

Pengaruh *Influencer*, Literasi Keuangan Dan Ekspektasi *Return* Terhadap Minat Investasi *Cryptocurrency* Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang

Raihan Zaki Al Majdi *)

Budi Wahono **)

Mohamad Bastomi *)**

Email : hanczcrew59@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

Investment in digital assets such as cryptocurrency has grown rapidly, particularly among younger generations. This study aims to analyze the influence of influencers, financial literacy, and return expectations on the interest in cryptocurrency investment among students of the Islamic University of Malang. A quantitative approach was employed using a survey method with 130 respondents selected through purposive sampling. Data were collected via questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The results show that simultaneously, influencers, financial literacy, and return expectations have a significant effect on investment interest in cryptocurrency. Individually, each variable also has a positive and significant impact. Influencers provide encouragement through informative and relevant content, financial literacy helps students understand the risks and potential of digital assets, while return expectations motivate interest based on the potential for high profits. The study concludes that these three factors play a crucial role in shaping student investment interest and recommends enhancing financial education and monitoring information on social media to support more informed investment decisions.

Keywords: *Influencer, Financial Literacy, Return Expectations, Investment Interest, Cryptocurrency*

Pendahuluan

Investasi dalam aset digital, khususnya *Cryptocurrency*, telah mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan CoinMarketCap (2023), total kapitalisasi pasar *Cryptocurrency* mencapai lebih dari \$1 triliun pada awal tahun 2023, dengan Bitcoin dan Ethereum sebagai aset dominan. Fenomena ini sejalan dengan meningkatnya adopsi teknologi *blockchain* dan digitalisasi sistem keuangan global. Tren global menunjukkan bahwa minat terhadap *Cryptocurrency* tidak hanya berasal dari individu, tetapi juga dari institusi keuangan besar yang mulai mengalokasikan portofolio mereka ke aset digital sebagai lindung nilai terhadap inflasi dan ketidakstabilan ekonomi (Nguyen et al., 2024).

Bitcoin, sebagai aset kripto pertama yang diperkenalkan oleh Satoshi Nakamoto pada tahun 2009, tetap menjadi pemimpin pasar dengan dominasi kapitalisasi yang signifikan. Sebagai mata uang digital terdesentralisasi, Bitcoin memungkinkan transaksi *peer-to-peer* tanpa perantara seperti bank, menjadikannya instrumen keuangan yang menarik bagi investor yang mencari kebebasan finansial. Selain itu, Bitcoin sering disebut sebagai "emas digital" karena sifatnya yang terbatas dengan suplai maksimal 21 juta koin sehingga memberikan nilai lindung terhadap inflasi. Beberapa perusahaan besar, seperti Tesla dan MicroStrategy, telah berinvestasi dalam Bitcoin sebagai bagian dari strategi keuangan mereka. Namun, menurut Auer & Claessens (2020). Selain Bitcoin, terdapat berbagai produk *Cryptocurrency* lain seperti *stablecoin* (misalnya, USDT dan USDC) yang dirancang untuk mengurangi volatilitas dengan mengaitkan nilainya dengan mata uang fiat, serta altcoin seperti Ethereum yang menawarkan fitur *smart contract* yang memungkinkan ekosistem *DeFi* (*Decentralized*

Finance) berkembang pesat. Ekosistem ini membuka peluang baru dalam industri keuangan, seperti pinjaman tanpa bank dan pertukaran aset digital yang lebih efisien. Meskipun demikian, regulasi terhadap aset-aset ini masih terus berkembang, menciptakan ketidakpastian bagi investor dan pelaku pasar (Buterin, 2014; CoinGecko, 2023; IMF, 2021).

Di Indonesia, tren investasi *Cryptocurrency* menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2024), jumlah investor aset kripto di Indonesia terus mengalami pertumbuhan signifikan, mencapai 22,11 juta investor pada November 2024. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 19,4% sepanjang tahun berjalan (YTD) dibandingkan tahun sebelumnya yang mencatatkan 18,51 juta investor. Sejak 2021, jumlah investor kripto di Indonesia telah melonjak dari 11,2 juta menjadi 16,7 juta pada 2022, kemudian meningkat lagi pada 2023 dengan pertumbuhan tahunan (YoY) sebesar 10,8%. Pertumbuhan ini didorong oleh kenaikan harga aset kripto, bertambahnya jumlah investor aktif yang kini mencapai 1,3 juta (OJK, 2024).

