	4	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5
6	4	4	4	4	4
7	4	4	3	3	4
8	4	5	4	4	4
9	4	4	4	4	4
10	3	4	3	3	4
11	3	4	4	4	3
12	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4

19	4	4	4	4	4
20	4	4	4	5	5
21	4	4	4	4	3
22	3	4	4	3	4
23	4	3	4	4	4
24	3	3	3	3	3
25	5	5	5	5	5
26	4	4	5	4	4
27	3	3	4	4	4
28	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4
30	5	5	4	4	5
31	3	3	3	3	3
32	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4
34	5	4	5	4	5
35	4	4	4	4	4
36	3	3	3	3	3
37	4	4	4	4	4
38	3	4	3	3	3
39	4	4	4	4	4
40	4	4	5	4	5

41	3	3	4	3	3
42	3	4	4	3	3
43	3	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4
50	4	5	4	4	4
51	4	4	4	3	4
52	5	4	4	4	5
53	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4
59	5	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4
61	3	3	3	3	3
62	5	5	5	5	5

63	3	3	3	3	3
64	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4
67	5	5	5	4	5
68	3	3	3	3	3
69	4	4	4	4	4
70	3	3	3	3	3
71	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4
73	5	5	5	5	5
74	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	4
76	5	4	4	4	5
77	4	4	4	4	4
78	3	3	3	3	3
79	4	4	4	4	4
80	3	3	3	3	3
81	5	5	4	5	5
82	4	4	4	4	4
83	5	5	4	4	5
84	4	4	4	4	4

85	4	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4
88	4	3	4	4	4
89	4	4	4	4	4
90	4	3	4	3	4
91	4	4	4	3	3
92	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4
95	5	5	5	5	5
96	4	4	4	4	4
97	5	4	5	5	5
98	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	3
100	3	3	3	4	3

Lampiran 8. Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Investasi Aset Kripto (Y)

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4
4	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4
6	4	3	3	4	3
7	4	4	4	4	4
8	3	4	4	4	3
9	3	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3
12	4	4	3	3	4
13	3	3	3	3	3
14	3	4	4	4	3
15	4	4	4	3	4
16	4	4	4	4	4
17	3	3	3	3	3
18	4	4	3	4	3
19	3	3	3	3	3

20	3	3	3	4	4
21	3	3	4	3	4
22	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3
24	3	3	3	4	4
25	3	3	3	4	3
26	3	3	3	3	3
27	4	4	4	3	4
28	4	4	4	4	3
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4
32	4	4	4	3	3
33	4	4	4	4	4
34	3	3	4	4	3
35	3	3	4	3	3
36	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	3
38	3	3	3	3	3
39	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4

42	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	3
44	4	4	4	3	4
45	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4
47	3	3	3	3	3
48	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4
50	3	3	3	3	4
51	3	3	3	3	3
52	4	4	3	4	4
53	3	3	3	3	3
54	3	4	3	4	3
55	3	3	3	3	3
56	4	3	3	3	3
57	4	3	3	3	3
58	4	4	4	4	4
59	3	3	3	3	3
60	4	4	4	4	4
61	3	3	3	3	3
62	4	4	4	4	4
63	3	3	3	3	3

64	4	4	4	4	4
65	3	3	3	3	3
66	4	3	4	3	3
67	4	4	4	4	4
68	3	3	3	3	3
69	3	3	3	3	3
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	3	3	3	3	3
73	3	4	4	4	4
74	3	3	3	3	3
75	4	4	4	4	4
76	3	4	3	3	4
77	4	4	4	4	4
78	3	3	4	3	3
79	3	4	3	3	3
80	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4
82	4	3	4	4	3
83	3	3	3	3	3
84	3	3	3	3	3
85	3	3	3	3	3

86	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4
88	3	3	3	3	3
89	4	4	4	4	4
90	3	3	3	3	3
91	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4
93	4	4	3	4	3
94	3	3	3	3	3
95	4	3	4	4	4
96	4	3	4	3	4
97	3	3	3	4	4
98	3	3	3	3	3
99	4	4	4	4	4
100	5	5	4	5	5

