



***PENGARUH CREDIBILITY INFLUENCERS, CONSUMER TRUST ,
AND FINANCIAL LITERACY TERHADAP PURCHASE DECISION
ASET KRIPTO DI INDONESIA***

SKRIPSI

M. RAID AQIL

2210111115

**PROGRAM STUDI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2025**



**PENGARUH *CREDIBILITY INFLUENCERS*, *CONSUMER TRUST*,
AND FINANCIAL LITERACY TERHADAP *PURCHASE DECISION*
ASET KRIPTO DI INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**

M. RAID AQIL

2210111115

**PROGRAM STUDI PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : M.Raid Aqil

NIM. : 2210111115

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 18 Oktober 2025
Yang menyatakan,



M.Raid Aqil

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M.Raid Aqil
NIM : 2210111115
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Credibility Influencers, Consumer Trust, and Financial Literacy Terhadap Purchase Decision Aset Kripto di Indonesia

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 21 Januari 2026



M.Raid Aqil

SKRIPSI

**PENGARUH CREDIBILITY INFLUENCERS, CONSUMER TRUST , AND
FINANCIAL LITERACY TERHADAP PURCHASE DECISION
ASET KRIPTO DI INDONESIA**


Dipersiapkan dan disusun oleh :

M.RAID AQIL 2210111115


**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 19 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



Dr. Guntur Saragih, M.S.M
Ketua Penguji




Risty Rahma Dafina, S.E., M.M
Penguji I



Dra. Pusporini, M.M.
Penguji II



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Siti Hidayati, S.E., M.M.
Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Desember 2025

The Influence of Credibility Influencers, Consumer Trust , and Financial Literacy on Purchase Decisions of Crypto Assets in Indonesia

By M.Raid Aqil

Abstract

This study, entitled The Influence of Credibility Influencers, Consumer Trust , and Financial Literacy on Purchase Decisions of Crypto Assets in Indonesia, aims to examine the effect of influencer credibility, Consumer Trust , and Financial Literacy on consumers' Purchase Decisions regarding crypto assets. The research involved 117 Indonesian respondents who had invested in crypto assets for at least three months. Primary data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using the PLS-SEM method with SmartPLS 4.0. The results indicate that (1) Credibility Influencers have a positive and significant effect on Purchase Decision, (2) Consumer Trust has a positive and significant effect on Purchase Decision, and (3) Financial Literacy has no significant effect on Purchase Decision of crypto assets in Indonesia. Collectively, the three independent variables explain 35.9% of the variance in Purchase Decision, with the Q^2 predict value indicating a medium-to-strong predictive capability. These findings suggest that investors' Purchase Decisions in the high-risk crypto environment are influenced more by the credibility of influencers and their trust in crypto platforms or brands than by their level of Financial Literacy. The practical implications highlight the need for transparent influencer collaborations, stronger governance and security measures by industry players, and the continuous development of Financial Literacy programs to support more rational and well-informed investment decisions.

Keywords: *Credibility Influencers, Crypto Assets, Consumer Trust , Financial Literacy, Purchase Decision,*

Pengaruh *Credibility Influencers*, *Consumer Trust* , dan *Financial Literacy* terhadap Keputusan Pembelian Aset Kripto di Indonesia

Oleh M.Raid Aqil

Abstrak

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Credibility Influencers*, *Consumer Trust* , dan *Financial Literacy* terhadap *Purchase Decision* Aset Kripto di Indonesia, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas influencer, kepercayaan konsumen, dan literasi keuangan terhadap keputusan pembelian aset kripto. Penelitian ini menggunakan responden masyarakat Indonesia yang telah berinvestasi dalam aset kripto minimal tiga bulan, dengan jumlah sampel sebanyak 117 orang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert, dan analisis hipotesis menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Credibility Influencers* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*, (2) *Consumer Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Decision*, dan (3) *Financial Literacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision* aset kripto di Indonesia. Secara simultan, ketiga variabel independen menjelaskan 35,9% variasi *Purchase Decision*, dengan nilai Q^2 predict berada pada kategori sedang hingga kuat. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian aset kripto lebih banyak digerakkan oleh kredibilitas influencer dan tingkat kepercayaan terhadap platform atau merek kripto daripada literasi keuangan yang dimiliki investor. Implikasi penelitian menekankan pentingnya kolaborasi influencer yang transparan, peningkatan tata kelola serta keamanan platform oleh pelaku industri, serta perlunya penguatan program literasi keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan investasi yang lebih rasional.