Influencer merupakan individu yang memiliki kredibilitas dan pengaruh di media sosial, yang mampu memengaruhi opini serta keputusan konsumsi audiens mereka. *influencer* sering kali membangun hubungan dengan pengikutnya melalui interaksi yang autentik, konten yang menarik, serta keahlian di bidang tertentu seperti keuangan, teknologi, atau gaya hidup (Chen et al., 2024). Dalam konteks investasi *Cryptocurrency*, *influencer* memiliki peran penting dalam membentuk minat investasi. Kredibilitas dan profesionalisme *influencer* dapat meningkatkan kepercayaan calon investor terhadap aset digital tertentu. Studi menunjukkan bahwa faktor seperti transparansi kolaborasi dengan merek, pengalaman pengguna yang positif, serta rekomendasi berbasis data dapat memperkuat niat investasi seseorang terhadap aset yang dipromosikan (Chen et al., 2024). Selain itu, Penelitian Bastomi & Nurhidayah (2023) menyebutkan bahwa social media *influencer* mampu membentuk perspektif dan preferensi Generasi Z terhadap isu-isu investasi, khususnya investasi berbasis syariah. Dengan pendekatan yang kreatif dan testimoni personal, para *influencer* mampu menarik perhatian dan membangun kepercayaan pengikut mereka terhadap investasi.

Selanjutnya, literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami, mengelola, dan membuat keputusan keuangan yang efektif, termasuk dalam berinvestasi (Nirwangsari & Rahayu, 2022). Menurut penelitian Bastomi & sudaryanti (2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam menumbuhkan minat investasi di kalangan mahasiswa. Dengan pemahaman yang baik, mahasiswa dapat mengelola keuangan pribadi dan mengenali peluang investasi, termasuk risiko yang menyertainya. Beberapa penelitian telah meneliti hubungan antara literasi keuangan dan minat investasi dalam aset kripto. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Kusuma Dewi et al. (2022), di Bali menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi *Cryptocurrency*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Tedianta (2024), juga mengungkapkan bahwa literasi keuangan secara positif mempengaruhi minat investasi kripto, terutama di kalangan Generasi Z di Jakarta Selatan.

Ekspektasi *return* merujuk pada harapan seorang investor terhadap keuntungan yang akan diperoleh dari suatu investasi dalam periode tertentu. Konsep ini merupakan bagian penting dalam teori investasi, di mana investor cenderung memilih instrumen investasi dengan potensi *return* yang lebih tinggi, meskipun diiringi dengan risiko yang lebih besar (Fama & French, 2004). Dalam konteks *Cryptocurrency*, ekspektasi *return* berperan sebagai pendorong utama bagi investor untuk memasuki pasar yang dikenal volatilitasnya. Minat investasi dalam *Cryptocurrency* sering kali dipengaruhi oleh potensi keuntungan yang dianggap tak terbatas, yang menjadi daya tarik utama, meskipun risiko kerugian yang signifikan juga ada (Baur & Dimpfl, 2020). Menurut penelitian oleh Zohar (2020), menemukan bahwa investor lebih cenderung berinvestasi dalam *Cryptocurrency* jika mereka mengharapkan *return* yang tinggi.

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Influencer, Literasi Keuangan Dan Ekspektasi Return Terhadap Minat Investasi Cryptocurrency Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang”**

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Theory of Planned Behaviour

Menurut Ajzen (2005) *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa sikap terhadap suatu tindakan merupakan faktor krusial dalam mempertimbangkan keputusan seseorang. Namun, selain sikap individu, norma subjektif dan persepsi terhadap kendali atas perilaku juga berperan penting. Niat seseorang untuk berinvestasi cenderung meningkat apabila memiliki pandangan positif terhadap investasi serta mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar. Faktor ini menciptakan persepsi kemudahan dalam berinvestasi, karena minimnya hambatan yang dirasakan. Niat tersebut akan berujung pada tindakan investasi ketika individu memiliki waktu dan kesempatan yang tepat.

