

Pengaruh Kualitas Informasi dan Pengalaman Investasi Terhadap Niat Investasi Kripto

Muazila Norisnita¹, Ifta Almazah Suhaya^{2,*}

¹Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Raya Rungkut Madya, Gunung Anyar, Surabaya, Indonesia

²Jurusan Administrasi Niaga, Program Studi Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif dan Pameran (MICE), Politeknik Negeri Jakarta

Universitas Indonesia, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Beji, Depok City, West Java 16425 Indonesia

Email: ¹muazila.norisnita.fisip@upnjatim.ac.id, ^{2,*}ifta.almazahsuhaya@lecturer.pnj.ac.id

Email Penulis Korespondensi: muazila.norisnita.fisip@upnjatim.ac.id

Submitted: 08/09/2025; Accepted: 24/10/2025; Published: 24/10/2025

Abstrak—Penelitian ini dilakukan untuk identifikasi pengaruh Kualitas Informasi serta Pengalaman Investasi pada Niat Investasi Kripto. Laju perkembangan teknologi dan proses digitalisasi telah mendorong transformasi signifikan dalam sektor keuangan, khususnya pada munculnya instrumen investasi modern seperti Investasi Kripto. Peningkatan jumlah investor di Indonesia menunjukkan pentingnya memahami faktor-faktor psikologis dan informasional yang memengaruhi keputusan individu dalam melakukan investasi kripto. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, peneliti menggunakan kuesioner yang disebarkan pada 354 responden domisili Kota Surabaya yang memiliki pengalaman berinvestasi. Analisis regresi linear berganda digunakan pada penelitian ini yang dibantu oleh aplikasi perangkat lunak SPSS versi 25. Penelitian ini teridentifikasi bahwa Kualitas Informasi dan Pengalaman Investasi memberikan pengaruh positif serta signifikan pada Niat Investasi Kripto. Artinya, Tingkat kualitas informasi serta pengalaman investasi memberikan dampak positif pada niat individu untuk melakukan investasi aset kripto. Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients* (Beta), variabel Kualitas Informasi memiliki pengaruh sebesar 0,150, sedangkan variabel Pengalaman Investasi memiliki pengaruh lebih tinggi yaitu 0,592, maka Pengalaman Investasi memiliki peranan yang lebih dominan dibandingkan Kualitas Informasi dalam membentuk niat investasi kripto. Temuan ini mempertegas bahwa pengalaman praktis dalam melakukan investasi memberikan kontribusi yang lebih kuat terhadap niat individu dibandingkan hanya bergantung pada kualitas informasi yang tersedia. Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkaya literatur terkait perilaku investasi di era digital, sementara secara praktis dapat menjadi masukan bagi pelaku industri keuangan dan platform aset digital dalam meningkatkan edukasi serta pengalaman pengguna untuk mendorong minat investasi yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Niat Investasi Kripto; Kualitas Informasi; Pengalaman Investasi

Abstract—This study was conducted to identify the influence of Information Quality and Investment Experience on Cryptocurrency Investment Intention. The rapid development of technology and digitalization processes has driven significant transformations in the financial sector, particularly with the emergence of modern investment instruments such as crypto assets. The increasing number of investors in Indonesia highlights the importance of understanding the psychological and informational factors that influence individuals' decisions to invest in cryptocurrencies. A quantitative method was employed in this study. Furthermore, the researcher distributed questionnaires to 354 respondents residing in Surabaya City who had prior investment experience. A multiple linear regression technique was applied with the assistance of SPSS version 25 software. The findings indicate that Information Quality and Investment Experience have a positive and significant influence on Cryptocurrency Investment Intention. This means that higher levels of information quality and investment experience positively affect individuals' intentions to invest in crypto assets. Based on the Standardized Coefficients (Beta) values, the Information Quality variable shows an influence of 0.150, while the Investment Experience variable has a higher influence of 0.592, thus, Investment Experience plays a more dominant role compared to Information Quality in shaping cryptocurrency investment intention. The findings emphasize that practical experience in investing contributes more strongly to individuals' intentions than merely relying on the quality of available information. Theoretically, this research enriches the literature on investment behavior in the digital era, while practically, it provides insights for financial industry players and digital asset platforms to enhance user education and experience, thereby promoting healthier and more sustainable investment intentions.

Keywords: Cryptocurrency Investment Intention; Information Quality; Investment Experience

1. PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah melahirkan berbagai instrumen keuangan baru, salah satunya adalah aset kripto. Meskipun aset kripto tergolong sebagai instrumen investasi dengan tingkat risiko yang tinggi karena volatilitas harganya yang ekstrem dan ketidakpastian regulasi, popularitasnya terus meningkat secara global. Aset digital ini kini tidak hanya diminati oleh investor individu, tetapi juga oleh lembaga keuangan yang mulai mengintegrasikan kripto ke dalam portofolio investasinya. Fenomena tersebut mencerminkan adanya pergeseran paradigma yang signifikan dibandingkan kondisi awal kemunculannya, ketika mata uang kripto hanya dikenal di kalangan komunitas teknologi dan investor spekulatif. Saat ini, aset kripto telah berevolusi menjadi kelas aset investasi baru yang diakui secara internasional, dengan kapitalisasi pasar mencapai triliunan dolar AS, menandakan penerimaan yang semakin luas terhadap kripto sebagai bagian dari sistem keuangan global (R. & Aithal, 2022).

Di Indonesia, adopsi dan pertumbuhan pasar aset kripto menunjukkan dinamika yang signifikan dan menarik untuk dikaji lebih mendalam (Hadiyantina et al., 2024). Hal tersebut dibuktikan karena adanya peningkatan jumlah investor aset kripto (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (2024)). Tren ini tercermin melalui pertumbuhan jumlah pelanggan atau pengguna aktif dalam ekosistem perdagangan aset digital, yang menunjukkan semakin tingginya tingkat

partisipasi masyarakat terhadap investasi berbasis teknologi tersebut. Lonjakan ini mencerminkan meningkatnya kepercayaan publik terhadap pasar kripto di Indonesia serta menandakan bahwa aset digital mulai berperan penting dalam dinamika investasi nasional. Berdasarkan laporan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (2024), ekosistem kripto berhasil menarik jutaan investor baru dalam kurun waktu singkat. Pada tahun 2021, jumlah pelanggan aset kripto tercatat 11.203.758, namun angka ini melonjak drastis hingga menyentuh 22.114.727 pada tahun 2024. Peningkatan jumlah investor tersebut, yang mencapai hampir dua kali lipat atau sekitar 97,45%, menjadi indikator nyata atas transformasi signifikan dalam perilaku investasi masyarakat Indonesia. Data ini menunjukkan bahwa aset digital telah berkembang menjadi bagian integral dari ekosistem investasi nasional, bukan lagi sekadar tren sementara. Pertumbuhan ini juga mencerminkan semakin luasnya penerimaan publik terhadap aset kripto sebagai instrumen investasi yang sah dan potensial di era ekonomi digital (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, 2024).

