

**PENGARUH MANAJEMEN KEUANGAN PRIBADI, LITERASI
DIGITAL, GAYA HIDUP KONSUMTIF, DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP PERILAKU INVESTASI MAHASISWA DI PASAR KRIPTO.**

Nur Achmad Wahyudi

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

achmadwahyudi365@gmail.com

Dyah Rini Prihastuti

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

dyahrini@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Pertumbuhan investasi aset kripto di kalangan pelajar Indonesia meningkat pesat seiring berkembangnya teknologi digital dan maraknya pengaruh media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Manajemen Keuangan Pribadi, Literasi Digital, Gaya Hidup Konsumtif, dan Media Sosial terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 mahasiswa investor kripto dari tiga universitas di Surabaya yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen Keuangan Pribadi, Literasi Digital, Gaya Hidup Konsumtif, dan Media Sosial berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa. Media sosial ditemukan sebagai faktor paling dominan, sedangkan gaya hidup konsumtif menunjukkan pengaruh negatif.

Kata Kunci: *Manajemen Keuangan Pribadi, Literasi Digital, Gaya Hidup Konsumtif, Media Sosial, Perilaku Investasi, Pasar Kripto.*

ABSTRACT

The growth of crypto asset investment among Indonesian students has surged alongside the advancement of digital technology and the widespread influence of social media. This study aims to analyze the influence of Personal Financial Management, Digital Literacy, Consumptive Lifestyle, and Social Media on Student Investment Behavior in the Crypto Market. This study employs a quantitative approach utilizing a survey method involving 100 student crypto investors from three universities in Surabaya, selected via purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression. The results indicate that Personal Financial Management, Digital Literacy, Consumptive Lifestyle, and Social Media have a significant influence, both partially and simultaneously, on Student Investment Behavior. Social media was identified as the most dominant factor, whereas consumptive lifestyle demonstrated a negative influence.

Keywords: *Personal Financial Management, Digital Literacy, Consumptive Lifestyle, Social Media, Investment Behavior, Crypto Market*

A. PENDAHULUAN

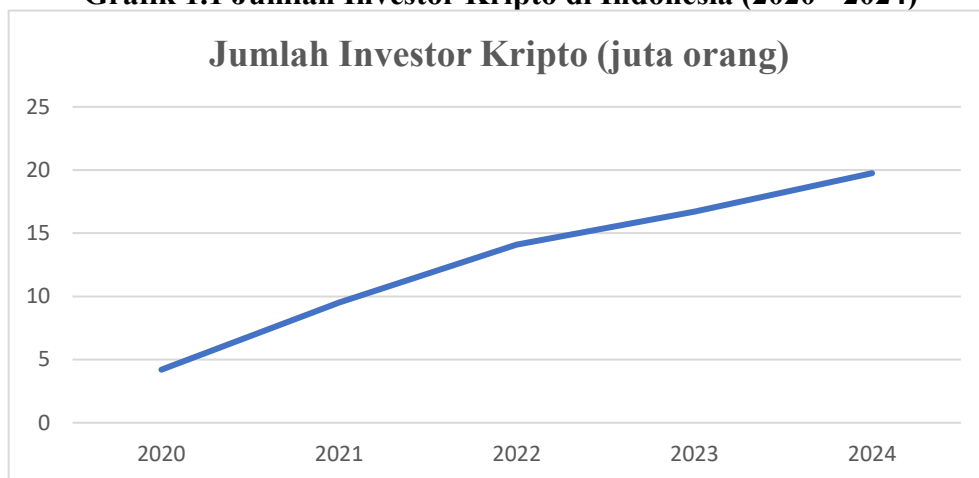
Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia investasi, salah satunya adalah pertumbuhan pesat investasi di pasar kripto. Akses yang mudah dan potensi keuntungan tinggi menarik minat generasi muda, khususnya mahasiswa. Data Bappebti mencatat jumlah investor kripto di Indonesia mencapai 19,75 juta orang per Februari 2024, di mana sekitar 45% investor berusia 18-25 tahun.

Namun, di balik tren positif ini, terdapat kesenjangan literasi. Indeks literasi keuangan mahasiswa hanya mencapai 38,03% menurut OJK (2024), padahal investasi kripto memiliki volatilitas dan risiko tinggi. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, investasi berisiko tinggi ini dapat menyebabkan kerugian finansial. Selain itu, literasi digital menjadi krusial agar mahasiswa mampu memilah informasi yang valid di tengah arus informasi media sosial yang deras.

Gaya hidup konsumtif dan paparan media sosial juga turut membentuk perilaku investasi. Motivasi investasi sering kali dilandasi keinginan memperoleh keuntungan cepat untuk membiayai gaya hidup, serta fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang dipicu oleh *influencer* di media sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manajemen keuangan pribadi, literasi digital, gaya hidup konsumtif, dan media sosial terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto, baik secara parsial maupun simultan

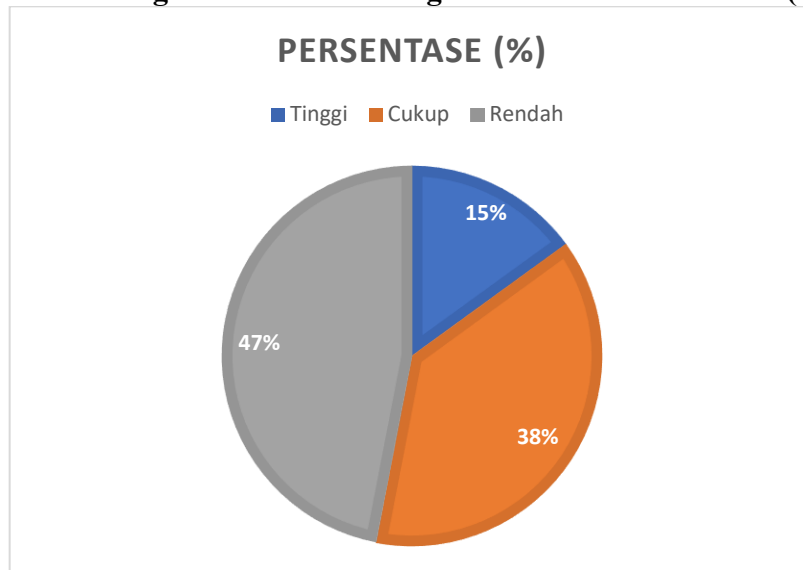
Grafik 1.1 Jumlah Investor Kripto di Indonesia (2020 - 2024)