Minat Investasi

minat investasi didefinisikan sebagai kecenderungan atau keinginan seseorang untuk mengalokasikan sejumlah dana atau sumber daya dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan. Minat investasi dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengetahuan tentang instrumen investasi, tingkat risiko yang dapat ditoleransi, dan motivasi untuk mencapai tujuan finansial. Penelitian ini menyoroti bahwa minat investasi tidak hanya berkaitan dengan keinginan untuk menanamkan modal, tetapi juga melibatkan pemahaman tentang peluang dan tantangan dalam berinvestasi (Septyanto & Nugroho 2020). Adapun Indikator yang digunakan untuk mengukur minat investasi menurut Adiningtyas & Hakim (2022), meliputi: 1. Ketertarikan, 2. Ambisi, 3. Kepercayaan.

Influencer

Menurut Freberg et al. (2023), *Influencer* didefinisikan sebagai individu yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini, sikap, atau perilaku orang lain melalui konten yang mereka bagikan di platform media sosial. Mereka sering dianggap sebagai pihak yang kredibel dan memiliki otoritas dalam bidang tertentu, sehingga mampu membentuk persepsi audiens mereka. Freberg et al. menekankan bahwa *influencer* tidak hanya sekadar memiliki banyak pengikut, tetapi juga memiliki keterampilan komunikasi yang efektif dan kemampuan untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens mereka. Menurut Hariyanti (2020:143), terdapat beberapa indikator utama yang digunakan untuk menilai peran seorang *influencer*, yaitu: 1. Informasi, 2. Dorongan, 3. Peran, 4. Status.

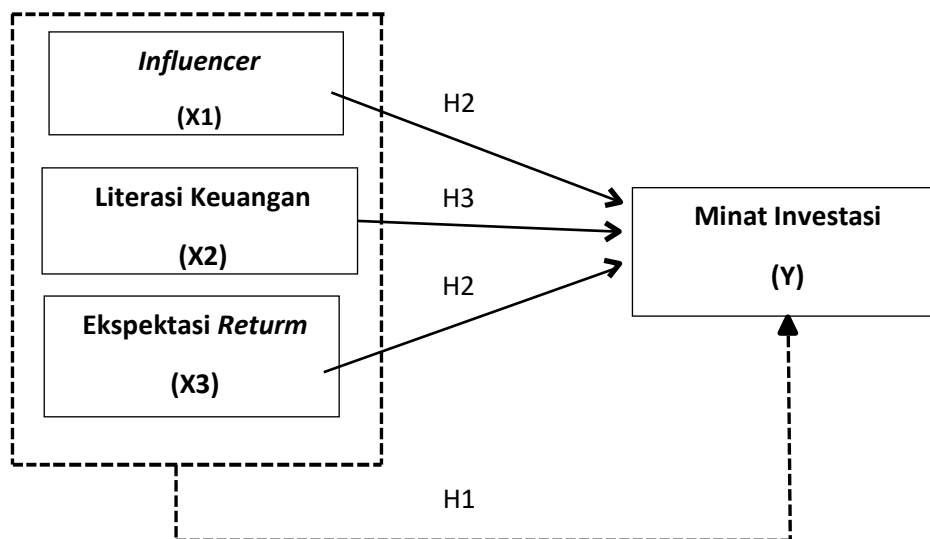
Literasi Keuangan

Menurut Lusardi dan Mitchell (2024), literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memahami dan mengelola keuangan pribadi secara efektif, termasuk pengetahuan tentang konsep dasar keuangan seperti tabungan, investasi, pinjaman, dan pengelolaan risiko. Literasi keuangan juga mencakup keterampilan dalam membuat keputusan keuangan yang tepat untuk mencapai kesejahteraan finansial jangka panjang. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi keuangan dalam menghadapi tantangan ekonomi yang semakin kompleks. Menurut Kumanireng & Utomo (2023) literasi keuangan dapat dibagi menjadi empat indikator utama, yaitu: 1. Pengetahuan Keuangan, 2. Perilaku keuangan, 3. Sikap keuangan.

Ekspektasi Return

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Bodie et al. (2023), ekspektasi *return* merupakan konsep penting dalam keuangan dan investasi yang merujuk pada perkiraan tingkat pengembalian yang diharapkan dari suatu investasi di masa depan. Ekspektasi *return* didefinisikan sebagai rata-rata tertimbang dari semua kemungkinan hasil pengembalian investasi, di mana bobotnya adalah probabilitas terjadinya setiap hasil. Dalam konteks ini, ekspektasi *return* tidak hanya mencerminkan potensi keuntungan tetapi juga mempertimbangkan risiko yang mungkin terjadi. Penelitian ini

menekankan bahwa ekspektasi *return* sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi, terutama dalam portofolio manajemen. Menurut Sukrianingrum & Manda (2020) ekspektasi *return* dapat diukur melalui tiga indikator berikut: 1. Tingkat pengembalian yang di harapkan, 2. Perbandingan dengan alternatif investasi lain, 3. Konsistensi pencapaian *return*.