Kata kunci: *Credibility Influencers*, *Consumer Trust* , *Financial Literacy*, *Purchase Decision*, Aset Kripto,



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Jumat, tanggal 19 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas Akhir bagi mahasiswa:

Nama : M.Raid Aqil
NIM : 2210111115
Program Studi : Manajemen S1
Judul Tugas Akhir :

**PENGARUH CREDIBILITY INFLUENCERS, CONSUMER TRUST, AND
FINANCIAL LITERACY TERHADAP PURCHASE DECISION ASET KRIPTO DI
INDONESIA**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus/Sidang Ulang**, dengan Nilai Rata-Rata
dan Nilai Huruf

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Guntur Saragih, M.S.M	Ketua	
2	Risty Rahma Dafina, SE, MM	Anggota I	
3	Dra. Pusporini, MM	Anggota II **)	

Keterangan:
*) Coret yang tidak perlu
**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala
85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 19 Desember 2025

Mengesahkan
a.n. DEKAN
Koordinator Prodi Manajemen S1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang maha esa sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian berjudul “Pengaruh *Credibility Influencers*, *Consumer Trust* , and *Financial Literacy* Terhadap *Purchase Decision* Aset Kripto di Indonesia” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, doa, dan bimbingan selama proses penyusunan usulan penelitian ini:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penulisan usulan penelitian ini.
2. Ibu Dr. Dewi Cahyani Pangestuti, SE., MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis, yang senantiasa memberikan arahan serta motivasi dalam proses penyusunan penelitian ini.
3. Ibu Siti Hidayati, SE., MM., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan dukungan dan pengarahan berharga selama proses penulisan penelitian ini.
4. Ibu Dra. Pusporini, MM., selaku Dosen Pembimbing, yang dengan sabar memberikan bimbingan, nasihat, dan masukan yang sangat membantu penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini dengan lebih baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Jakarta, atas ilmu, pengalaman, dan wawasan yang telah dibagikan selama proses perkuliahan sehingga menjadi bekal penting bagi penulis.
6. Orang tua penulis bapak, ibu dan Keluarga atas kasih sayang, dukungan moral dan materiil, serta doa yang tiada putus hingga penulis dapat sampai pada tahap ini.
7. Teman-teman yang menemani proses penulisan skripsi: Radit, Damar, Raihan, Sandy, Sandya, Habil, Pancil, Vanka, Fina, dan Yesi atas kebersamaan, bantuan,

serta motivasi yang membuat penulis tetap bersemangat menyelesaikan penelitian ini.

8. Kepada seluruh keluarga besar Tokocrypto yang telah memperkenalkan saya pada lingkungan kerja yang sangat suportif, hangat, dan penuh semangat kolaborasi. Kesempatan untuk bekerja dan belajar di Tokocrypto merupakan pengalaman berharga yang tidak hanya memperluas wawasan saya tentang industri kripto dan teknologi, tetapi juga membentuk cara berpikir, etos kerja, serta kepercayaan diri saya dalam menghadapi dunia profesional.
9. kepada Mba Rieka dan Mba Icha selaku atasan saya di divisi Marketing Tokocrypto. Terima kasih atas bimbingan, kepercayaan, dan kesempatan belajar yang telah diberikan selama saya menjalani masa kerja dan pengembangan diri di Tokocrypto.
10. Saya juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada Adriansa Rian dan Fadel, yang telah memberikan saya kesempatan berharga untuk bersama-sama membangun Coinfolks. Kesempatan tersebut menjadi salah satu pengalaman penting dalam perjalanan profesional saya, karena melalui Coinfolks saya diperkenalkan pada industri Web3 secara lebih luas dan mendalam.
11. Satu-satunya perempuan yang selalu hadir dalam pikiran penulis, perempuan yang penulis kenal sejak 2019, yang menemani setiap proses ketika penulis berjuang masuk kampus UPN, dan yang turut hadir dalam perjalanan penulis membangun perusahaan hingga akhirnya menjadi fondasi penting dalam karier penulis sampai hari ini.