Sumber: Bappebti, Februari 2024

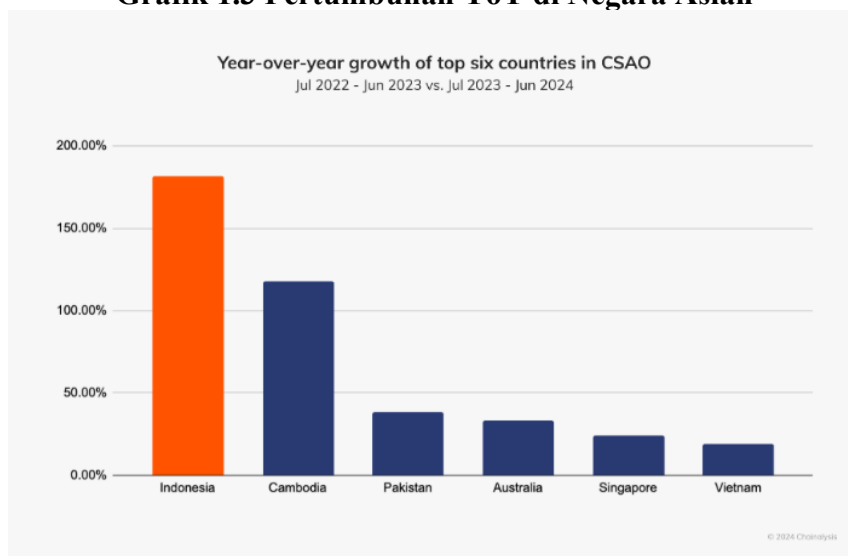
Sebaliknya, terdapat kesenjangan yang cukup memprihatinkan merujuk pada data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2024, di mana indeks literasi keuangan mahasiswa hanya mencapai 38,03%. Kondisi ini menjadi tantangan serius, mengingat pemahaman finansial yang mumpuni merupakan fondasi mutlak untuk menghasilkan keputusan investasi yang bijak.

Grafik 1.2 Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Indonesia (2024)



Sumber: OJK 2024

Grafik 1.3 Pertumbuhan YoY di Negara Asian



Sumber: www.chainanalysis.com

Grafik tersebut membandingkan pertumbuhan year-over-year adopsi kripto di enam negara teratas kawasan CSAO antara periode Jul 2022 Jun 2023 dan Jul 2023–Jun 2024, dan menunjukkan bahwa Indonesia mengalami lonjakan tertinggi sekitar 180%, jauh melampaui negara lain. Posisi kedua ditempati Kamboja dengan pertumbuhan yang juga besar (kira-kira 120%), sedangkan Pakistan, Australia, Singapura, dan Vietnam menunjukkan kenaikan yang lebih moderat (berkisar sekitar 35 s/d 40%, 30%, 20%, dan 15% secara berurutan). Perbedaan besar antara Indonesia dan negara lain mengindikasikan akselerasi adopsi ritel dan aktivitas pasar yang sangat kuat di Indonesia selama periode itu, kemungkinan didorong oleh peningkatan minat publik, likuiditas pasar lokal, serta perkembangan layanan dan

platform kripto. Secara implikasi, lonjakan ini menuntut perhatian pada aspek infrastruktur, regulasi, dan literasi konsumen agar pertumbuhan yang cepat dapat dikelola secara aman dan berkelanjutan.

Tabel 1. Proporsi Usia Investor Kripto Indonesia (2024)

Kelompok Usia	Persentase (%)
18 - 25 tahun	45%
26 - 35 tahun	35%
36 - 45 tahun	15%
Di atas 45 tahun	5%

Sumber: Survey Bappebti 2024

Dengan demikian, keempat variabel ini saling berhubungan dan berpengaruh terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto. Pemahaman yang baik tentang keterkaitan variabel ini penting untuk merumuskan strategi edukasi keuangan yang lebih efektif bagi generasi muda, sehingga mereka dapat menjadi investor yang lebih cerdas dan bertanggung jawab

Rumusan Masalah

1. Apakah manajemen keuangan pribadi signifikan berpengaruh terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto?
2. Apakah literasi digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto?
3. Apakah gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto?
4. Apakah media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto?
5. Apakah Manajemen keuangan pribadi, literasi digital, gaya hidup konsumtif, dan media sosial, Secara Simultan berpengaruh terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto?