Gambar 1. Model Penelitian

Peneliti mengajukan hipotesis berikut berdasarkan landasan teori, penelitian sebelumnya, dan kerangka konseptual:

H1 : Influencer, literasi keuangan dan ekspektasi *return* berpengaruh secara simultan terhadap minat investasi cryptocurrency mahasiswa.

H2 : *Influencer* berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi cryptocurrency mahasiswa.

H3 : Literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi mahasiswa.

H4 : Ekspektasi *return* berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi mahasiswa.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji pengaruh *influencer*, literasi keuangan, dan ekspektasi *return* terhadap minat investasi *Cryptocurrency* mahasiswa Universitas Islam Malang. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Malang (UNISMA), yang beralamat di Jl. Mayjen Haryono No.193, Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Waktu penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan dalam rentang waktu 4 bulan, dimulai pada bulan Maret 2025 dan berakhir pada Juni 2025.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang dipilih adalah mahasiswa Universitas Islam Malang. Menurut Sugiyono (2011: 80), populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti lebih lanjut.

Menurut Soenarto (1987: 2), sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih dengan metode tertentu untuk mewakili seluruh karakteristik atau sifat dari kelompok populasi tersebut. Dengan kata lain, sampel adalah representasi yang lebih kecil namun mencerminkan keseluruhan populasi dalam suatu penelitian atau studi. Penelitian ini, menggunakan metode pengambilan sampel yaitu purposive sampling. Menurut Hardani dkk. (2020:368), purposive sampling merupakan teknik

pengambilan sampel yang memiliki karakteristik utama, yaitu pemilihan anggota sampel dilakukan secara khusus dan selektif berdasarkan tujuan atau kebutuhan penelitian.

Dalam penelitian ini, penentuan ukuran sampel dilakukan dengan mengacu pada rumus yang dikemukakan oleh Hair et al. (2006). Menurut pendekatan ini, jumlah sampel yang diperlukan dapat dihitung dengan mengalikan jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian, yaitu 13 indikator, dengan angka 5 atau 10. Dengan demikian, perhitungan sampel yang dibutuhkan adalah 13×10 , yang menghasilkan total 130 sampel. Metode ini dipilih untuk memastikan bahwa jumlah sampel yang diambil cukup representatif dan mampu mencerminkan karakteristik populasi yang diteliti.

Adapun kriteria yang ditetapkan sebagai berikut :

1. Mahasiswa aktif Universitas Islam Malang
2. Mahasiswa Universitas Islam Malang yang pernah mengikuti workshop/seminar investasi *Cryptocurrency*
3. Mahasiswa Universitas Islam Malang yang memiliki pemahaman dasar tentang *Cryptocurrency*

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dapat dikatakan valid apabila semua variabel dalam penelitian memiliki nilai r hitung $>$ r tabel (dengan sig 5%)

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	keterangan
Influencer (X1)	X1.1	0,814	0,1723	Valid
	X1.2	0,812	0,1723	Valid
	X1.3	0,796	0,1723	Valid
	X1.4	0,840	0,1723	Valid
Literasi Keuangan (X2)	X2.1	0,891	0,1723	Valid
	X2.2	0,765	0,1723	Valid
	X2.3	0,763	0,1723	Valid
Ekspektasi Return (X3)	X3.1	0,883	0,1723	Valid
	X3.2	0,756	0,1723	Valid
	X3.3	0,811	0,1723	Valid
Minat Investasi (Y)	Y.1	0,903	0,1723	Valid
	Y.2	0,742	0,1723	Valid
	Y.3	0,786	0,1723	Valid

Sumber data : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.7 seluruh indikator dari semua variabel dalam kuesioner memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,1723). Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

Hasil Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat dipercaya dan konsisten jika pengukuran tersebut diulang, berikut data hasil uji reabilitas.