## Lampiran 9. Distribusi Frekuensi Jawaban Kuesioner

### Frequency Table Variable X1

**X1.1**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	24	24.0	24.0	24.0
	2.00	60	60.0	60.0	84.0
	3.00	15	15.0	15.0	99.0
	4.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.2**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	23	23.0	23.0	23.0
	2.00	64	64.0	64.0	87.0
	3.00	12	12.0	12.0	99.0
	4.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.3**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	26	26.0	26.0	26.0
	2.00	60	60.0	60.0	86.0
	3.00	13	13.0	13.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.4**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	24	24.0	24.0	24.0
	2.00	67	67.0	67.0	91.0
	3.00	8	8.0	8.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.5**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	27	27.0	27.0	27.0
	2.00	62	62.0	62.0	89.0
	3.00	9	9.0	9.0	98.0
	4.00	1	1.0	1.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Frequency Table Variable X2****X2.1**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	4	4.0	4.0	4.0
	2.00	39	39.0	39.0	43.0
	3.00	52	52.0	52.0	95.0
	4.00	4	4.0	4.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.2**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	3	3.0	3.0	3.0
	2.00	40	40.0	40.0	43.0
	3.00	52	52.0	52.0	95.0
	4.00	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.3**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	4	4.0	4.0	4.0
	2.00	36	36.0	36.0	40.0
	3.00	56	56.0	56.0	96.0
	4.00	4	4.0	4.0	100.0

<b>Total</b>		100	100.0	100.0
--------------	--	-----	-------	-------

**X2.4**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	41	41.0	41.0	42.0
	3.00	50	50.0	50.0	92.0
	4.00	7	7.0	7.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	<b>Total</b>		100	100.0	100.0

**X2.5**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	2.00	49	49.0	49.0	49.0
	3.00	47	47.0	47.0	96.0
	4.00	3	3.0	3.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	<b>Total</b>		100	100.0	100.0

**Frequency Table Variable X3**

**X3.1**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	15	15.0	15.0	16.0
	3.00	66	66.0	66.0	82.0
	4.00	17	17.0	17.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	<b>Total</b>		100	100.0	100.0

**X3.2**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	11	11.0	11.0	12.0
	3.00	68	68.0	68.0	80.0

4.00	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### X3.3

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	9	9.0	9.0	11.0
	3.00	70	70.0	70.0	81.0
	4.00	18	18.0	18.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X3.4

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	14	14.0	14.0	16.0
	3.00	64	64.0	64.0	80.0
	4.00	18	18.0	18.0	98.0
	5.00	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X3.5

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	14	14.0	14.0	15.0
	3.00	64	64.0	64.0	79.0
	4.00	19	19.0	19.0	98.0
	5.00	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Frequency Table Variable X4

### X4.1

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0

3.00	44	44.0	44.0	48.0
4.00	51	51.0	51.0	99.0
5.00	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

#### X4.2

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	46	46.0	46.0	49.0
	4.00	49	49.0	49.0	98.0
	5.00	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### X4.3

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	45	45.0	45.0	48.0
	4.00	49	49.0	49.0	97.0
	5.00	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### X4.4

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	42	42.0	42.0	46.0
	4.00	51	51.0	51.0	97.0
	5.00	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### X4.5

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	47	47.0	47.0	51.0
	4.00	48	48.0	48.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Frequency Table Variable X5**

**X5.1**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	3.00	18	18.0	18.0	18.0
	4.00	65	65.0	65.0	83.0
	5.00	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.2**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	3.00	16	16.0	16.0	16.0
	4.00	69	69.0	69.0	85.0
	5.00	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.3**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	3.00	14	14.0	14.0	14.0
	4.00	72	72.0	72.0	86.0
	5.00	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.4**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	3.00	19	19.0	19.0	19.0
	4.00	70	70.0	70.0	89.0
	5.00	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X5.5**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	3.00	17	17.0	17.0	17.0

4.00	65	65.0	65.0	82.0
5.00	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Frequency Table Variable Y**