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini bermanfaat Kontribusi terhadap Pengembangan Ilmu Manajemen Keuangan dan Perilaku Investasi.
 - 1) Menyediakan wawasan empiris tentang bagaimana mahasiswa mengelola keuangan dan membuat keputusan investasi dalam konteks kripto.
 - 2) Mendorong pengembangan teori perilaku keuangan digital di era Web 3.0.
 - 3) Memberikan bukti empiris bahwa pengaruh media sosial dan literasi digital sangat kuat dalam membentuk persepsi dan perilaku investasi mahasiswa.
 - 4) Dapat dijadikan rujukan untuk pengembangan model literasi digital dalam konteks keuangan/investasi digital.
2. Manfaat Praktis
Kontribusi dalam Kebijakan Edukasi Keuangan dan Regulasi Aset Kripto

- 1) Hasil penelitian dapat digunakan oleh lembaga pendidikan dan regulator untuk:
 - a. Menyusun program edukasi literasi keuangan dan digital bagi mahasiswa.
 - b. Menyusun regulasi dan pengawasan yang melindungi investor muda dari dampak negatif media sosial atau informasi yang menyesatkan (misleading).
- 2) Memberikan insight kepada platform investasi dan perusahaan fintech terkait preferensi, karakteristik, serta risiko perilaku dari investor muda (mahasiswa).
 - a. Dapat dijadikan dasar dalam pengembangan fitur edukatif atau filter informasi di aplikasi trading kripto.

B. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian ini berlandaskan pada *Theory of Planned Behavior (TPB)* sebagai *grand theory* yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat berperilaku yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks investasi kripto, perilaku investasi mahasiswa dipahami sebagai perilaku terencana yang dipengaruhi oleh sikap terhadap risiko, pengaruh sosial termasuk media sosial, serta keyakinan terhadap kemampuan diri yang berkaitan dengan literasi digital dan manajemen keuangan pribadi. Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada *Behavioral Finance Theory* sebagai *middle theory*, yang menekankan bahwa keputusan investasi tidak sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh faktor psikologis, emosi, dan bias kognitif, khususnya pada investor pemula seperti mahasiswa.

Manajemen keuangan pribadi dipahami sebagai kemampuan individu dalam mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi secara terencana guna mencapai kesejahteraan finansial. Manajemen keuangan yang baik berperan penting dalam pengambilan keputusan investasi yang rasional, efisien, serta berorientasi jangka panjang. Indikator utama manajemen keuangan pribadi meliputi perencanaan keuangan, perencanaan investasi, dan pengendalian pengeluaran. Lemahnya pengelolaan keuangan pribadi dapat meningkatkan kecenderungan pengambilan keputusan investasi yang berisiko, terutama pada instrumen dengan volatilitas tinggi seperti aset kripto.

Literasi digital merupakan kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara kritis dan bertanggung jawab. Literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis penggunaan teknologi, tetapi juga kemampuan kognitif dan sikap kritis dalam menilai kredibilitas informasi digital. Dalam konteks investasi kripto, literasi digital menjadi faktor penting yang membantu mahasiswa memilah informasi investasi, menghindari hoaks, serta memahami risiko dan mekanisme pasar digital. Indikator literasi digital meliputi kemampuan akses informasi, evaluasi informasi, sikap dan kesadaran digital, serta pemikiran kritis terhadap media sosial.

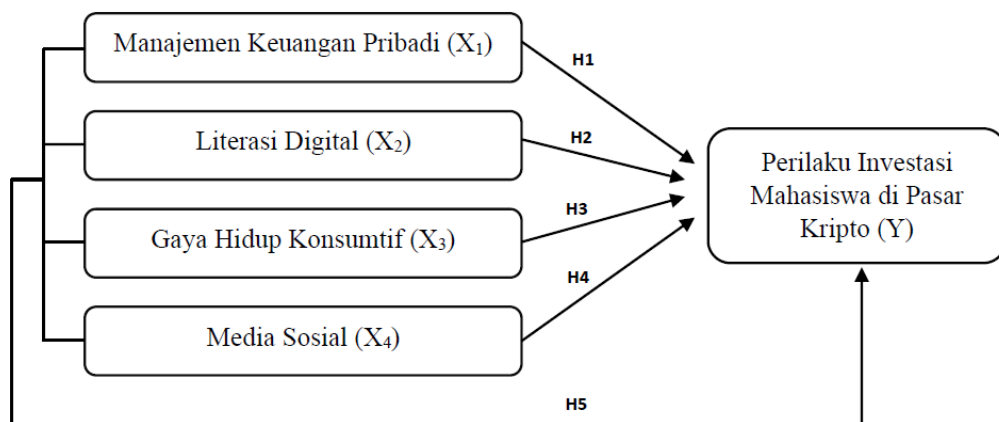
Gaya hidup konsumtif didefinisikan sebagai pola hidup yang berorientasi pada pemenuhan keinginan, kesenangan, dan kepuasan sesaat, yang sering kali mendorong perilaku konsumsi impulsif. Pada mahasiswa, gaya hidup konsumtif

dapat mengurangi kemampuan menabung dan berinvestasi secara rasional, serta mendorong perilaku spekulatif dalam investasi kripto. Indikator gaya hidup konsumtif mencakup pengaruh budaya, status sosial ekonomi, pembelian impulsif, dan kecenderungan hedonisme.

Media sosial berperan sebagai sumber informasi, interaksi, dan pembentukan persepsi investor muda. Paparan konten investasi di media sosial dapat memengaruhi persepsi risiko, sikap, serta keputusan investasi mahasiswa, baik secara positif maupun negatif. Media sosial juga berpotensi memicu perilaku *herding* dan *fear of missing out (FOMO)* dalam investasi kripto. Indikator media sosial meliputi intensitas penggunaan, jenis konten yang dikonsumsi dan dibagikan, serta dampak emosional dan perilaku yang dirasakan pengguna.

Perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto dipahami sebagai serangkaian sikap dan tindakan dalam merencanakan, memilih, serta mengelola investasi aset digital. Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan kognitif, yang tercermin melalui tingkat kepercayaan diri berlebihan (*overconfidence*), persepsi risiko, kecerdasan emosional, serta pengetahuan dan analisis investasi. Integrasi TPB, Behavioral Finance, dan *Digital Financial Literacy Framework* dari OECD memberikan kerangka konseptual yang komprehensif untuk memahami bagaimana faktor personal, kapabilitas kognitif, kecenderungan perilaku, dan pengaruh eksternal membentuk perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto

Kerangka Konseptual



Hipotesis Penelitian

1. **H1** : Manajemen keuangan pribadi berpengaruh Signifikan terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto.
2. **H2** : Literasi digital berpengaruh Signifikan terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto.
3. **H3** : Gaya hidup konsumtif berpengaruh Signifikan terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto.
4. **H4** : Media sosial berpengaruh Signifikan terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto.
5. **H5** : Manajemen keuangan pribadi, literasi digital, gaya hidup konsumtif, dan media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen keuangan pribadi, literasi digital, gaya hidup konsumtif, dan media sosial terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengujian hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik, sehingga hasil penelitian dapat diuji validitas dan reliabilitasnya.

Penelitian dilaksanakan pada mahasiswa dari beberapa perguruan tinggi di Kota Surabaya, yaitu Universitas Airlangga, Universitas Negeri Surabaya, dan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Pemilihan lokasi didasarkan pada karakteristik mahasiswa perkotaan yang relatif aktif dalam penggunaan teknologi digital dan media sosial serta meningkatnya minat terhadap investasi kripto. Penelitian dilaksanakan pada periode September hingga Desember 2025, dengan mempertimbangkan kalender akademik agar proses pengumpulan data dapat berlangsung secara optimal.

Jenis data yang digunakan adalah **data kuantitatif** yang bersumber dari **data primer**, diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan platform digital. Kuesioner disusun dengan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi responden terhadap seluruh variabel penelitian. Selain data primer, penelitian ini juga didukung oleh **data sekunder** yang bersumber dari jurnal ilmiah, laporan OJK, Bappebti, serta publikasi resmi lainnya yang relevan.

Populasi penelitian mencakup mahasiswa aktif di perguruan tinggi wilayah Surabaya yang memiliki pengalaman berinvestasi di pasar kripto. Teknik pengambilan sampel menggunakan **purposive sampling**, dengan kriteria mahasiswa berusia 18–25 tahun dan memiliki pengalaman investasi kripto minimal tiga bulan. Jumlah sampel ditentukan menggunakan **rumus Lemeshow**, sehingga diperoleh sebanyak **100 responden** yang dinilai telah memenuhi tingkat keandalan penelitian.

Variabel penelitian meliputi manajemen keuangan pribadi, literasi digital, gaya hidup konsumtif, dan media sosial sebagai variabel independen, serta perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto sebagai variabel dependen. Setiap variabel diukur berdasarkan indikator-indikator yang diadaptasi dari literatur dan penelitian terdahulu, sehingga memiliki validitas konstruk yang memadai.

Proses pengolahan data dilakukan melalui beberapa tahapan, meliputi pemeriksaan data, pengkodean, tabulasi, serta analisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS atau SmartPLS. Analisis data diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, kemudian dilanjutkan dengan analisis inferensial menggunakan regresi linear berganda. Sebelum pengujian regresi, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji F untuk mengetahui pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen, uji t untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto. Melalui tahapan analisis yang sistematis tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang

valid, reliabel, dan memberikan kontribusi empiris bagi kajian investasi mahasiswa di era digital.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Cryptocurrency merupakan aset digital yang berfungsi sebagai alat tukar dengan memanfaatkan teknologi kriptografi dan sistem blockchain yang bersifat terdesentralisasi, sehingga memungkinkan transaksi dilakukan secara aman, transparan, dan tanpa perantara otoritas pusat. Berbeda dengan mata uang fiat yang dikendalikan oleh bank sentral, nilai cryptocurrency, khususnya Bitcoin, tidak bergantung pada kebijakan moneter, melainkan ditopang oleh keamanan jaringan, kelangkaan digital yang bersifat tetap, serta ketahanan terhadap sensor dan manipulasi. Karakteristik utama cryptocurrency meliputi sifat digital, terdesentralisasi, dan mekanisme transaksi peer-to-peer, yang menjadikannya alternatif instrumen keuangan di era digital.

Perkembangan cryptocurrency menawarkan berbagai keunggulan, seperti efisiensi transaksi lintas batas, potensi inklusi keuangan, serta karakter kelangkaan aset yang menarik bagi investor. Dalam beberapa tahun terakhir, aset kripto semakin diminati oleh generasi muda, khususnya mahasiswa, yang cenderung adaptif terhadap teknologi dan terbuka terhadap instrumen investasi alternatif. Berbagai studi menunjukkan bahwa keputusan investasi kripto mahasiswa dipengaruhi oleh literasi digital, motivasi investasi, serta faktor psikologis dan sosial.

Survei global juga mengindikasikan tingginya keterlibatan generasi Z dalam investasi kripto, yang menegaskan bahwa aset digital telah menjadi bagian dari perilaku keuangan generasi muda. Oleh karena itu, mahasiswa dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan kelompok usia produktif yang memiliki tingkat adopsi teknologi tinggi, namun pada saat yang sama rentan terhadap pengambilan keputusan investasi yang kurang rasional akibat pengaruh gaya hidup konsumtif, media sosial, serta keterbatasan manajemen keuangan pribadi dan literasi digital. Kondisi tersebut menjadikan mahasiswa sebagai subjek yang relevan untuk mengkaji perilaku investasi di pasar kripto.