Tabel 2 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Influencer (X1)	0,738	Reliabel
Literasi keuangan (X2)	0,832	Reliabel
Ekspektasi pelanggan (X3)	0,724	Reliabel
Minat Investasi(Y)	0,747	Reliabel

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas dilakukan berdasarkan item pernyataan pada setiap variabel yang dapat dilihat hasilnya adalah nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0,6 maka item pernyataan dalam penelitian ini dapat dianggap reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji normalitas kolmogorov-smirnov dikarenakan sampel berjumlah lebih dari 50. Dasar pengambilan keputusan yaitu : Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal.

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Tes**

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70969660
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.035
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200c,d

Sumber: data primer yang diolah 2025

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov (Asymp.sig (2-tailed))* untuk minat investasi, influencer, literasi keuangan, dan ekspektasi return memberikan nilai Sig. sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh data minat investasi, influencer, literasi keuangan, dan ekspektasi return terdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan dari uji ini yaitu bila nilai tolerance $>0,1$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas, dan bila nilai VIF lebih kecil dari <10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4 Hasil Uji Multikelinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Influencer</i>	0,988	1.012	Tidak terjadi multikolinearitas
Literasi keuangan	0,983	1.017	Tidak terjadi multikolinearitas
Ekspektasi return	0.993	1.007	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025

Berdasarkan hasil tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel *influencer*, literasi keuangan, dan ekspektasi return memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF memiliki nilai lebih kecil dari 10, maka dapat dikatakan data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik ditandai dengan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan	Variabel
<i>Influencer</i>	0.129	Tidak terjadi heteroskedastisitas	<i>Influencer</i>
Literasi keuangan	0.502	Tidak terjadi heteroskedastisitas	Literasi keuangan
Ekspektasi return	0.143	Tidak terjadi heteroskedastisitas	Ekspektasi return

Sumber: data primer yang diolah 2025

menunjukkan bahwa pengujian heteroskedastisitas ini menggunakan metode uji glejser yang nilainya dilihat dari sig. Pada variabel *influencer*, literasi keuangan, dan ekspektasi return memiliki nilai sig lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka dapat dikatakan data tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda ini digunakan untuk menguji hubungan dari dua variabel atau lebih, berikut data dari hasil uji regresi linier berganda.

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.728	1.376		1.256	.212
	X1	.388	.054	.521	7.247	.000
	X2	.141	.067	.151	2.095	.038
	X3	.175	.067	.187	2.604	.010

a. Dependent Variable: Y

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat dirumuskan persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1.728 + 0,388 X1 + 0,141 X2 + 0,175 X3 + e$$

Dari hasil uji regresi linear berganda di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Y = nilai variabel dependen akan diprediksikan oleh variabel independen. dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat investasi yang nilainya akan diprediksi oleh *influencer*, literasi keuangan, dan ekspektasi *return*.
- Konstanta (α) sebesar 1.728 artinya bahwa ketika skor variabel *influencer*, literasi keuangan, dan ekspektasi *return* dianggap tidak ada atau sama dengan nol, maka minat investasi adalah 1.728.
- $\beta_1 = 0.388$ (positif) dan signifikansi $0,000 < 0,05$ berarti *influencer* memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi yang artinya apabila *influencer* meningkat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, anda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- $\beta_2 = 0,141$ (positif) dan signifikansi $0,038 < 0,05$ berarti literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi yang artinya apabila literasi keuangan meningkat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, anda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- $\beta_3 = 0,175$ (positif) dan signifikansi $0,010 < 0,05$ berarti ekspektasi *return* memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi yang artinya apabila ekspektasi *return* meningkat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, anda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- e = nilai residual atau kemungkinan kesalahan dari model persamaan yang dihasilkan karena adanya kemungkinan variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap minat investasi tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan regresi dari penelitian ini.

Hasil Uji f

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen atau bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	209.702	3	69.901	23.357	.000 ^b
	Residual	377.075	126	2.993		
	Total	586.777	129			
a. Dependent Variable: Minat Investasi(Y)						
b. Predictors: (Constant), literasi return (X2), Influencer (X1),ekspetasi return (X3)						

a. Dependent Variable: Minat Investasi(Y)

b. Predictors: (Constant), literasi return (X2), Influencer (X1),ekspektasi return (X3)

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025

Berdasarkan hasil dari uji kelayakan model (Uji F) Hasil uji koefisien signifikan simultan dan dilihat pada tabel 4.5. Nilai F hitung yang diperoleh 23.357 , sedangkan nilai F tabel sebesar 2,74 dengan tingkat signifikan 0,000 karena tingkat signifikan $< 0,05$, maka model regresi ini dapat dipakai untuk variabel minat investasi. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa variabel *influencer*, literasi keuangan, dan ekspektasi *return* secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap minat investasi, dengan begitu hipotesis H1 dapat diterima.