Nilai transaksi juga menjadi indikator penting yang merefleksikan aktivitas substansial di pasar ini selain meningkatnya jumlah investor. Volume perdagangan yang tinggi mencerminkan likuiditas yang kuat dan kepercayaan para pelaku pasar terhadap aset digital yang diperdagangkan. Di Indonesia, Laporan Kementerian Perdagangan mencatat bahwa adanya inflasi dari tahun 2020 hingga 2021 yaitu sebesar Rp64,9 triliun hingga Rp859,4 triliun. Apabila dipresentasikan peningkatan tersebut mencapai 1224%. Peningkatan ini menunjukkan antusiasme masyarakat yang tinggi terhadap investasi aset digital (R. & Aithal, 2022). Namun, dinamika pasar juga menunjukkan fluktuasi yang perlu diperhatikan. Meskipun jumlah investor terus bertambah, nilai transaksi pada awal tahun 2025 menunjukkan tren penurunan (Dewi et al., 2023). Transaksi kripto tercatat menurun dari Rp44,07 triliun pada Januari 2025 menjadi Rp32,78 triliun pada Februari 2025, dan terus turun ke angka Rp32,45 triliun pada Maret 2025 (Dewi et al., 2023). Penurunan ini mengindikasikan adanya pergeseran perilaku investor. Kenaikan jumlah investor yang masif, terutama dari kalangan muda, tidak selalu sejalan dengan volume transaksi yang tinggi. Fenomena ini sebagian besar dipengaruhi oleh sentimen pasar global. Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap tren ini adalah pergeseran sentimen pasar global, di mana indeks "*fear and greed*" bergeser ke arah "*fear*" yang menyebabkan investor cenderung menahan aset mereka (*holding*) daripada melakukan perdagangan aktif. Fenomena ini menunjukkan bahwa niat untuk berinvestasi (*investment intention*) dari investor baru, yang mayoritas adalah generasi muda, mungkin tidak serta merta diterjemahkan menjadi aktivitas transaksi yang tinggi (Dewi et al., 2023). Dalam hal memberikan gambaran yang lebih terstruktur mengenai pertumbuhan pasar aset kripto di Indonesia, berikut adalah rekapitulasi data pertumbuhan nilai transaksi aset kripto dan investor di Indonesia dari tahun 2021-2024 berdasarkan data dari Laporan Kinerja Bappebti

Tabel 1. Data Pertumbuhan Nilai Transaksi Aset Kripto dan Investor di Indonesia (2021-2025)

Periode	Jumlah Investor (Juta)	Nilai Transaksi (Triliun Rupiah)
2021	11.203.758	859,45
2022	16.269.190	296,65
2023	18.249.121	149,25
2024	22.114.727	650,61

Sumber : Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi (2024), (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi, 2025)

Berdasarkan Tabel 1, data pertumbuhan nilai transaksi aset kripto dan investor di Indonesia diketahui bahwa nilai transaksi mengalami tren yang fluktuatif sedangkan jumlah investor yang terus meningkat. Maka dari itu Pemerintah Indonesia, melalui Bappebti, telah memberikan landasan hukum yang kuat bagi industri ini. Regulasi seperti Peraturan Bappebti Nomor 7 Tahun 2020 telah menetapkan 229 jenis aset kripto yang dapat diperdagangkan dan mengatur persyaratan ketat bagi pedagang fisik aset kripto. Peraturan ini mencakup kewajiban sertifikasi sistem perdagangan dengan standar keamanan internasional seperti ISO 27001 dan penempatan server di dalam negeri. Selain itu, pada 5 Agustus 2025, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mengeluarkan Peraturan DJP Nomor PER-15/PJ/2025 untuk mengatur kriteria bagi platform perdagangan kripto yang dapat mengumpulkan Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 22. Kebijakan ini secara langsung meningkatkan legitimasi dan keamanan pasar kripto, yang merupakan komponen vital dari kualitas informasi yang tersedia bagi investor, sesuai dengan dimensi Kualitas Informasi yang diusulkan oleh DeLone dan McLean. Selain itu, adanya perpindahan pengawasan Bappebti ke OJK yang dimulai pada Januari 2025 semakin menegaskan pengakuan negara terhadap aset kripto sebagai instrumen keuangan yang matang (Friederich et al., 2024).

Salah satu kota metropolitan di Indonesia adalah Kota Surabaya. Kota tersebut memiliki penduduk terbesar kedua setelah Kota Jakarta dengan jumlah penduduk sekitar 3,04 juta jiwa pada tahun 2025 (Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pemerintah Kota Surabaya, 2022). Karena hal tersebut, Kota Surabaya aktif dalam berbagai kegiatan, seperti kegiatan ekonomi, perdagangan, dan pendidikan di wilayah timur Indonesia, Surabaya memiliki struktur demografis yang sangat potensial dalam mendukung aktivitas ekonomi modern. Komposisi penduduknya didominasi oleh kelompok usia produktif, yang menjadi pendorong utama dinamika sosial dan ekonomi kota. Berdasarkan data dari (Badan Pusat Statistik, 2024) sekitar 78,5% penduduk Surabaya berusia di atas 14 tahun, yang berarti sebagian besar masyarakatnya telah memiliki kemampuan hukum dan kapasitas ekonomi untuk melakukan aktivitas investasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa Surabaya memiliki basis investor potensial yang kuat, baik dalam bentuk investasi konvensional maupun digital, termasuk aset kripto. Mengingat pertumbuhan investor yang pesat (Hadiyantina et al., 2024), dinamika

transaksi yang fluktuatif, serta dominasi investor muda di pasar ini (R. & Aithal, 2022), menjadi sangat penting untuk memahami faktor-faktor fundamental yang mendorong niat mereka untuk berinvestasi.

Penelitian sebelumnya telah berupaya mengidentifikasi berbagai faktor yang mendorong individu untuk berinvestasi dalam aset kripto. Namun, masih terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan, khususnya dalam mengkaji secara mendalam peran dua variabel kunci, Kualitas Informasi (Kualitas Informasi) dan Pengalaman Investasi (*Investment Experience*) terhadap niat investasi individu. Kualitas Informasi adalah informasi lengkap, akurat, berguna, jelas, serta dapat diandalkan. Ketika memiliki informasi berkualitas tinggi membantu individu dalam pengambilan keputusan dan meningkatkan niat untuk berinvestasi. Beberapa studi terdahulu mendukung apabila informasi yang berkualitas juga memberi pengaruh pada niat individu. Menurut Sun et al. (2023), mendukung apabila niat dan keputusan seseorang untuk membeli didukung oleh kualitas suatu informasi yang mereka dapatkan. Selain itu, Wirani et al. (2020) berpendapat apabila kualitas suatu informasi yang tinggi dapat membantu produsen atau perusahaan mendapatkan citra positif. Meskipun demikian, terdapat tantangan di Indonesia di mana berdasarkan Indeks Literasi Digital Nasional 2023, masyarakat Indonesia memiliki skor yang rendah (3,54 dari 5). Lebih lanjut, diketahui bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia masih kurang dalam praktik verifikasi informasi digital. Sebanyak 28% responden tidak pernah melakukan cek fakta dan 28% lainnya tidak pernah membandingkan sumber berita *online*. Selain itu, 16% responden membutuhkan bantuan untuk melakukan cek fakta, sementara 14% lainnya memerlukan bantuan untuk membandingkan sumber informasi (Zahra, 2023). Hal ini diperparah dengan tingginya paparan berita hoaks sehingga kualitas informasi yang buruk memberikan dampak negatif sehingga banyak individu yang kurang mengambil keputusan dengan bijak. Selain itu, informasi terkait volatilitas dan risiko investasi kripto juga dapat menghambat kepercayaan dan niat investasi.