Deskripsi Hasil Penelitian

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden, diperoleh informasi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu laki-laki dan perempuan, yang selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	75	75%
Perempuan	25	25%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner

Berdasarkan Hasil Penyebaran Kuesioner Jumlah Presentase Responden Laki Laki berjumlah 75%, Sisanya Sejumlah 25% merupakan Responden Perempuan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden diperoleh data berdasarkan usia disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
18	13	13%
19	15	15%
20	17	17%
21	21	21%
22	16	16%
23	8	8%
24	5	5%
25	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner

Berdasarkan Hasil Penyebaran Kuesioner Presentase terbesar Usia Responden Sekitar 21% Merupakan Usia 21 tahun. Dan presentase terbanyak kedua sebanyak 17% berusia 20 Tahun. Dan sisanya usia 19 tahun sekitar 15%, usia 18 tahun sekitar 13% dan sisanya diatas usia 22 tahun.

Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Investasi

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden diperoleh data berdasarkan waktu Investasi disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Investasi

Lama Waktu Investasi	Jumlah Responden	Persentase (%)
3 – 6 Bulan	14	14%
7 – 12 Bulan	64	64%
> 12 Bulan	22	22%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner

Berdasarkan Hasil Penyebaran Kuesioner Presentase Lama waktu investasi terbanyak 7 – 12 bulan sebanyak 64%, lalu diatas 12 bulan sebanyak 22%, dan 3 - 6 Bulan sebanyak 14%.

Uji Validitas

1. Jika nilai r hitung $>$ dari r tabel maka dikatakan valid.
2. Jika nilai r hitung $<$ dari r tabel maka dikatakan tidak valid.

Tabel 5. Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Total Score Correlation (r-hitung)	(r-Tabel)	Keterangan
Manajemen Keuangan Pribadi (X1)	X1.1	0,785**	0,195	Valid
	X1.2	0,760**	0,195	Valid
	X1.3	0,735**	0,195	Valid
	X1.4	0,762**	0,195	Valid
	X1.5	0,768**	0,195	Valid
	X1.6	0,771**	0,195	Valid
Literasi Digital (X2)	X2.1	0,735**	0,195	Valid
	X2.2	0,802**	0,195	Valid
	X2.3	0,753**	0,195	Valid
	X2.4	0,819**	0,195	Valid
	X2.5	0,768**	0,195	Valid
	X2.6	0,802**	0,195	Valid
	X2.7	0,781**	0,195	Valid
	X2.8	0,755**	0,195	Valid
Gaya Hidup Konsumtif (X3)	X3.1	0,744**	0,195	Valid
	X3.2	0,332**	0,195	Valid
	X3.3	0,341**	0,195	Valid
	X3.4	0,332**	0,195	Valid
	X3.5	0,759**	0,195	Valid
	X3.6	0,779**	0,195	Valid
	X3.7	0,799**	0,195	Valid
	X3.8	0,785**	0,195	Valid
Media Sosial (X4)	X4.1	0,807**	0,195	Valid
	X4.2	0,766**	0,195	Valid
	X4.3	0,753**	0,195	Valid
	X4.4	0,782**	0,195	Valid
	X4.5	0,794**	0,195	Valid
	X4.6	0,790**	0,195	Valid
Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y)	X5.1	0,619**	0,195	Valid
	X5.2	0,745**	0,195	Valid
	X5.3	0,613**	0,195	Valid
	X5.4	0,581**	0,195	Valid
	X5.5	0,783**	0,195	Valid
	X5.6	0,779**	0,195	Valid
	X5.7	0,714**	0,195	Valid
	X5.8	0,733**	0,195	Valid

Sumber: Data SPSS Uji Validitas (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan bahwa r-hitung lebih besar dari r-tabel. Dengan hasil ini maka seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur Variabel Manajemen Keuangan Pribadi (X1), Literasi Digital (X2), Gaya Hidup

Konsumtif (X3), dan Media Sosial (X4), Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y). Dinyatakan Valid sebagai alat ukur.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	><	Cronbach Alpha	Keterangan
Manajemen Keuangan Pribadi (X1)	0,857	>	0,6	Reliabel
Literasi Digital (X2)	0,906	>	0,6	Reliabel
Gaya Hidup Konsumtif (X3)	0,782	>	0,6	Reliabel
Media Sosial (X4)	0,873	>	0,6	Reliabel
Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y)	0.848	>	0,6	Reliabel

Sumber: Data SPSS Uji Reliabilitas (2025)

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai koefisien alpha yang melebihi batas 0,6. Dengan demikian, variabel Manajemen Keuangan Pribadi (X1), Literasi Digital (X2), Gaya Hidup Konsumtif (X3), Pengaruh Media Sosial (X4), serta Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y) dapat dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Normalitas

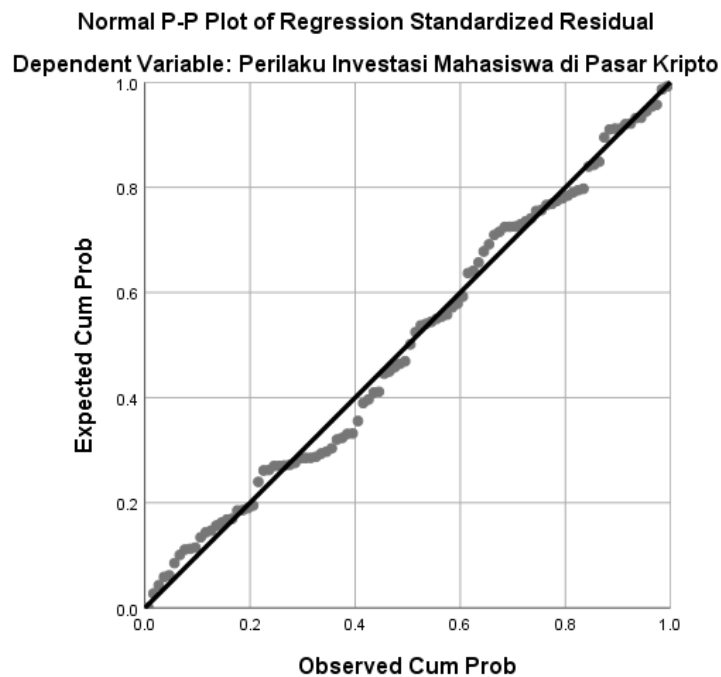
1. Dikatakan normal apabila nilai Sig. atau signifikasi > 0,05.
2. Dikatakan tidak normal apabila nilai Sig. atau signifikasi < 0,05.