**Y.1**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	3.00	52	52.0	52.0	52.0
	4.00	47	47.0	47.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.2**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	3.00	53	53.0	53.0	53.0
	4.00	46	46.0	46.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.3**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	3.00	52	52.0	52.0	52.0
	4.00	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.4**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid	3.00	52	52.0	52.0	52.0
	4.00	47	47.0	47.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.5**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
--	--	------------------	----------------	----------------------	---------------------------

Valid	3.00	53	53.0	53.0	53.0
	4.00	46	46.0	46.0	99.0
	5.00	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Lampiran 10. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

### *Statistics*

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	<i>Valid</i>	100	100	100	100	100
	<i>Missing</i>	0	0	0	0	0
<i>Mean</i>		1.9300	1.9100	1.9000	1.8700	1.8700
<i>Std. Deviation</i>		0.65528	0.62109	0.68902	0.63014	0.69129
<i>Minimum</i>		1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
<i>Maximum</i>		4.00	4.00	5.00	5.00	5.00

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
N	<i>Valid</i>	100	100	100	100	100
	<i>Missing</i>	0	0	0	0	0
<i>Mean</i>		2.5900	2.5900	2.6000	2.6600	2.5600
<i>Std. Deviation</i>		0.68306	0.63715	0.63564	0.66999	0.60836
<i>Minimum</i>		1.00	1.00	1.00	1.00	2.00
<i>Maximum</i>		5.00	4.00	4.00	5.00	5.00

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
N	<i>Valid</i>	100	100	100	100	100
	<i>Missing</i>	0	0	0	0	0
<i>Mean</i>		3.0200	3.0700	3.0700	3.0400	3.0700
<i>Std. Deviation</i>		0.63532	0.59041	0.62369	0.69515	0.67052
<i>Minimum</i>		1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
<i>Maximum</i>		5.00	4.00	5.00	5.00	5.00

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5
N	<i>Valid</i>	100	100	100	100	100
	<i>Missing</i>	0	0	0	0	0
<i>Mean</i>		3.4900	3.5000	3.5200	3.5300	3.4600

<i>Std. Deviation</i>	0.59450	0.59459	0.61101	0.62692	0.59323
<i>Minimum</i>	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
<i>Maximum</i>	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5
N	<i>Valid</i>	100	100	100	100	100
	<i>Missing</i>	0	0	0	0	0
<i>Mean</i>		3.9900	3.9900	4.0000	3.9200	4.0100
<i>Std. Deviation</i>		0.59450	0.55949	0.53182	0.54458	0.59450
<i>Minimum</i>		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
<i>Maximum</i>		5.00	5.00	5.00	5.00	5.00

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
N	<i>Valid</i>	100	100	100	100	100
	<i>Missing</i>	0	0	0	0	0
<i>Mean</i>		3.4900	3.4800	3.4800	3.4900	3.4800
<i>Std. Deviation</i>		0.52214	0.52185	0.50212	0.52214	0.52185
<i>Minimum</i>		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
<i>Maximum</i>		5.00	5.00	4.00	5.00	5.00

#### Lampiran 11. Output SmartPLS (Path)

## *SmartPLS Report*

*SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015.*

*SmartPLS 3: Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.SmartPLS.com>.*

#### *Final Results*

	Media Sosial	Keamanan Transaksi	Kemudahan Transaksi	Keputusan Investasi Aset Kripto	Pengetahuan Keuangan	Persepsi Risiko
Media Sosial				0.223		
Keamanan				0.446		

<b>Transaksi</b>						
<b>Kemudahan Transaksi</b>				0.312		
<b>Keputusan Investasi Aset Kripto</b>						
<b>Pengetahuan Keuangan</b>				0.343		
<b>Persepsi Risiko</b>				0.402		