Pengalaman Investasi didefinisikan sebagai segala aktivitas investasi yang pernah dilakukan individu pada aset atau produk keuangan. Pengalaman ini memengaruhi niat berinvestasi dan dapat mempermudah investor dalam mengelola informasi serta menganalisis jenis investasi baru seperti investasi kripto. Berbagai studi menunjukkan inkonsistensi yang berbeda terkait hasil penelitian. Beberapa studi terdahulu, Albayati et al. (2020) serta Zhao & Zhang (2021) menemukan apabila niat individu untuk berinvestasi dalam Investasi Kripto dipengaruhi oleh pengalaman seseorang dalam melakukan investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa investor yang handal mengelola portofolio investasinya, memiliki kecenderungan tingkat risiko serta kepercayaan diri yang jauh lebih tinggi. Studi oleh Xi et al. (2020) mengungkapkan apabila keputusan individu untuk melakukan investasi ternyata tidak dipengaruhi oleh pengalaman individu tersebut atau rekan lainnya dalam berinvestasi. Perbedaan hasil ini dapat dijelaskan oleh kecenderungan investor berpengalaman yang lebih rasional dan berhati-hati dalam menganalisis instrumen keuangan, sehingga mereka cenderung memilih alternatif investasi yang lebih stabil dan terukur dibandingkan dengan aset kripto yang memiliki volatilitas tinggi. Dengan demikian, pengalaman investasi dapat berperan ganda baik sebagai faktor pendorong maupun penghambat tergantung pada persepsi risiko dan preferensi individu terhadap aset digital.

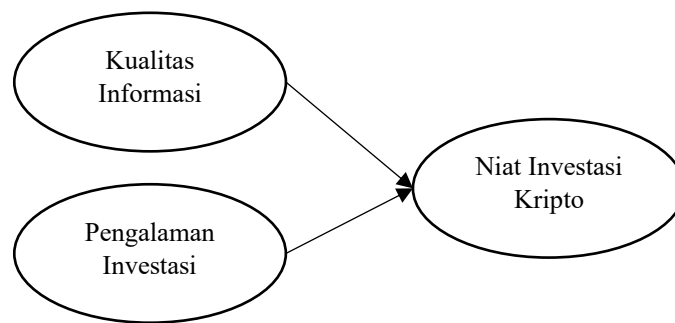
Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melakukan analisis secara mendalam pengaruh Kualitas Informasi serta Pengalaman Investasi pada Niat Investasi Kripto, khususnya kepada masyarakat di Kota Surabaya. Penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab kesenjangan riset mengenai sejauh mana kualitas informasi yang tersedia dan pengalaman investasi yang dimiliki individu dapat memengaruhi minat mereka dalam melakukan investasi pada aset kripto. Harapannya, studi ini tidak hanya memiliki berkontribusi untuk akademisi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat investasi kripto, tetapi juga menyajikan implikasi praktis bagi regulator, pelaku industri, dan investor dalam mengidentifikasi serta memahami faktor-faktor fundamental yang mendorong keterlibatan masyarakat dalam pasar aset digital.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Metode kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data-data numerik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan pengujian hipotesis secara empiris guna mengetahui hubungan sebab-akibat antar variabel, yaitu pengaruh Kualitas Informasi dan Pengalaman Investasi terhadap Niat Investasi Kripto. Metode yang digunakan termasuk dalam kategori *explanatory research*, karena tujuan utama penelitian ini adalah untuk menjelaskan serta membuktikan keterkaitan dan pengaruh antar variabel penelitian secara sistematis. Peneliti melakukan observasi lapangan (*field research*) yaitu mencari responden dengan menyebarkan kuesioner kepada responden terpilih. Tentunya, isi kuesioner disusun oleh peneliti secara terstruktur, berisi daftar pertanyaan dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya. Penelitian ini bersifat *cross-sectional*, di mana pengumpulan data dilakukan dalam satu periode waktu, yaitu pada tahun 2025. Sumber data utama berasal dari data primer, yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 354 responden. Adapun kriteria responden yang ditetapkan mencakup masyarakat yang memiliki pengalaman berinvestasi, berusia minimal 17 tahun, dan berdomisili di Kota Surabaya. Untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat responden, digunakan skala Likert.

Perangkat lunak SPSS versi 2025 digunakan untuk menganalisis data yang terkumpul. Penelitian yang dilakukan untuk melihat pengaruh Kualitas Informasi dan Pengalaman Investasi pada Niat Investasi Kripto menggunakan Teknik regresi linear berganda. Terdapat juga pengujian statistik deskriptif dan inferensial. Sebelum pengujian hipotesis, data akan dilakukan uji validitasnya dan reabilitasnya terlebih dahulu untuk memastikan konsistensi dan keandalan data.



Gambar 1. Desain Penelitian

Berdasarkan Gambar 1 Desain Penelitian, dapat dirumuskan Hipotesis Penelitian sebagai berikut:

H1 = Kualitas Informasi berpengaruh positif pada Niat Investasi Kripto

H2 = Pengalaman Investasi berpengaruh positif pada Niat Investasi Kripto

Dalam menganalisis niat berinvestasi aset kripto, penelitian ini berlandaskan pada kerangka teoretis yang telah teruji dalam studi *Information Adoption Model* (IAM) dan *Financial Behavior*. Berdasarkan penelitian Yonita & Budiono (2020), *Information Adoption Model* (IAM) merupakan model yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana individu memproses, menilai, dan mengadopsi informasi, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi niat serta perilaku mereka dalam konteks platform komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Model IAM dikembangkan berdasarkan penggabungan konsep dari *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *dual process model of informational influence*, salah satunya yaitu *Elaboration Likelihood Model* (ELM). IAM memiliki empat komponen yang terdiri dari kualitas argumen, kredibilitas sumber, kegunaan informasi, dan adopsi informasi, yang secara terpadu menjelaskan mekanisme pengaruh informasi terhadap penerimaan dan perilaku individu dalam lingkungan digital (Yonita & Budiono, 2020). Sementara itu, menurut Suriani (2022), *Financial Behavior* merupakan bidang kajian yang menelaah bagaimana individu bereaksi, menilai, merespons serta memanfaatkan informasi keuangan suatu acuan untuk memutuskan dalam bidang investasi. Perilaku seseorang dalam aspek keuangan memiliki tujuan yaitu mencapai tingkat pengembalian investasi yang optimal dengan tetap memperhatikan risiko yang menyertainya. Sikap dan tindakan individu berperan penting dalam membentuk keputusan investasi yang rasional. Namun, dalam praktiknya, emosi dan kondisi psikologis sering kali memengaruhi proses pengambilan keputusan, sehingga menyebabkan individu bertindak secara irasional dalam konteks keuangan maupun investasi (Suriani, 2022).

2.1.1 Niat Investasi Kripto

Niat berinvestasi didefinisikan sebagai keputusan atau kebijakan yang diambil oleh individu untuk mengalokasikan pendapatan ke dalam suatu instrumen investasi dengan ekspektasi akan mendapatkan keuntungan di masa depan (Jiang et al., 2021). Dalam konteks aset kripto, niat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk literasi keuangan digital dan pengalaman investasi. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa investor kripto, yang sebagian besar adalah generasi muda, memiliki profil risiko yang cenderung moderat (*loss-averse*). Namun, mereka memiliki niat yang tinggi untuk berinvestasi pada produk keuangan berisiko tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa profil risiko yang dipersepsikan tidak sepenuhnya menghalangi niat untuk berinvestasi di pasar yang sangat fluktuatif.

2.1.2 Kualitas Informasi

Kualitas informasi merupakan konsep yang menggambarkan sejauh mana informasi yang diterima oleh individu memiliki tingkat akurasi, relevansi, kelengkapan, serta keandalan yang tinggi sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang efektif. Dalam model kesuksesan sistem informasi yang dikembangkan oleh DeLone dan McLean, kualitas informasi dianggap sebagai salah satu dimensi kunci yang menentukan tingkat keberhasilan suatu sistem informasi. Dimensi ini mencakup beberapa aspek penting, yaitu kelengkapan (*completeness*), kemudahan pemahaman (*ease of understanding*), personalisasi (*personalization*), relevansi (*relevance*), dan keamanan informasi (*security*). Kelima aspek tersebut berperan penting dalam memastikan bahwa informasi yang disajikan tidak hanya benar secara faktual, tetapi juga mudah dipahami, sesuai dengan kebutuhan pengguna, serta terlindungi dari risiko penyalahgunaan data. Dalam pasar aset kripto, kualitas informasi memiliki peran penting karena dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan investor. Sebuah studi yang relevan menunjukkan bahwa ketergantungan pada media dan jejaring sosial secara signifikan meningkatkan investasi dan niat berinvestasi aset kripto. Sebaliknya, ketergantungan pada penasihat keuangan justru berkorelasi dengan penurunan niat berinvestasi. Hal ini mengindikasikan adanya kontradiksi dalam perilaku investor, mereka lebih memilih sumber informasi yang seringkali tidak terverifikasi dan rentan terhadap distorsi, dibandingkan dengan sumber informasi yang lebih profesional dan andal. Perilaku ini dapat memicu fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), di mana investor membuat keputusan impulsif karena melihat pergerakan pasar yang cepat di media sosial. Dengan demikian, kualitas informasi yang memicu respons emosional mungkin memiliki dampak yang lebih besar daripada kualitas informasi objektif, yang menunjukkan bahwa relevansi emosional dapat menjadi lebih dominan daripada akurasi atau kelengkapan.

2.1.3 Pengalaman Investasi

Pengalaman investasi dapat diartikan sebagai pengetahuan, keterampilan, serta pemahaman yang diperoleh individu melalui keterlibatannya secara langsung dalam aktivitas pasar keuangan. Pengalaman ini terbentuk dari proses pengambilan keputusan, pengelolaan risiko, serta evaluasi terhadap hasil investasi yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu. Investor yang memiliki pengalaman lebih luas umumnya mampu menganalisis peluang dan risiko investasi dengan lebih baik, serta menunjukkan tingkat kepercayaan diri dan toleransi risiko yang lebih tinggi dibandingkan dengan investor pemula. Sejalan pada hal tersebut, berbagai temuan riset sebelumnya mengemukakan bahwa pengalaman investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, karena pelaku pasar yang berpengalaman menunjukkan lebih rasional serta strategis dalam menentukan instrumen investasi yang dipilih. Pengalaman memungkinkan investor untuk lebih memahami risiko yang terkait dengan aset yang mereka beli (Qi et al., 2025). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa pengalaman tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga dapat meningkatkan tingkat *overconfidence* atau kepercayaan diri berlebihan pada investor. Investor yang berpengalaman cenderung merasa memiliki kemampuan penilaian yang superior dan oleh karena itu, lebih berani mengambil risiko tinggi, termasuk berinvestasi pada aset kripto (Qi et al., 2025). Pengalaman Investasi membentuk sebuah rantai kausalitas yang kompleks, peningkatan pengalaman menyebabkan peningkatan pengetahuan, yang pada gilirannya meningkatkan *overconfidence*, dan akhirnya mendorong investor untuk mengambil keputusan investasi yang lebih berisiko. Ini menantang pandangan tradisional bahwa pengalaman selalu mengarah pada kehati-hatian. Untuk memetakan secara sistematis temuan-temuan dari literatur yang relevan, berikut adalah tabel yang merangkum hasil penelitian terdahulu.

2.2 Analisis Data

Teknik yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Sebelum melakukan uji hipotesis pada teknik tersebut, peneliti melakukan pengecekan validitas instrumen penelitian. Hal bertujuan untuk melihat kualitas instrument terhadap objek yang akan diteliti. Untuk menilai tingkat validitas, penelitian ini menggunakan Uji *Product Moment Pearson Correlation*. Uji ini dianggap valid apabila, nilai *r* hitung lebih besar sama dengan dari *r* tabel serta memiliki nilai positif (Darma, 2021). Untuk menilai konsistensi dalam instrumen penelitian, peneliti menggunakan uji reliabilitas. Konsistensi yang dimaksud adalah instrumen penelitian adalah dapat memberikan hasil yang tetap atau stabil ketika penggunaan dilakukan secara berulang. Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, yang berfungsi mengukur tingkat konsistensi internal dari item-item dalam suatu variabel (Darma, 2021). Pengambilan keputusan menggunakan *Cronbach's Alpha* adalah ketika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.6 ($\alpha > 0,6$) maka variabel dikatakan reliabel dan sebaliknya.

Statistik deskriptif digunakan untuk menyajikan uraian singkat tentang data penelitian dengan menghitung ukuran-ukuran statistik dasar, seperti rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), nilai yang paling sering muncul (*modus*), rentang (*range*), serta nilai maksimum dan minimum. Analisis ini berfungsi untuk mengklasifikasikan data ke dalam kelompok yang lebih sederhana, sehingga memudahkan peneliti maupun pembaca dalam memahami karakteristik data yang dikumpulkan. Hasil analisis deskriptif dapat disajikan dalam berbagai bentuk visualisasi, seperti tabel distribusi frekuensi, persentase, diagram, grafik, maupun chart, yang membantu dalam menyederhanakan serta memperjelas interpretasi data penelitian. Pada analisis statistik deskriptif, peneliti membuat batasan penelitian untuk menghitung rata-rata skala nilai penelitian. Data dari hasil kuesioner akan dikategorikan dan dikelompokkan berdasarkan jawaban responden. Berikut adalah rumus dalam menentukan batasan kelas:

$$RS = \frac{(m-n)}{b} \quad (1)$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala
m = Nilai Tertinggi
n = Nilai Terendah
b = Jumlah Kelas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Salah satu fase penting dalam proses penelitian adalah uji validitas, yang bertujuan untuk menilai kemampuan alat penelitian untuk mengukur variabel yang seharusnya diukur. Tahap ini menjadi sangat penting terutama ketika data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, karena keakuratan hasil penelitian sangat bergantung pada kualitas item pertanyaan yang digunakan. Untuk mengetahui hubungan antara skor setiap item dengan skor total variabel, metode *Pearson Product Moment Correlation* digunakan. Nilai koefisien korelasi (*r*) yang dihasilkan dari analisis tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai *r* tabel sebagai dasar pengambilan keputusan. Kriteria penilaian ditetapkan sebagai berikut: apabila *r* hitung $\geq$ *r* tabel dan bernilai positif, maka butir pernyataan dinyatakan valid, karena menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan searah antara item dan total skor. Sebaliknya, Jika *r* hitung kurang dari *r* tabel dan bernilai negatif, maka butir pernyataan tidak valid karena item tersebut tidak dapat menunjukkan konstruk yang diukur (Darma,

2021). Dengan 354 responden dan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), nilai r tabel yang digunakan sebagai acuan adalah 0,104. Oleh karena itu, semua item dengan nilai r hitung lebih dari 0,104 dianggap memenuhi kriteria validitas. Sebaliknya, item dengan nilai r hitung kurang dari 0,104 harus dipertimbangkan untuk direvisi atau dieliminasi dari instrumen penelitian. Hasil output validitas untuk setiap item instrumen penelitian ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 3. Output Validitas

Item	r hitung	Sig.	r tabel	Keterangan
Kualitas Informasi				
Informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi yang relevan	0.862	0.000	0.104	Valid
Informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi yang berguna dan bermanfaat	0.889	0.000	0.104	Valid
Informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi yang akurat	0.910	0.000	0.104	Valid
Informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi dengan benar	0.908	0.000	0.104	Valid
Informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi yang update	0.870	0.000	0.104	Valid
Pengalaman Investasi				
Saya memiliki pengalaman yang baik dan pengetahuan yang memadai untuk melakukan investasi pada Investasi Kripto	0.908	0.000	0.104	Valid
Saya memiliki pengalaman yang baik dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi untuk berinvestasi di Investasi Kripto	0.925	0.000	0.104	Valid
Saya memiliki pengalaman berinvestasi pada aset yang berisiko	0.835	0.000	0.104	Valid
Niat Investasi Kripto				
Saya akan berinvestasi di Investasi Kripto	0.943	0.000	0.104	Valid
Saya akan mendorong teman dan keluarga saya untuk berinvestasi di Investasi Kripto	0.902	0.000	0.104	Valid
Saya akan berinvestasi di Investasi Kripto dalam waktu dekat	0.939	0.000	0.104	Valid

Berdasarkan tabel 3, diketahui semua item dari variabel memiliki nilai r hitung $\geq r$ table dan nilai positif. Variabel Kualitas Informasi terdiri dari lima item pertanyaan, variabel Pengalaman Investasi terdiri dari tiga item pertanyaan dan variabel Niat Investasi Kripto terdiri dari tiga item pertanyaan dengan masing-masing item memiliki nilai r hitung $\geq r$ table dan nilai positif. Dapat disimpulkan dari 11 item pertanyaan hasilnya semua valid.

3.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini dilakukan uji reliabilitas untuk menilai konsistensi hasil pengukuran serta keandalan data yang diperoleh melalui kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa konsisten tanggapan responden terhadap item kuesioner terhadap variabel penelitian. Semakin tinggi nilai reliabilitas suatu variabel, semakin tinggi pula tingkat konsistensi pengukurannya. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai koefisien, yaitu apabila *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel, sedangkan apabila *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel penelitian ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas
1	Kualitas Informasi	0.933
2	Pengalaman Investasi	0.867
3	<i>Cryptocurrency Investment Intention</i>	0.919

Hasil dari tabel 4, diketahui hasil uji reliabilitas pada variabel penelitian yaitu Kualitas Informasi, Pengalaman Investasi dan Niat Investasi Kripto. Hasilnya nilai *cronbach's alpha* > 0.6 . Ini menunjukkan bahwa semua variabel penelitian dinyatakan reliabel, sehingga hasil kuesioner penelitian dapat diandalkan.

3.3 Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, nilai rata-rata (*mean*) digunakan untuk analisis deskriptif dari setiap item pertanyaan pada masing-masing variabel. Data yang dianalisis merupakan data awal yang dikumpulkan dari tanggapan responden terhadap kuesioner yang digunakan skala Likert. Berdasarkan hasil pengumpulan data dari 354 responden, mayoritas jawaban pada setiap item dianalisis menggunakan kategori penilaian sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Kualitas Informasi (X1)

Item	Rata-rata Item	Kategori
Informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi yang relevan	3.72	Baik
Informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi yang berguna dan bermanfaat	3.80	Baik
Informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi yang akurat	3.73	Baik
Informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi dengan benar	3.77	Baik
Informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi yang update	3.94	Baik
Rata-Rata Variabel	3.79	Baik

Berdasarkan tabel 5 diatas, hasil dari analisis deskriptif terhadap variabel kualitas informasi menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap kualitas informasi berada dalam kategori "Baik", dengan nilai rata-rata 3,79. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa informasi yang diperoleh responden dinilai cukup akurat, relevan, serta mudah dipahami, sehingga mampu mendukung keputusan mereka dalam berinvestasi pada aset kripto. Responden menilai bahwa informasi terkait Investasi Kripto yang ada saat ini memberikan informasi yang relevan, berguna dan bermanfaat, akurat, memberikan informasi dengan benar dan terbaru.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Pengalaman Investasi (X2)

Item	Rata-rata Item	Kategori
Saya memiliki pengalaman yang baik dan pengetahuan yang memadai untuk melakukan investasi pada Investasi Kripto	3.37	Kurang Berpengalaman
Saya memiliki pengalaman yang baik dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi untuk berinvestasi di Investasi Kripto	3.45	Berpengalaman Baik
Saya memiliki pengalaman berinvestasi pada aset yang berisiko	3.45	Berpengalaman Baik
Rata-Rata Variabel	3.44	Berpengalaman Baik

Pada tabel 6, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan rata – rata variabel Pengalaman Investasi didapatkan sebesar 3,44. Nilai ini menunjukan variabel Pengalaman Investasi memiliki kategori penilaian yang “Berpengalaman Baik”. Sehingga responden memiliki pengalaman yang baik dan pengetahuan yang memadai dalam hal melakukan investasi, melakukan transaksi menggunakan aplikasi untuk berinvestasi pada Investasi Kripto serta telah memiliki pengalaman dalam berinvestasi pada investasi yang berisiko.

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Niat Investasi Kripto (Y)

Item	Rata-rata Item	Kategori
Saya akan berinvestasi di kripto	3.42	Tinggi
Saya akan mendorong teman dan keluarga saya untuk berinvestasi di kripto	3.22	Kurang Tinggi
Saya akan berinvestasi di kripto dalam waktu dekat	3.33	Kurang Tinggi
Rata-Rata Variabel	3.33	Kurang Tinggi

Pada Tabel 7, Berdasarkan hasil analisis deskriptif terhadap variabel Niat Investasi Kripto, diperoleh nilai 3,33, yang artinya tingkat niat responden untuk berinvestasi pada aset kripto berada dalam kategori “Sedang”. Hasil menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat yang agak moderat terhadap investasi kripto, menunjukkan ketertarikan. Namun, mereka tetap mempertimbangkan faktor risiko, keamanan, dan keandalan informasi sebelum membuat keputusan investasi. Berdasarkan tabel diketahui bahwa responden akan berinvestasi di kripto, tetapi kurang mendorong teman dan keluarga untuk berinvestasi di kripto serta tidak melakukan investasi dalam waktu dekat. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden kurang memiliki niat berinvestasi pada kripto .

3.4 Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini uji asumsi klasik digunakan untuk memenuhi beberapa asumsi klasik diantaranya data residual terdistribusi secara normal, tidak ada multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan agar didapatkan data yang tidak bias atau valid.

3.4.1 Uji Normalitas

Pada penelitian ini uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data populasi memiliki distribusi yang normal atau tidak, sehingga diketahui apakah data telah mewakili populasi atau sebaliknya. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), yang dilakukan dengan program SPSS vs. 25. Hasil uji normalitas yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

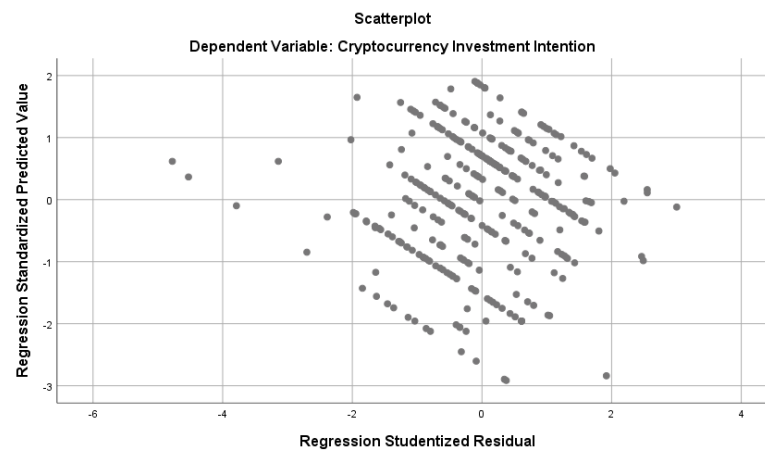
Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Taraf Nyata
.056 ^c	0.05

Berdasarkan tabel 8, diketahui bahwa data terdistribusi normal berdasarkan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Nilai uji normalitas adalah signikansi data adalah 0.056 yaitu diatas 0.05. Berdasarkan pengambilan keputusan diketahui data yterdistribusi normal apabila probabilitas (*Sig*) $\geq$ taraf nyata (0,05) dan sebaliknya.

3.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah varians dan residual dalam model regresi berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Grafik *Scatterplot* digunakan untuk menguji heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 diatas merupakan hasil uji heteroskedastisitas tersebut diketahui bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Melalui grafik *cratterplot* dapat terlihat bahwa tidak terdapat pola tertentu, dan titik-titik data tersebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y.

3.4.3 Uji Multikolinieritas

Pada penelitian ini, uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan *Varian Inflasi Factor* (VIF). Nilai VIF $> 10,00$ menunjukkan adanya multikolinieritas, dan nilai VIF $< 10,00$ menunjukkan adanya multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Kualitas Informasi	0.825	1.234
Pengalaman Investasi	0.401	2.493

Berdasarkan data dari table 9, diketahui bahwa setiap variabel penelitian memiliki nilai VIF < 10.00 yang artinya data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

3.5 Analisis Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel yaitu Kualitas Informasi dan Pengalaman Investasi terhadap variabel terikat yaitu Niat Investasi Kripto. Pengujian dilakukan sesuai hipotesis-hipotesis penelitian yang telah dirumuskan.

3.5.1 Uji T Parsial

Dalam penelitian ini, uji statistik t digunakan untuk menentukan tingkat pengaruh variabel independen masing-masing terhadap variabel dependen. Pengaruh antar variabel sudah dirumuskan dalam hipotesis penelitian. Berikut hasil Uji t pada variabel penelitian:

Tabel 10. Hasil Uji T

Model	<i>Coefficients^a</i>		t	Sig.
	<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>		
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	1.350	.628		2.149 .032
Kualitas Informasi	.115	.034	.150	3.429 .001
Pengalaman Investasi	.626	.046	.592	13.533 .000

a. Dependent Variable: Niat Investasi Kripto

Berdasarkan tabel 10, diketahui bahwa analisis regresi ini menguji pengaruh Kualitas Informasi dan Pengalaman Investasi terhadap Niat Investasi Kripto. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Informasi dan Pengalaman Investasi secara signifikan berpengaruh pada Niat Investasi Kripto. Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi kripto. Ini menunjukkan bahwa semakin baik informasi yang diterima semakin baik kualitasnya, semakin tinggi pula niat seseorang untuk berinvestasi dalam kripto. Pengalaman Investasi juga memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan. Semakin banyak pengalaman yang dimiliki seseorang dalam berinvestasi, niatnya untuk berinvestasi di mata uang kripto juga akan meningkat secara drastis. Hasil analisis ini secara jelas menunjukkan bahwa Pengalaman Investasi memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan dengan Kualitas Informasi dalam memprediksi niat seseorang untuk berinvestasi dalam mata uang kripto. Hal ini terlihat dari nilai koefisien beta (Beta) Pengalaman Investasi yang jauh lebih besar (0.592) dibandingkan dengan Kualitas Informasi (0.150), serta nilai t-hitungnya yang juga sangat tinggi (13.533) dibandingkan Kualitas Informasi (3.429).

3.6 Pembahasan

3.6.1 Analisis Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Niat Investasi Kripto

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi memengaruhi niat investasi kripto secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keakuratan, relevansi, dan keandalan informasi yang diterima oleh individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan investasi pada aset kripto. Dengan kata lain, kualitas informasi yang baik mampu meningkatkan keyakinan dan kepercayaan investor dalam mengambil keputusan investasi di pasar kripto. Informasi yang akurat dan komprehensif mengenai kondisi pasar, termasuk potensi keuntungan dan risiko yang melekat, secara substantif memengaruhi niat pengambilan keputusan investor. Meskipun paparan terhadap informasi mengenai risiko-risiko yang tinggi dapat menimbulkan keraguan pada beberapa individu, namun bagi mereka yang tetap berminat, ketersediaan informasi berkualitas tinggi berfungsi sebagai landasan rasional untuk membuat keputusan strategis. Temuan ini menunjukkan bahwa Kualitas Informasi tidak hanya berperan dalam membentuk niat investasi, tetapi juga membantu individu dalam menavigasi dinamika dan kompleksitas pasar kripto. Informasi yang akurat, relevan, dan dapat dipercaya memberikan dasar bagi investor untuk melakukan analisis yang lebih tepat serta mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan investasi. Penelitian Sun et al. (2023) mendukung hasil penelitian ini, yang menyatakan bahwa Kualitas Informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap niat individu dalam melakukan suatu tindakan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kualitas informasi yang tinggi dapat meningkatkan niat pembelian konsumen, memengaruhi tingkat permintaan individu, serta meningkatkan kualitas pengambilan keputusan yang dilakukan oleh pengguna informasi (Sun et al., 2023). Informasi akan membantu konsumen terkait pemahaman produk atau jasa dari suatu perusahaan. Hasil penelitian juga menyatakan bahwa Kualitas Informasi akan meningkatkan manfaat dalam keputusan berinvestasi dan membantu individu dalam membuat keputusan di bawah tekanan waktu, seperti situasi krisis. Hubungan signifikan antara Kualitas Informasi dalam membentuk *information usefulness* yang kemudian mendatangkan efek signifikan dalam pembentukan *purchase intention* (Aidnilla Sinambela et al., 2025). Penelitian Shneikat et al. (2025) menganalisis terkait *Tourism* Kualitas Informasi terhadap *behavioral intentions*, namun dampaknya berbeda tergantung sumber informasinya.. Hasilnya menunjukkan bahwa *Tourism* Kualitas Informasi yang berasal dari pengguna (*user generated content*) secara positif memengaruhi citra destinasi dan kepercayaan, namun, informasi ini tidak secara langsung mendorong niat wisatawan untuk berkunjung atau melakukan sesuatu. Sebaliknya, *Tourism* Kualitas Informasi yang berasal dari perusahaan atau organisasi (*firm generated content*) memiliki dampak yang lebih besar dan langsung. Informasi dari sumber ini tidak hanya membangun citra dan kepercayaan, tetapi juga secara signifikan memengaruhi niat wisatawan untuk berperilaku di masa mendatang (Shneikat, Elfekair, Laradi, & Wondirad, 2025a).

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa nilai *Standardized Coefficients* (Beta) untuk variabel Kualitas Informasi sebesar 0,150 atau 15%, yang menunjukkan pengaruhnya terhadap niat investasi kripto lebih rendah dibandingkan dengan variabel Pengalaman Investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas informasi memiliki peran dalam membentuk niat seseorang untuk berinvestasi pada aset kripto, pengaruh tersebut tidak akan optimal apabila tidak disertai dengan faktor pendukung lain seperti pengalaman investasi. Dengan kata lain, meskipun akurasi dan kelengkapan informasi adalah kunci, ada faktor lain yang juga memengaruhi efektivitasnya. Misalnya, informasi yang valid namun disajikan dengan cara yang sulit dipahami tidak akan seefektif informasi yang akurat dan mudah dimengerti, sehingga diperlukan kemampuan analisis atau pengalaman tertentu dalam pengambilan keputusan investasi. Mbete&Tanama (2020) pada penelitiannya menemukan bahwa Kualitas Informasi tidak berpengaruh pada keputusan pembelian (Mbete & Tanamal, 2020a). Disisi lain Investasi Kripto merupakan investasi yang berisiko. Adanya volatilitas tinggi pada

Investasi Kripto dapat menjadi faktor penting yang menghambat kepercayaan individu dalam penggunaannya (Rejeb et al., 2021).

3.6.2 Analisis Pengaruh Pengalaman Investasi terhadap Niat Investasi Kripto

Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa Pengalaman Investasi memiliki pengaruh signifikan secara positif terhadap Niat Investasi Kripto. Pengalaman merupakan tindakan sebelumnya yang dimiliki oleh individu yang dapat dijadikan landasan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan. Pengalaman Investasi, baik yang berupa keberhasilan maupun kegagalan, membentuk cara manusia mengambil keputusan investasi. Keberhasilan di masa lalu dapat meningkatkan rasa percaya diri dan keberanian investor dalam mengambil risiko. Sebaliknya, kerugian masa lalu dapat mengurangi kepercayaan diri mereka dalam mengolah informasi secara mandiri, sehingga mendorong perilaku *herding* atau mengikuti jejak investor lain. Dapat disimpulkan bahwa pengalaman secara langsung memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi (Perayunda & Mahyuni, 2022a). Penelitian Zhao & Zhang (2021) menunjukkan bahwa Pengalaman Investasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan individu untuk berinvestasi dalam aset kripto. Temuan tersebut menegaskan bahwa investor dengan tingkat pengalaman yang lebih tinggi, khususnya mereka yang telah terbiasa berinvestasi pada instrumen berisiko, cenderung memiliki kepercayaan diri dan toleransi risiko yang lebih besar. Dengan demikian, pengalaman yang dimiliki sebelumnya mendorong mereka untuk lebih terbuka terhadap peluang investasi baru seperti cryptocurrency yang memiliki volatilitas tinggi namun menawarkan potensi imbal hasil yang besar (Zhao & Zhang, 2021). Investasi kripto merupakan investasi digital yang melibatkan kemajuan teknologi sehingga individu yang memiliki pengalaman investasi digital atau akan mendukung kepercayaan mereka terkait dengan teknologi lainnya yang serupa yang pada akhirnya mampu menerima dan menggunakan aplikasi baru seperti teknologi blockchain pada investasi kripto (Albayati, Kim, & Rho, 2020).

Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients* (Beta), variabel Pengalaman Investasi menunjukkan pengaruh yang lebih besar dibandingkan Kualitas Informasi, yaitu sebesar 0,592 atau 59,2% terhadap niat investasi kripto. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman investasi individu merupakan faktor penting dan berperan signifikan dalam membentuk niat seseorang untuk berinvestasi, terutama pada investasi kripto yang bersifat kompleks dan berisiko tinggi. Meskipun demikian, nilai 59,2% tersebut menunjukkan bahwa pengaruhnya tergolong kuat namun belum dominan sepenuhnya, sehingga masih terdapat sekitar 41,8% faktor lain yang turut memengaruhi niat investasi kripto. Hal ini dapat dijelaskan karena pengalaman investasi mendorong individu untuk mengambil keputusan investasi secara lebih rasional dan mengurangi pengaruh faktor emosional. Mengingat karakteristik kripto yang memiliki tingkat risiko tinggi, investor dengan pengalaman yang memadai cenderung lebih berhati-hati dan memilih instrumen investasi yang dianggap lebih stabil dan aman. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Xi, O'Brien, dan Irannezhad (2020) yang menunjukkan bahwa investor Australia dengan pengalaman berinvestasi pada saham cenderung enggan berinvestasi dalam cryptocurrency (Xi et al., 2020).

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Informasi dan Pengalaman Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Investasi Kripto. Meskipun kedua variabel penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan, diketahui bahwa Pengalaman Investasi terbukti lebih dominan dibanding Kualitas Informasi dalam memengaruhi niat investasi kripto. Berdasarkan nilai *Standardized Coefficients* (Beta) diketahui Kualitas Informasi memiliki pengaruh sebesar 0,150 atau sebesar 15% dalam memengaruhi niat investasi kripto. Saat ini, banyak orang sangat bergantung pada media sosial dan internet untuk mencari informasi, termasuk seputar investasi. Karena itu, kualitas informasi yang mereka dapatkan sangat menentukan pandangan dan langkah investasi mereka. Informasi yang akurat dan terpercaya bisa membentuk persepsi positif, membuat mereka lebih yakin dan berani untuk berinvestasi. Sebaliknya, informasi yang tidak lengkap atau tidak dapat diandalkan justru membuat mereka ragu dan enggan berinvestasi atau bahkan dapat merugikan mereka. Hal ini sangat relevan, terutama untuk jenis investasi yang berisiko tinggi seperti investasi kripto. Informasi yang akurat menjadi fondasi penting dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu, diperlukan edukasi yang berkualitas mengenai dasar-dasar, manfaat, dan cara berinvestasi kripto dengan benar. Selain itu, menyajikan data performa investasi dalam jangka panjang juga sangat penting untuk membantu masyarakat membuat keputusan yang lebih bijak dan terpercaya. Namun demikian, berdasarkan nilai *Standardized Coefficients* (Beta), variabel Pengalaman Investasi memiliki pengaruh lebih besar yaitu 0,592 atau 59,2% dalam memengaruhi niat investasi kripto. Hal ini menandakan bahwa, Pengalaman Investasi yang dimiliki individu merupakan faktor krusial yang menentukan niat seseorang dalam melakukan investasi terutama dalam investasi kripto yang kompleks. Dengan pengalaman yang memadai, investor lebih mudah menganalisis tren pasar dan memahami pola pergerakan harga. Kemampuan ini membantu mereka mengambil keputusan yang lebih tepat dan strategis, mengurangi risiko kerugian, dan meningkatkan potensi keuntungan. Dapat disimpulkan, pengalaman menjadi panduan penting bagi investor untuk menavigasi pasar kripto yang volatil. Penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat memperluas kajian dengan memasukkan faktor-faktor lain yang juga berpotensi memengaruhi niat investasi kripto, seperti literasi keuangan, persepsi risiko, kepercayaan terhadap platform, regulasi pemerintah dan lain sebagainya serta variabel moderasi seperti usia dan *gender*. Penelitian selanjutnya juga diharapkan melakukan penelitian pada subjek penelitian yang lebih beragam, tidak hanya berfokus pada masyarakat di Surabaya tetapi juga di wilayah metropolitan

lainnya di Indonesia atau bahkan lintas negara agar dapat menyajikan gambaran yang lebih komprehensi dan dapat memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan literatur dan praktik investasi aset digital.

REFERENCES

- Aidnilla Sinambela, F., Lim, J., & Fahlevi, R. (2025). THE INFLUENCE OF BRAND REPUTATION, INFORMATION QUALITY, INFORMATION QUANTITY, INFORMATION CREDIBILITY AND CUSTOMER REVIEWS ON PURCHASE INTENTION REGARDING HOTEL BOOKING ON THE TRAVEL ONLINE APPLICATION VIA INFORMATION USEFULNESS. *EKUILNOMI: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(1), 2614–7181. <https://doi.org/10.36985/npw0w409>
- Albayati, H., Kim, S. K., & Rho, J. J. (2020). Accepting financial transactions using blockchain technology and cryptocurrency: A customer perspective approach. *Technology in Society*, 62, 101320. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101320>
- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. (2024). *Laporan Kinerja 2023 BADAN PENGAWAS PERDAGANGAN BERJANGKA KOMODITI*.
- Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi. (2025). *LAPORAN KINERJA 2024*. www.bappebti.go.id
- Badan Pusat Statistik. (2024). *BADAN PUSAT STATISTIK KOTA SURABAYA*.
- Darma. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Dewi, V. I., Herwany, A., Widyarani, M., & Widyastuti, U. (2023). Factors Affecting The Intention to Invest in Cripto Assets Among Indonesian Youth. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 15(1), 155–166. <https://doi.org/10.17509/jaset.v15i1.56897>
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pemerintah Kota Surabaya. (2022). *Proyeksi Penduduk 2023-2032*.
- Friederich, F., Meyer, J., Matute, J., & Palau-Saumell, R. (2024). CRYPTO-MANIA: How fear-of-missing-out drives consumers' (risky) investment decisions. *Psychology & Marketing*, 41(1), 102–117. <https://doi.org/10.1002/mar.21906>
- Hadiyantina, S., Cahyandari, D., Annafi, B. U., & Ramadhan, N. (2024). The Tendencies of Cryptocurrency Policies in Indonesia. *Lentera Hukum*, 11(2), 257. <https://doi.org/10.19184/ejhl.v11i2.40095>
- Jiang, G., Liu, F., Liu, W., Liu, S., Chen, Y., & Xu, D. (2021). Effects of information quality on information adoption on social media review platforms: moderating role of perceived risk. *Data Science and Management*, 1(1), 13–22. <https://doi.org/10.1016/j.dsm.2021.02.004>
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.32493/informatika.v5i2.4946>
- Perayunda, I. G. A. D., & Mahyuni, L. P. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN INVESTASI CRYPTOCURRENCY PADA KAUM MILENIAL. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 6(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i3.5224>
- Qi, J., Zhang, Y., & Ouyang, C. (2025). Cryptocurrency Investments: The Role of Advisory Sources, Investor Confidence, and Risk Perception in Shaping Behaviors and Intentions. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(2), 57. <https://doi.org/10.3390/jrfm18020057>
- R., B., & Aithal, P. S. (2022). Investors Behavioural Intention of Cryptocurrency Adoption – A Review based Research Agenda. *International Journal of Applied Engineering and Management Letters*, 6(1), 126–148. <https://doi.org/10.47992/IJAEML.2581.7000.0125>
- Rejeb, A., Rejeb, K., & G. Keogh, J. (2021). Cryptocurrencies in Modern Finance: A Literature Review. *ETIKONOMI*, 20(1), 93–118. <https://doi.org/10.15408/etk.v20i1.16911>
- Shneikat, B., Elfekair, A., Laradi, S., & Wondirad, A. (2025). The impact of information quality on behavioral intention: New insights from North African tourism sector. *Acta Psychologica*, 256. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105024>
- Sun, L., Wang, T., & Guan, F. (2023). How the strength of social ties influences users' information sharing and purchase intentions. *Current Psychology*, 42(9), 7712–7726. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02102-x>
- Suriani, S. (2022). *Financial Behavior*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Wirani, Y., Diniputri, L., & Romadhon, M. S. (2020). Investigating the Influence of Information Quality, Information Seeking, and Familiarity with Purchase Intentions: A Perspective of Instagram Users in Indonesia. *2020 8th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICoICT49345.2020.9166163>
- Xi, D., O'Brien, T. I., & Irannezhad, E. (2020). Investigating the Investment Behaviors in Cryptocurrency. *The Journal of Alternative Investments*, 23(2), 141–160. <https://doi.org/10.3905/jai.2020.1.108>
- Yonita, T., & Budiono, H. (2020). *Pengaruh Ewom Terhadap Brand Image Dan Purchase Intention Produk Innisfree Di Jakarta*. 2(1), 152–161.
- Zahra, N. (2023). *Meningkatkan Inklusi dalam Indeks Literasi Digital Nasional: Dari Pengukuran hingga Pemberdayaan - Ringkasan Kebijakan CIPS*.
- Zhao, H., & Zhang, L. (2021). Financial literacy or investment experience: which is more influential in cryptocurrency investment? *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), 1208–1226. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2020-0552>