Tabel 7. Uji Normalitas

One-Sampel Kolomogorov-Smirnov Test.		
		Unstantardized Residual
N (Jumlah)		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000000000
	Std. Deviation	2,31755372
Most Extreme Differences	Absolute	0,071
	Positif	0,071
	Negative	-0,053
Test Statistic		0,071
Asymp. Sig (2-tailed)		0,200 ^{c,d}
Test Distribution is Normal		
Calculated Form data		
Lilliefors calculated from data		

Sumber: Data SPSS Uji Validitas (2025)

Gambar 1. Uji Normalitas



Sumber: Data SPSS Uji Validitas (2025)

Dari tabel diatas nilai Asymtotic Significant sebesar 0.200 yang berarti nilai ini lebih besar dari 0.05. Hal ini berarti data berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
MODEL	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Manajemen Keuangan Pribadi	0,964	1,038
Literasai Digital	0,966	1,035
Gaya Hidup Konsumtif	0,964	1,038
Media Sosial	0,975	1,026
Dependent Variabel : Perilaku Investasi di Pasar Kripto.		

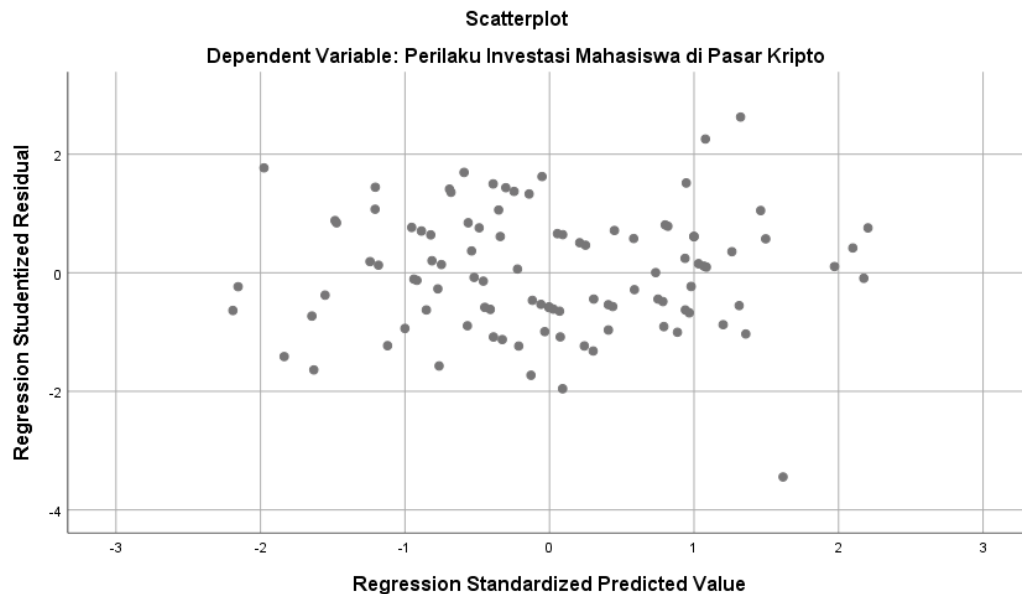
Sumber: Data SPSS Uji Validitas (2025)

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada tabel tersebut, diketahui bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel Manajemen Keuangan Pribadi (X1) sebesar 1,038, Literasi Digital (X2) sebesar 1,035, Gaya Hidup Konsumtif (X3) sebesar 1,038, dan Media Sosial (X4) sebesar 1,026, yang seluruhnya berada di bawah nilai batas VIF < 10. Selain itu, nilai tolerance untuk variabel Manajemen Keuangan Pribadi (X1) sebesar 0,964, Literasi Digital (X2) sebesar 0,966, Gaya Hidup Konsumtif (X3) sebesar 0,964, dan Media Sosial (X4) sebesar 0,975, yang seluruhnya lebih besar dari 0,10. Berdasarkan hasil tersebut,

dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi yang digunakan.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 2. Uji Heterokedasitas



Sumber: Data SPSS Uji Validitas (2025)

Hasil pengujian yang ditampilkan pada Gambar 4.2 menunjukkan bahwa sebaran titik-titik residual bersifat acak dan tidak membentuk pola tertentu. Temuan ini mengindikasikan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga memenuhi salah satu asumsi klasik regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.	Ket.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constants)	9,18	2,844		3,209	0,002	Sig
	Manajemen Keuangan Pribadi (X1)	0,326	0,071	0,344	4,577	0,000	Sig
	Literasi Digital (X2)	0,242	0,049	0,373	4,962	0,000	Sig
	Gaya Hidup Konsumtif (X3)	-0,141	0,050	-0,211	-2,810	0,006	Sig
	Media Sosial (X4)	0,434	0,062	0,525	7,024	0,000	Sig
a. Dependent Variabel : Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.							