Hasil Uji t

Uji statistik t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Tabel 8 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.728	1.376	1.256	.212
	X1	.388	.054	.521	.7247
	X2	.141	.067	.151	2.095
	X3	.175	.067	.187	2.604

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer Yang Diolah 2025

Berdasarkan hasil uji signifikansi parameter individual (Uji t) dapat dianalisis sebagai berikut:

- Variabel X1 dapat diidentifikasi melalui uji t yang menunjukkan *influencer* terhadap minat investasi sebesar 7.247 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga H0 ditolak dan H1a diterima, dan dapat disimpulkan bahwa *influencer* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi.
- Variabel X2 dapat diidentifikasi melalui uji t yang menunjukkan literasi keuangan terhadap minat investasi sebesar 2.095 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,038 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga H0 ditolak dan H1a diterima, dan dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi.
- Variabel X3 dapat diidentifikasi melalui uji t yang menunjukkan ekspektasi *return* terhadap minat investasi sebesar 2.604 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,010 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga H0 ditolak dan H1a diterima, dan dapat disimpulkan bahwa ekspektasi *return* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjust R²*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen.

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjust R²*)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.598 ^a	.357	.342	1.72993

a. Predictors: (Constant), Ekspektasi *return*(X3), *Influencer* (X1), literasi keuangan (X2)

Sumber: data primer yang diolah 2025

Berdasarkan Tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R² pada penelitian ini sebesar 0.342 (34.2%), maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel *influencer* (X1), literasi keuangan (X2), dan ekspektasi *return* menerangkan variasi variabel minat investasi (Y) sebesar 34.2% dan sisanya dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak ada dalam penelitian ini sebesar 65.8%.

Pembahasan

Pengaruh *Influencer*, Literasi Keuangan, Dan Ekspektasi *Return* Terhadap Minat Investasi *Cryptocurrency*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, diperoleh bahwa variabel *influencer*, literasi keuangan, dan ekspektasi *return* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency* pada mahasiswa Universitas Islam Malang. Hal ini terlihat dari hasil uji F yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, yang berarti bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu minat investasi. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R²) juga menunjukkan bahwa proporsi varians dalam minat investasi dapat dijelaskan oleh *influencer*, literasi keuangan, dan ekspektasi *return* dalam persentase yang cukup besar. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan

suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku tersebut.

Temuan penelitian ini sejalan dengan beberapa studi terdahulu. Trisnaningsih et al. (2022) menemukan bahwa *influencer* dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin kuat pengaruh dari *influencer* yang kredibel, semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, serta semakin besar ekspektasi return yang dimiliki, maka minat mahasiswa dalam berinvestasi *cryptocurrency* akan meningkat.

Pengaruh *Influencer* Terhadap Minat Investasi *Cryptocurrency*

Hasil analisis dari data variabel *Influencer* berpengaruh signifikan terhadap investasi *cryptocurrency*. Hasil ini didukung pernyataan “Saya lebih percaya pada rekomendasi investasi *Cryptocurrency* dari *influencer* yang memiliki banyak pengikut,” memperoleh nilai rata-rata tertinggi dibandingkan indikator lainnya. yang mencerminkan bahwa status sosial dan popularitas *influencer* memengaruhi tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap investasi. Temuan ini sesuai dengan teori yang didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), bahwa kehadiran *influencer* memiliki peran yang kuat dalam membentuk norma subjektif, karena melalui popularitas dan kredibilitas mereka di media sosial, mereka menjadi referensi sosial yang dipercaya oleh mahasiswa.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Trisnaningsih et al. (2022), yang menunjukkan bahwa *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberadaan *influencer* yang kredibel, edukatif, dan komunikatif dapat menjadi salah satu faktor penting yang mendorong tumbuhnya minat investasi *cryptocurrency*, khususnya di kalangan mahasiswa.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi *Cryptocurrency*