*Outer Loadings*

	<b>Media Sosial</b>	<b>Keamanan Transaksi</b>	<b>Kemudahan Transaksi</b>	<b>Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	<b>Pengetahuan Keuangan</b>	<b>Persepsi Risiko</b>
X1.1					<b>0.858</b>	
X1.2					<b>0.867</b>	
X1.3					<b>0.876</b>	
X1.4					<b>0.853</b>	
X1.5					<b>0.880</b>	
X2.1		<b>0.904</b>				
X2.2		<b>0.878</b>				
X2.3		<b>0.823</b>				
X2.4		<b>0.881</b>				
X2.5		<b>0.890</b>				
X3.1			<b>0.893</b>			
X3.2			<b>0.883</b>			
X3.3			<b>0.871</b>			
X3.4			<b>0.868</b>			
X3.5			<b>0.899</b>			
X4.1						<b>0.900</b>
X4.2						<b>0.926</b>
X4.3						<b>0.866</b>
X4.4						<b>0.904</b>
X4.5						<b>0.889</b>
X5.1	<b>0.905</b>					
X5.2	<b>0.864</b>					
X5.3	<b>0.883</b>					
X5.4	<b>0.905</b>					
X5.5	<b>0.878</b>					
Y.1				<b>0.886</b>		

Y.2				0.898		
Y.3				0.846		
Y.4				0.846		
Y.5				0.854		

*Outer Weights*

	Media Sosial	Keamanan Transaksi	Kemudahan Transaksi	Keputusan Investasi Aset Kripto	Pengetahuan Keuangan	Persepsi Risiko
X1.1					0.206	
X1.2					0.256	
X1.3					0.214	
X1.4					0.252	
X1.5					0.226	
X2.1		0.221				
X2.2		0.220				
X2.3		0.198				
X2.4		0.255				
X2.5		0.246				
X3.1			0.220			
X3.2			0.241			
X3.3			0.204			
X3.4			0.220			
X3.5			0.246			
X4.1						0.210
X4.2						0.254
X4.3						0.196
X4.4						0.218
X4.5						0.234
X5.1	0.231					
X5.2	0.232					
X5.3	0.195					
X5.4	0.308					
X5.5	0.159					
Y.1				0.242		
Y.2				0.239		
Y.3				0.211		
Y.4				0.225		
Y.5				0.236		

## Quality Criteria

### R Square

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Investasi Aset Kripto	0.771	0.758

### f Square

	Media Sosial	Keamanan Transaksi	Kemudahan Transaksi	Keputusan Investasi Aset Kripto	Pengetahuan Keuangan	Persepsi Risiko
Media Sosial				0.204		
Keamanan Transaksi				0.828		
Kemudahan Transaksi				0.405		
Keputusan Investasi Aset Kripto						
Pengetahuan Keuangan				0.467		
Persepsi Risiko				0.679		

### Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Media Sosial	0.933	0.965	0.949	0.787
Keamanan Transaksi	0.924	0.929	0.942	0.766
Kemudahan Transaksi	0.929	0.932	0.946	0.779
Keputusan Investasi Aset Kripto	0.917	0.919	0.938	0.750
Pengetahuan Keuangan	0.917	0.921	0.938	0.751
Persepsi Risiko	0.939	0.946	0.954	0.805

### Discriminant Validity

*Fornell-Larcker  
Criterion*

	Media Sosial	Keamanan Transaksi	Kemudahan Transaksi	Keputusan Investasi Aset Kripto	Pengetahuan Keuangan	Persepsi Risiko
Media Sosial	0.887					
Keamanan Transaksi	-0.049	0.875				
Kemudahan Transaksi	0.017	0.192	0.883			
Keputusan Investasi Aset Kripto	0.159	0.541	0.457	0.866		
Pengetahuan Keuangan	-0.210	0.098	0.105	0.437	0.867	
Persepsi Risiko	0.063	0.032	0.050	0.501	0.160	0.897