Sumber: Data SPSS Uji Validitas (2025)

Data dari Tabel diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 9,18 + 0,326 X_1 + 0,242 X_2 - 0,141 X_3 + 0,434 X_4 + e$$

1. Pertama, nilai konstanta (α) menunjukkan bahwa apabila variabel Manajemen Keuangan Pribadi (X_1), Literasi Digital (X_2), Gaya Hidup Konsumtif (X_3), dan Media Sosial (X_4) bernilai nol, maka tingkat Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto berada pada nilai sebesar 9,128..
2. Kedua, koefisien regresi Manajemen Keuangan Pribadi (X_1) bernilai positif sebesar 0,326, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel Manajemen Keuangan Pribadi akan meningkatkan Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto sebesar 0,326 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan.
3. Ketiga, koefisien regresi Literasi Digital (X_2) memiliki nilai positif sebesar 0,242, yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada Literasi Digital akan diikuti oleh peningkatan Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto sebesar 0,242 satuan, dengan asumsi variabel lain berada dalam kondisi tetap.
4. Keempat, koefisien regresi Gaya Hidup Konsumtif (X_3) bernilai negatif sebesar $-0,141$, yang mengindikasikan bahwa penurunan satu satuan pada variabel Gaya Hidup Konsumtif akan menurunkan Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto sebesar 0,141 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan.
5. Kelima, koefisien regresi Media Sosial (X_4) menunjukkan nilai positif sebesar 0,434, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel Media Sosial akan meningkatkan Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto sebesar 0,434 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tidak mengalami perubahan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1.	0,694 ^a	0,482	0,460	2,366
a. Predictors : (Constant), Media Sosial, Gaya Hidup Konsumtif, Literasi Digital, Manajemen Keuangan Pribadi.				
b. Dependent Variable : Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar kripto.				

Sumber: Data SPSS Uji Validitas (2025)

Berdasarkan Tabel 4.14, nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh Adjusted R Square sebesar 0,460. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen, yaitu Manajemen Keuangan Pribadi (X_1), Literasi Digital (X_2), Gaya Hidup Konsumtif (X_3), dan Media Sosial (X_4), secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y) sebesar 46%. Sementara itu, sebesar 54% variasi perilaku investasi

mahasiswa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 11. Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients ^a					
Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.	Ket.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constants)	9,18	2,844		3,209	0,002	Sig
	Manajemen Keuangan Pribadi (X1)	0,326	0,071	0,344	4,577	0,000	Sig
	Literasi Digital (X2)	0,242	0,049	0,373	4,962	0,000	Sig
	Gaya Hidup Konsumtif (X3)	-0,141	0,050	-0,211	-2,810	0,006	Sig
	Media Sosial (X4)	0,434	0,062	0,525	7,024	0,000	Sig
a. Dependent Variabel : Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.							

Sumber: Data SPSS Uji Validitas (2025)

Dari hasil pengujian diatas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai signifikansi untuk variabel Manajemen Keuangan Pribadi (X1) sebesar $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa (X1) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y). Dengan demikian, hipotesis penelitian terbukti kebenarannya. Selain itu, nilai t hitung sebesar $4,577 > t$ tabel 1,985, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh nyata Manajemen Keuangan Pribadi terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto.
2. Nilai signifikansi variabel Literasi Digital (X2) sebesar $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y). Hipotesis penelitian terbukti kebenarannya. Nilai t hitung sebesar $4,962 > t$ tabel 1,985, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, menandakan adanya pengaruh Literasi Digital terhadap perilaku investasi mahasiswa.
3. Nilai signifikansi untuk variabel Gaya Hidup Konsumtif (X3) sebesar $0,006 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa (X3) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y). Hipotesis penelitian terbukti kebenarannya. Nilai t hitung sebesar $-2,810 > t$ tabel 1,985, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, menunjukkan adanya pengaruh Gaya Hidup Konsumtif terhadap perilaku investasi mahasiswa.
4. Nilai signifikansi variabel Media Sosial (X4) sebesar $0,000 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa (X4) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y). Dengan demikian, hipotesis penelitian terbukti kebenarannya. Nilai t hitung sebesar $7,024 > t$ tabel 1,985, sehingga

H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh nyata Media Sosial terhadap perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto.

Simultan (Uji F)

Tabel 12. Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	495.016	4	123.754	22.110	.000 ^b
	Residual	531.734	95	5.597		
	Total	1026.750	99			
1. Dependent Variabel : Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.						
2. Predictors (constant), Media Sosial, Gaya Hidup Konsumtif, Media Sosial, Manajemen Keuangan Pribadi.						

Sumber : Data SPSS Uji Validitas (2025)

Nilai F hitung sebesar 22,110 > F tabel 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, menunjukkan bahwa variabel Manajemen Keuangan Pribadi (X1), Literasi Digital (X2), Gaya Hidup Konsumtif (X3), dan Media Sosial (X4) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y). Dengan demikian, hipotesis penelitian terbukti kebenarannya.

Pembahasan Hasil Temuan

Setelah diketahui hasil dari uji-uji yang telah dilakukan sebelumnya, maka selanjutnya diperoleh hasil uji hipotesis. Adapun hasil pengujian masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

Pengaruh Manajemen Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.

Variabel Manajemen Keuangan Pribadi (X1) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,326 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya, setiap peningkatan Manajemen Keuangan Pribadi sebesar satu satuan akan meningkatkan Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto sebesar 0,326 satuan, sehingga hubungan antara (X1) dan (Y) bersifat positif.

Selain itu, nilai Beta terstandarisasi sebesar 0,344 menempatkan (X1) sebagai variabel dengan pengaruh relatif terbesar ketiga dalam model, menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi merupakan faktor yang cukup signifikan mendorong partisipasi mereka dalam investasi kripto. Dengan koefisien regresi 0,326, nilai t hitung 4,577, dan signifikansi 0,000 < 0,05, dapat disimpulkan bahwa semakin baik kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, semakin besar kecenderungan mereka untuk berinvestasi secara rasional di pasar kripto.

Pengaruh literasi Digital Terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.

Variabel Literasi Digital (X2) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,242 dan signifikansi 0,000. Artinya, setiap peningkatan

Literasi Digital sebesar satu satuan akan meningkatkan perilaku investasi mahasiswa di pasar kripto sebesar 0,242 satuan, sehingga hubungan antara (X2) dan (Y) bersifat positif.

Selain itu, nilai Beta terstandarisasi sebesar 0,373 menunjukkan bahwa Literasi Digital memiliki pengaruh relatif lebih besar dibandingkan Manajemen Keuangan Pribadi, mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap teknologi digital menjadi faktor penting bagi mahasiswa dalam berpartisipasi di pasar kripto. Dengan koefisien regresi 0,242, nilai t hitung 4,962, dan signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa kemampuan memanfaatkan teknologi digital dan informasi daring merupakan keterampilan krusial untuk menghadapi karakter pasar kripto yang dinamis dan berbasis digital.

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup Konsumtif (X3) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto, dengan koefisien regresi sebesar -0,141 dan signifikansi 0,006. Hal ini berarti setiap penurunan Gaya Hidup Konsumtif sebesar satu satuan akan menurunkan skor perilaku investasi mahasiswa sebesar 0,141 satuan, sehingga hubungan antara X3 dan Y bersifat negatif.

Meskipun pengaruhnya negatif, nilai Beta terstandarisasi sebesar -0,211 menunjukkan bahwa pengaruh Gaya Hidup Konsumtif tidak dapat diabaikan, menegaskan bahwa kecenderungan konsumtif menjadi faktor penghambat dalam akumulasi modal untuk investasi. Dengan nilai t hitung -2,810 dan signifikansi $0,006 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa semakin rendah tingkat konsumtivitas mahasiswa, semakin besar kemampuan mereka untuk menyisihkan dana bagi investasi, sehingga gaya hidup hemat menjadi faktor pendukung dalam pengalokasian modal investasi.

Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.

Variabel Media Sosial (X4) terbukti menjadi prediktor paling dominan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi tertinggi sebesar 0,434 dan koefisien Beta tertinggi sebesar 0,525, dengan signifikansi 0,000. Artinya, setiap peningkatan Media Sosial sebesar satu satuan akan meningkatkan perilaku investasi mahasiswa sebesar 0,434 satuan, sehingga pengaruhnya bersifat positif.

Nilai Beta terstandarisasi sebesar 0,525 menegaskan bahwa Media Sosial berperan sebagai penggerak utama dalam mendorong mahasiswa untuk berinvestasi di pasar kripto, lebih dominan dibandingkan ketiga variabel lainnya. Dengan koefisien regresi 0,434, nilai t hitung 7,024, dan signifikansi $0,000 < 0,05$, dapat disimpulkan bahwa paparan melalui influencer, komunitas, serta konten edukasi digital menjadikan Media Sosial sebagai faktor kunci yang memengaruhi keputusan mahasiswa untuk terlibat dalam investasi kripto.

Pengaruh Manajemen Keuangan Pribadi, Literasi Digital, Gaya Hidup Konsumtif, dan Media Sosial Terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Manajemen Keuangan Pribadi (X1), Literasi Digital (X2), dan Media Sosial (X4) memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji simultan (Uji F) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sebaliknya, variabel Gaya Hidup Konsumtif (X3) menunjukkan pengaruh negatif terhadap perilaku investasi mahasiswa, ditunjukkan oleh koefisien regresi $-0,141$ dengan signifikansi $0,006 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H5 diterima, yang menyatakan bahwa variabel X1, X2, X3, dan X4 secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto (Y).

E. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka ditarik Kesimpulan mengenai pengaruh Manajemen Keuangan Pribadi, Literasi digital, Gaya Hidup Konsumtif, dan Media sosial, terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Keuangan Pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.
2. Literasi Digital berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.
3. Gaya Hidup Konsumtif berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.
4. Media Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.
5. Manajemen Keuangan Pribadi, Literasi Digital, Gaya Hidup Konsumtif, dan Media Sosial berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Perilaku Investasi Mahasiswa di Pasar Kripto.

Saran

Berdasarkan Penelitian dan Kesimpulan yang telah diperoleh peneliti, Maka Peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa
Disarankan untuk lebih meningkatkan kemampuan manajemen keuangan pribadi dengan menyusun anggaran, mencatat pemasukan-pengeluaran, serta menyisihkan dana untuk investasi secara disiplin. Selain itu, penting untuk meningkatkan literasi digital, terutama dalam menilai kredibilitas informasi investasi di platform digital dan media sosial, agar tidak mudah terpengaruh oleh konten yang tidak akurat atau bersifat persuasif.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Disarankan untuk mengembangkan cakupan variabel dengan menambahkan faktor lain seperti pengaruh keluarga, risiko psikologis (misalnya FOMO dan *overconfidence*), atau kondisi ekonomi makro yang mungkin memengaruhi perilaku investasi. Disarankan pula untuk memperluas populasi penelitian ke

kota lain atau kelompok usia yang lebih beragam agar hasilnya lebih dapat digeneralisasi. Metode penelitian dapat ditingkatkan dengan pendekatan kualitatif atau *mixed-method* untuk memperdalam pemahaman tentang motivasi dan pengalaman investasi. Selain itu, penggunaan analisis mediasi atau moderasi dapat mengungkap mekanisme yang lebih kompleks antar variabel. Terakhir, penelitian longitudinal dapat dilakukan untuk mengamati perubahan perilaku investasi seiring waktu, terutama dalam merespons dinamika pasar kripto yang sangat fluktuatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior*. 8th Edition. Dryden Press
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kapoor, J. R., Dlabay, L. R., & Hughes, R. J. (2012). *Personal Finance*. 11th Edition. McGraw-Hill Education
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1958). *The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment*. *American Economic Review*, 48(3), 261–297
- OECD. (2021). *Digital Financial Literacy: A Framework for OECD/INFE Members*. OECD Publishing
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024*. Jakarta: OJK
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.