Hasil deskriptif menunjukkan bahwa indikator X2.4, yakni kebiasaan menyisihkan pendapatan untuk diinvestasikan, terutama ke *Cryptocurrency*, memperoleh skor tertinggi dalam variabel literasi keuangan. Hal ini mencerminkan bahwa responden telah menerapkan perilaku keuangan yang sehat secara nyata, bukan hanya sekadar memiliki pengetahuan atau sikap. Temuan ini sesuai dengan teori yang didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), bahwa literasi keuangan berkaitan erat dengan *perceived behavioral control* dan sikap terhadap perilaku. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan yang baik tidak hanya memiliki kemampuan dalam memahami risiko dan manfaat dari investasi, tetapi juga merasa lebih percaya diri dan mampu dalam membuat keputusan finansial.

Sejalan dengan penelitian Harahap et al. (2021), Gede et al. (2022), dan Gunawan et al. (2022), hasil ini menegaskan bahwa literasi keuangan berperan signifikan dalam mendorong minat investasi, termasuk pada aset digital seperti *Cryptocurrency*. Dengan demikian, literasi keuangan terbukti menjadi faktor kunci dalam membentuk minat investasi mahasiswa. Diperlukan peran aktif dari institusi pendidikan, regulator, dan pelaku industri untuk meningkatkan edukasi keuangan guna mencetak generasi investor muda yang bijak dan bertanggung jawab.

Pengaruh Ekspektasi Return Terhadap minat investasi *cryptocurrency*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi return berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency*. Hal ini diperkuat oleh temuan deskriptif pada indikator X3.2 “keyakinan bahwa *cryptocurrency* lebih unggul dibandingkan instrumen investasi lain seperti deposito, emas, atau saham”, dengan skor rata-rata tertinggi sebesar 4,23. Temuan ini menunjukkan adanya kecenderungan generasi muda untuk memilih aset digital karena dianggap lebih menjanjikan dalam hal potensi keuntungan dan kemudahan akses, yang turut dipengaruhi oleh informasi dari media sosial dan tren pasar yang berkembang. Temuan ini sesuai dengan teori yang didasarkan pada *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), bahwa Ekspektasi return secara langsung

memengaruhi sikap terhadap perilaku. Mahasiswa yang meyakini bahwa investasi *cryptocurrency* memiliki potensi imbal hasil yang lebih tinggi dibandingkan instrumen lain akan mengembangkan sikap positif terhadap aktivitas investasi tersebut.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Bustami et al. (2021), Gede et al. (2022), serta Febriyana dan Hwihanus (2023), yang menegaskan bahwa ekspektasi return merupakan salah satu faktor utama yang membentuk minat investasi mahasiswa.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Simpulan

Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh influencer, literasi keuangan, dan ekspektasi return terhadap minat investasi *cryptocurrency*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut influencer, literasi keuangan, dan ekspektasi return secara simultan memiliki dampak yang signifikan terhadap minat investasi *cryptocurrency*. Secara parsial, variabel influencer menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap minat investasi *cryptocurrency*. Hal yang sama juga berlaku pada variabel literasi keuangan, yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi tersebut. Selain itu, ekspektasi return juga terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap minat individu dalam berinvestasi pada *cryptocurrency*.

Saran

Mahasiswa diharapkan untuk tidak hanya bergantung pada informasi yang disampaikan oleh influencer dalam mengambil keputusan investasi, melainkan juga meningkatkan literasi keuangan mereka secara mandiri melalui pelatihan, seminar, atau membaca sumber-sumber yang kredibel. Hal ini penting agar keputusan investasi yang diambil lebih logis dan tidak semata-mata berdasarkan ekspektasi return yang tinggi. Sementara itu, influencer yang aktif di bidang keuangan digital perlu menyajikan konten yang edukatif dan transparan terkait risiko serta potensi keuntungan dari investasi *Cryptocurrency*. Dengan menyajikan konten berbasis data dan pengalaman nyata, influencer dapat berperan sebagai agen edukasi yang bertanggung jawab, bukan sekadar promotor. Adapun bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti efikasi diri keuangan, persepsi risiko, atau kemudahan akses teknologi sebagai faktor yang turut memengaruhi minat investasi *Cryptocurrency*. Selain itu, cakupan responden juga dapat diperluas ke universitas lain agar hasil penelitian menjadi lebih generalis dan dapat dibandingkan secara lintas institusi.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa keterbatasan yaitu sebagai berikut :