Jakarta, 11 Desember 2025

M.Raid Aqil

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	xv
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen	15
2.1.3 <i>Purchase Decision</i>	18
2.1.4 <i>Credibility Influencers</i>	21
2.1.5 <i>Consumer Trust</i>	23
2.1.6 <i>Financial Literacy</i>	25
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	29
2.3 Matriks Penelitian Terdahulu.....	43
2.4 Model Penelitian	45
2.4.1 Pengaruh <i>Credibility Influencers</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Aset Kripto di Indonesia	46
2.4.2 Pengaruh <i>Consumer Trust</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Aset Kripto di Indonesia.....	48
2.3.3 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Aset Kripto di Indonesia	49
2.5 Hipotesis.....	50
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.1.1 Definisi Operasional.....	51

3.1.2	Pengukuran Variabel	54
3.2	Populasi & Sampel	55
3.2.1	Populasi	55
3.2.2	Sampel	55
3.3	Teknik Pengumpulan Data	57
3.3.1	Jenis Data	57
3.3.2	Sumber Data	57
3.3.3	Pengumpulan Data	58
3.4	Teknik Analisis Data	60
3.4.1	Analisis Statistik Deskriptif	60
3.4.2	Analisis Statistik Inferensial	62
3.5	Uji Hipotesis	69
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	72
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	72
4.2.	Deskripsi Data Penelitian	73
4.2.1.	Analisis Data Deskriptif	76
4.3.	Analisis Data Inferensial	81
4.3.1.	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	81
4.3.2.	Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	87
4.4.	Pembahasan	93
4.4.1.	Pengaruh <i>Credibility Influencer</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Aset Kripto di Indonesia	93
4.4.2.	Pengaruh <i>Consumer Trust</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Aset Kripto di Indonesia	95
4.4.3.	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> Aset Kripto di Indonesia	98
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	100
5.1	Simpulan	100
5.2	Keterbatasan Penelitian	101
5.3	Saran	102
	DAFTAR PUSTAKA	104
	RIWAYAT HIDUP	
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitan Terdahulu.....	43
Tabel 2. Indikator Penelitian.....	54
Tabel 3. Skala Likert.....	58
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen.....	59
Tabel 5. Skala Penilaian Survei.....	61
Tabel 6. Skala Penilaian Survei.....	62
Tabel 7. Cronbach's Alpha.....	68
Tabel 8. Nilai Indeks dan Interpretasi Jawaban Kuesioner.....	76
Tabel 9. Indeks Variabel Purchase Decision (Y).....	77
Tabel 10. Indeks Variabel Credibility Influencer (X1).....	78
Tabel 11. Indeks Variabel Consumer Trust (X2).....	79
Tabel 12. Indeks Variabel Financial Literacy (X3).....	80
Tabel 13. Outer loading.....	83
Tabel 14. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	84
Tabel 15. Nilai Variance Extracted (AVE).....	85
Tabel 16. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability.....	86
Tabel 17. Koefisien Determinasi (R^2).....	88
Tabel 18. Predictive Relevance (Q^2 Predict).....	90
Tabel 19. Koefisien Jalur.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Nilai Transaksi Aset Kripto	1
Gambar 2. Skema Pump & Dump.....	3
Gambar 3. Kerangka Konseptual.....	50
Gambar 4. Alur Penelitian.....	63
Gambar 5. Inner Model.....	64
Gambar 6. Outer Model	64
Gambar 7. Diagram Jalur	66
Gambar 8. Logo Bitcoin	72
Gambar 9. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Gambar 10. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Gambar 11. Diagram Karakteristik Konsumer Berdasarkan Domisili.....	75
Gambar 12. Outer Model.....	82
Gambar 13. Inner Model.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 117 Responden
- Lampiran 3. Hasil Analisis Data Deskriptif
- Lampiran 4. Hasil Outer Model pada SmartPLS 4.0
- Lampiran 5. Hasil Inner Model pada SmartPLS 4.0
- Lampiran 6. Hasil Analisis Inferensial SmarPLS4.0
- Lampiran 7. T-tabel