*Cross Loadings*

	Media Sosial	Keamanan Transaksi	Kemudahan Transaksi	Keputusan Investasi Aset Kripto	Pengetahuan Keuangan	Persepsi Risiko
X1.1	-0.191	-0.016	0.038	0.336	0.858	0.149
X1.2	-0.134	0.121	0.089	0.417	0.867	0.103
X1.3	-0.188	0.065	0.096	0.348	0.876	0.096
X1.4	-0.187	0.155	0.160	0.410	0.853	0.148
X1.5	-0.218	0.078	0.058	0.368	0.880	0.200
X2.1	-0.055	0.904	0.206	0.457	0.076	0.007
X2.2	-0.110	0.878	0.106	0.454	0.055	0.073
X2.3	0.026	0.823	0.132	0.409	-0.055	0.044
X2.4	0.001	0.881	0.226	0.526	0.156	-0.021
X2.5	-0.072	0.890	0.158	0.508	0.164	0.044
X3.1	-0.063	0.243	0.893	0.391	0.127	0.025
X3.2	0.029	0.114	0.883	0.428	0.081	0.025
X3.3	0.011	0.016	0.871	0.362	0.068	0.070
X3.4	0.078	0.216	0.868	0.391	0.096	-0.019
X3.5	0.021	0.244	0.899	0.438	0.090	0.115
X4.1	0.018	-0.011	-0.047	0.422	0.140	0.900
X4.2	0.109	0.083	0.082	0.509	0.129	0.926
X4.3	-0.012	0.041	0.076	0.394	0.134	0.866
X4.4	0.086	0.001	0.020	0.438	0.233	0.904
X4.5	0.063	0.021	0.084	0.469	0.089	0.889
X5.1	0.905	-0.026	-0.023	0.139	-0.161	0.045
X5.2	0.864	-0.045	0.002	0.139	-0.135	0.047
X5.3	0.883	-0.096	-0.060	0.117	-0.269	0.053

X5.4	0.905	-0.046	0.137	0.185	-0.163	0.099
X5.5	0.878	0.004	-0.049	0.095	-0.246	0.006
Y.1	0.104	0.476	0.382	0.886	0.374	0.541
Y.2	0.123	0.517	0.458	0.898	0.364	0.411
Y.3	0.106	0.435	0.343	0.846	0.339	0.419
Y.4	0.194	0.475	0.382	0.846	0.442	0.307
Y.5	0.165	0.439	0.410	0.854	0.374	0.482

*Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*

	Media Sosial	Keamanan Transaksi	Kemudahan Transaksi	Keputusan Investasi Aset Kripto	Pengetahuan Keuangan	Persepsi Risiko
Media Sosial						
Keamanan Transaksi	0.080					
Kemudahan Transaksi	0.077	0.205				
Keputusan Investasi Aset Kripto	0.165	0.584	0.492			
Pengetahuan Keuangan	0.238	0.129	0.116	0.473		
Persepsi Risiko	0.069	0.062	0.085	0.534	0.174	

*Collinearity Statistics (VIF) Outer VIF Values*

	VIF
X1.1	2.684
X1.2	2.733
X1.3	2.984
X1.4	2.439
X1.5	2.939
X2.1	3.726
X2.2	2.910
X2.3	2.473
X2.4	2.808
X2.5	3.283
X3.1	3.450
X3.2	3.007
X3.3	2.915

X3.4	2.710
X3.5	3.509
X4.1	3.764
X4.2	4.541
X4.3	3.113
X4.4	3.645
X4.5	3.207
X5.1	4.084
X5.2	2.613
X5.3	3.193
X5.4	3.087
X5.5	3.711
Y.1	3.008
Y.2	3.284
Y.3	2.454
Y.4	2.408
Y.5	2.415

*Inner VIF Values*

	Media Sosial	Keamanan Transaksi	Kemudahan Transaksi	Keputusan Investasi Aset Kripto	Pengetahuan Keuangan	Persepsi Risiko
Media Sosial				1.060		
Keamanan Transaksi				1.047		
Kemudahan Transaksi				1.049		
Keputusan Investasi Aset Kripto						
Pengetahuan Keuangan				1.097		
Persepsi Risiko				1.038		

*Model Fit*

*Fit Summary*

	<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0.060	0.060
d_ ULS	1.678	1.678
d_ G	1.030	1.030
Chi-Square	551.314	551.314
NFI	0.981	0.981

rms Theta

rms Theta	0.011
-----------	-------

## Lampiran 12 Output SmartPLS (T-Stat)

# SmartPLS Report

SmartPLS: Ringle, C. M., Wende, S., and Becker, J.-M. 2015.  
SmartPLS 3: Boenningstedt: SmartPLS GmbH, <http://www.SmartPLS.com>.

### Path Coefficients

Mean, STDEV, T-  
Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV)	P Values
Media Sosial -> Keputusan Investasi Aset Kripto	0.223	0.216	0.060	3.734	0.000
Keamanan Transaksi -> Keputusan Investasi Aset Kripto	0.446	0.450	0.055	8.077	0.000
Kemudahan Transaksi -> Keputusan Investasi Aset Kripto	0.312	0.318	0.060	5.175	0.000
Pengetahuan Keuangan -> Keputusan Investasi Aset Kripto	0.343	0.346	0.058	5.907	0.000
Persepsi Risiko -> Keputusan Investasi Aset Kripto	0.402	0.403	0.062	6.516	0.000

### Outer Loadings

Mean, STDEV, T-  
Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV)	P Values
X1.1 <- Pengetahuan Keuangan	0.858	0.855	0.035	24.311	0.000
X1.2 <- Pengetahuan Keuangan	0.867	0.866	0.029	30.287	0.000
X1.3 <- Pengetahuan Keuangan	0.876	0.866	0.046	18.954	0.000
X1.4 <- Pengetahuan Keuangan	0.853	0.847	0.047	18.270	0.000

<b>X1.5 &lt;- Pengetahuan Keuangan</b>	0.880	0.869	0.043	20.542	<b>0.000</b>
<b>X2.1 &lt;- Keamanan Transaksi</b>	0.904	0.901	0.024	37.790	<b>0.000</b>
<b>X2.2 &lt;- Keamanan Transaksi</b>	0.878	0.877	0.026	34.280	<b>0.000</b>
<b>X2.3 &lt;- Keamanan Transaksi</b>	0.823	0.821	0.042	19.442	<b>0.000</b>
<b>X2.4 &lt;- Keamanan Transaksi</b>	0.881	0.880	0.025	35.142	<b>0.000</b>
<b>X2.5 &lt;- Keamanan Transaksi</b>	0.890	0.886	0.026	34.619	<b>0.000</b>
<b>X3.1 &lt;- Kemudahan Transaksi</b>	0.893	0.889	0.029	30.359	<b>0.000</b>
<b>X3.2 &lt;- Kemudahan Transaksi</b>	0.883	0.883	0.024	36.498	<b>0.000</b>
<b>X3.3 &lt;- Kemudahan Transaksi</b>	0.871	0.868	0.036	24.359	<b>0.000</b>
<b>X3.4 &lt;- Kemudahan Transaksi</b>	0.868	0.863	0.037	23.277	<b>0.000</b>
<b>X3.5 &lt;- Kemudahan Transaksi</b>	0.899	0.896	0.027	33.398	<b>0.000</b>
<b>X4.1 &lt;- Persepsi Risiko</b>	0.900	0.898	0.029	31.383	<b>0.000</b>
<b>X4.2 &lt;- Persepsi Risiko</b>	0.926	0.926	0.019	50.020	<b>0.000</b>
<b>X4.3 &lt;- Persepsi Risiko</b>	0.866	0.864	0.034	25.724	<b>0.000</b>
<b>X4.4 &lt;- Persepsi Risiko</b>	0.904	0.902	0.029	31.714	<b>0.000</b>
<b>X4.5 &lt;- Persepsi Risiko</b>	0.889	0.888	0.029	30.688	<b>0.000</b>
<b>X5.1 &lt;- Media Sosial</b>	0.905	0.869	0.123	7.345	<b>0.000</b>
<b>X5.2 &lt;- Media Sosial</b>	0.864	0.824	0.140	6.190	<b>0.000</b>
<b>X5.3 &lt;- Media Sosial</b>	0.883	0.849	0.137	6.442	<b>0.000</b>
<b>X5.4 &lt;- Media Sosial</b>	0.905	0.869	0.137	6.625	<b>0.000</b>
<b>X5.5 &lt;- Media Sosial</b>	0.878	0.840	0.141	6.213	<b>0.000</b>
<b>Y.1 &lt;- Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.886	0.885	0.028	31.612	<b>0.000</b>
<b>Y.2 &lt;- Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.898	0.895	0.026	34.978	<b>0.000</b>
<b>Y.3 &lt;- Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.846	0.849	0.036	23.830	<b>0.000</b>
<b>Y.4 &lt;- Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.846	0.842	0.041	20.789	<b>0.000</b>
<b>Y.5 &lt;- Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.854	0.851	0.036	23.515	<b>0.000</b>

*Outer Weights  
Mean, STDEV, T-  
Values, P-Values*

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ( O/STDEV )</i>	<i>P Values</i>
X1.1 <- Pengetahuan Keuangan	0.206	0.207	0.035	5.866	<b>0.000</b>
X1.2 <- Pengetahuan Keuangan	0.256	0.265	0.046	5.542	<b>0.000</b>
X1.3 <- Pengetahuan Keuangan	0.214	0.210	0.041	5.231	<b>0.000</b>
X1.4 <- Pengetahuan Keuangan	0.252	0.257	0.049	5.162	<b>0.000</b>
X1.5 <- Pengetahuan Keuangan	0.226	0.220	0.036	6.203	<b>0.000</b>
X2.1 <- Keamanan Transaksi	0.221	0.219	0.019	11.959	<b>0.000</b>
X2.2 <- Keamanan Transaksi	0.220	0.221	0.023	9.565	<b>0.000</b>
X2.3 <- Keamanan Transaksi	0.198	0.199	0.028	7.051	<b>0.000</b>
X2.4 <- Keamanan Transaksi	0.255	0.257	0.024	10.600	<b>0.000</b>
X2.5 <- Keamanan Transaksi	0.246	0.245	0.021	11.507	<b>0.000</b>
X3.1 <- Kemudahan Transaksi	0.220	0.218	0.030	7.263	<b>0.000</b>
X3.2 <- Kemudahan Transaksi	0.241	0.245	0.032	7.615	<b>0.000</b>
X3.3 <- Kemudahan Transaksi	0.204	0.207	0.030	6.749	<b>0.000</b>
X3.4 <- Kemudahan Transaksi	0.220	0.219	0.029	7.607	<b>0.000</b>
X3.5 <- Kemudahan Transaksi	0.246	0.246	0.025	9.826	<b>0.000</b>
X4.1 <- Persepsi Risiko	0.210	0.211	0.019	11.331	<b>0.000</b>
X4.2 <- Persepsi Risiko	0.254	0.255	0.019	13.131	<b>0.000</b>
X4.3 <- Persepsi Risiko	0.196	0.195	0.026	7.417	<b>0.000</b>
X4.4 <- Persepsi Risiko	0.218	0.217	0.022	9.979	<b>0.000</b>
X4.5 <- Persepsi Risiko	0.234	0.235	0.022	10.495	<b>0.000</b>
X5.1 <- Media Sosial	0.231	0.225	0.153	1.510	<b>0.132</b>
X5.2 <- Media Sosial	0.232	0.212	0.155	1.495	<b>0.136</b>
X5.3 <- Media Sosial	0.195	0.193	0.194	1.007	<b>0.315</b>
X5.4 <- Media Sosial	0.308	0.292	0.291	1.056	<b>0.292</b>
X5.5 <- Media Sosial	0.159	0.159	0.201	0.788	<b>0.431</b>
Y.1 <- Keputusan Investasi Aset Kripto	0.242	0.243	0.011	22.939	<b>0.000</b>
Y.2 <- Keputusan Investasi Aset Kripto	0.239	0.239	0.008	28.785	<b>0.000</b>

<b>Y.3 &lt;- Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.211	0.215	0.016	13.250	<b>0.000</b>
<b>Y.4 &lt;- Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.225	0.224	0.009	25.000	<b>0.000</b>
<b>Y.5 &lt;- Keputusan Investasi Aset Kripto</b>	0.236	0.235	0.009	25.464	<b>0.000</b>

## Lampiran 13. Surat Penyebaran Kuesioner



### UNIVERSITAS BUDI LUHUR

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI | FAKULTAS EKONOMI & BISNIS | FAKULTAS ILMU SOSIAL & ILMU POLITIK  
FAKULTAS TEKNIK | FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI | PROGRAM PASCASARJANA

Kampus Pusat : Jl. Raya Ciledug - Petukangan Utara - Jakarta Selatan 12260  
Telp : 021-5853753 (hunting), Fax : 021-5853489, <http://www.budiluhur.ac.id>

Nomor Surat : S/UBL/BAA/000/00292/12/25 07 Desember 2025  
Lampiran : ---  
Hal : Ijin Penyebaran Kuesioner

Kepada IBU. ANGGRAENI DYAH SULISTIOWATI, S.T., M.T

DIREKTORAT KEMAHASISWAAN KARIR DAN ALUMNI

Universitas Budi Luhur Unit 5 Lantai 2 Jalan Raya Ciledug Petukangan Utara Jakarta Selatan 12260

Dengan Hormat,

Sesuai dengan program yang dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Budi Luhur Jakarta, kepada mahasiswa yang telah memenuhi persyaratan Akademik wajib melakukan Riset untuk keperluan menyusun Tugas Akhir (SKRIPSI).

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penyebaran kuesioner kepada mahasiswa tersebut dibawah ini :

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Fajar Maulana	2432530059	Akuntansi (S-1)

Atas kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada mahasiswa tersebut selama penyebaran kuesioner di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin, tidak lupa kami ucapkan terima kasih.

A.N Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Budi Luhur  
Direktur Administrasi Akademik



(Purwanto, S.Si, M.Kom.)



SCAN QR UNTUK VALIDASI

## Lampiran 14. Kartu Bimbingan

### Kartu Bimbingan Mahasiswa



N I M : 2432530059  
NAMA : Fajar Maulana  
Dosen Pembimbing : Dr. Amir Indrabudiman, S.E, M.M.  
Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, KEAMANAN TRANSAKSI, KEMUDAHAN TRANSAKSI, PERSEPSI RISIKO DAN DAMPAK SOSIAL MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI ASET KRIPTO (SURVEI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BUDI LUHUR JAKARTA TAHUN 2025)

No	Tanggal	Materi
1	13-09-2025	Pengajuan Judul
2	27-09-2025	Pengajuan Bab I
3	11-10-2025	Pengajuan Bab II
4	18-10-2025	Pengajuan Bab III
5	25-10-2025	Revisi Bab I, II, dan III
6	08-11-2025	Tabulasi dan Olah Data
7	15-11-2025	Pengajuan Bab IV
8	29-11-2025	Pengajuan Bab V
9	13-12-2025	Revisi Bab IV dan V
10	20-12-2025	Finalisasi dan Persetujuan Sidang

Mahasiswa diatas melakukan bimbingan dengan jumlah materi yang telah mencukupi untuk disidangkan.

Mahasiswa

  
(Fajar Maulana)

## Lampiran 15. Datar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### Identitas Pribadi

Nama Lengkap : Fajar Maulana  
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 26 Maret 1988  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Asmawi HM Ginding No. 1 RT/RW : 006/004  
Villa Mutiara, Kelurahan : Sawah Baru,  
Kecamatan : Ciputat, Tangerang Selatan 15413  
No Telp/Hp : 081293809122  
Alamat e-mail : 2432530059@student.budiluhur.ac.id

#### Riwayat Pendidikan

Tahun 2003 - 2006 : SMKN 45 Jakarta  
Tahun 2000 - 2003 : SLTPN 3 Ciputat  
Tahun 1994 - 2000 : SDN Jombang 2

#### Pengalaman Kerja

Februari 2020 - Saat ini : Divisi Online PT. Valbury Asia Futures

#### Sertifikasi, Izin Profesi

- Retention Tersertifikasi JFX, BNSP oleh LSPPBK
- Berizin Profesi Wakil Pialang Berjangka

Demikian daftar riwayat hidup saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, Januari 2026



Fajar Maulana