1. Terbatas pada responden mahasiswa Universitas Islam Malang, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan secara luas ke seluruh populasi mahasiswa di Indonesia atau institusi pendidikan lainnya dengan karakteristik berbeda.
2. Variabel yang dianalisis hanya terbatas pada *influencer*, literasi keuangan, dan ekspektasi return. Masih terdapat variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat investasi namun tidak diteliti, seperti risiko investasi, pengalaman pribadi, atau pengaruh keluarga.
3. Waktu pelaksanaan penelitian yang terbatas, yaitu hanya dalam rentang empat bulan, dapat memengaruhi akurasi dan kedalaman pengumpulan data.

Referensi

Abidin, C. (2023). "Influencers and Perceived Interconnectedness: Exploring the Role of Influencers in Digital Marketing." *Journal of Marketing Communications*, 22(2), 236-249.

- Adiningtyas, S., & Hakim, L. (2022). Pengaruh pengetahuan investasi, motivasi, dan uang saku terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah dengan risiko investasi sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 474-482.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior* (2nd ed.). Open University Press
- Ao, X., Liu, Y., & Zhang, W. (2023). *Influencer marketing and investment decisions: A meta-analysis of social media impact*. *Journal of Digital Finance*, 12(3), 245-267.
- Auer, R., & Claessens, S. (2020). *Cryptocurrencies and Financial Stability Risks*. BIS Quarterly Review, September 2020.
- Baur, D. G., & Dimpfl, T. (2020). *Volatility of Cryptocurrency Returns and Expectations*. *Finance Research Letters*, 30, 55–63.
- Bastomi, M., & Nurhidayah, N. (2023). Faktor Penentu Minat Investasi di Pasar Modal Syariah: Studi Pada Generasi Z Kota Malang. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 7(2), 185-196.
- Bastomi, M., & Sudaryanti, D. (2024). The influence of islamic capital market literacy toward intention to invest in islamic capital market: Does risk perception mediate the relationship?. *Journal of Accounting and Investment*, 25(1), 1-24.
- Berliana, D., & Widjaja, A. (2022). *Theory of Planned Behavior dan Aplikasinya dalam Keputusan Investasi*. *Jurnal Psikologi Ekonomi*, 7(1), 45–52.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. J. (2023). *Investments* (12th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Buterin, V. (2014). *A Next-Generation Smart Contract and Decentralized Application Platform*. Ethereum White Paper.
- Chen, Y., Wang, X., & Lin, S. (2024). *Social Media Influencers and Financial Decision Making in the Digital Age*. *Journal of Behavioral Finance*, 25(1), 17–29.
- CoinGecko. (2023). *Cryptocurrency Market Capitalization 2023 Report*. Retrieved from <https://www.coingecko.com>.
- CoinMarketCap. (2023). *Global Cryptocurrency Market Overview*. Retrieved from <https://coinmarketcap.com>.
- Elton, E. J., Gruber, M. J., Brown, S. J., & Goetzmann, W. N. (2022). *Modern Portfolio Theory and Investment Analysis* (10th ed.). Hoboken: Wiley.
- Fama, E. F., & French, K. R. (2004). *The Capital Asset Pricing Model: Theory and Evidence*. *Journal of Economic Perspectives*, 18(3), 25–46.
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2023). *Who Are the Social Media Influencers? A Study of Public Perceptions*. *Public Relations Review*, 39(1), 1–8.
- Gunawan, A., & Sari, R. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Mahasiswa*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(3), 214–222.
- Hariyanti, R. (2020). *Strategi Pemasaran Influencer di Era Digital*. Bandung: Alfabeta.
- IMF. (2021). *The Rise of Crypto Assets: Implications for Financial Systems*. International Monetary Fund Report.
- Kumanireng, G., & Utomo, R. (2023). *Financial Literacy Among Indonesian Students: A Quantitative Study*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 15(1), 33–47.
- Kusuma Dewi, A., et al. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Kripto di Bali*. *Jurnal Ekonomi Digital*, 10(1), 13–22.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2024). *Financial Literacy and Retirement Planning*. NBER Working Paper No. 28584.

Raihan Zaki Al Majdi *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Budi Wahono **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Mohamad Bastomi ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma