

LAPORAN SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH MEDIA CRYPTOWAVE DAN
AKADEMI CRYPTO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI LITERASI KONSUMEN CRYPTO BITCOIN DI
INDONESIA



RAVELINO CHRISTIAN LUKITO
22.D1.0006

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2026

LAPORAN SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH MEDIA CRYPTOWAVE DAN
AKADEMI CRYPTO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MELALUI LITERASI KONSUMEN CRYPTO BITCOIN DI
INDONESIA

Diajukan dalam Rangka Memenuhi
Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

RAVELINO CHRISTIAN LUKITO
22.D1.0006

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

2026

ABSTRAK

Pertumbuhan investor kripto yang pesat di Indonesia belum diimbangi literasi memadai, sehingga memicu investasi yang impulsif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Media Cryptowave dan Akademi Crypto terhadap keputusan pembelian Bitcoin, serta menguji peran mediasi literasi konsumen. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling yang melibatkan 92 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan Uji Sobel untuk mengukur efek mediasi. Hasil penelitian menunjukkan Media Cryptowave tidak berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Akademi Crypto berpengaruh positif dan signifikan. Namun, kedua platform tersebut terbukti berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan literasi konsumen. Lebih lanjut, literasi konsumen secara signifikan mampu memediasi pengaruh Media Cryptowave maupun Akademi Crypto terhadap keputusan pembelian Bitcoin. Kesimpulannya, literasi konsumen menjadi penyaring utama yang mengubah penerimaan informasi menjadi keputusan investasi yang rasional. Implikasi manajerial dari temuan ini menyarankan agar media informasi menyisipkan konten edukasi langsung, platform edukasi menyusun kurikulum berjenjang dengan fitur simulasi, serta regulator dianjurkan menerapkan prasyarat uji literasi kripto bagi calon investor.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Literasi Konsumen, Cryptocurrency, Media Edukasi, Bitcoin

ABSTRACT

The rapid growth of crypto investors in Indonesia is not matched by adequate literacy, triggering impulsive investments. This study aimed to analyze the effect of Media Cryptowave and Akademi Crypto on Bitcoin purchasing decisions and to examine the mediating role of consumer literacy. The research used a quantitative approach with purposive sampling, involving 92 respondents. Data were analyzed using multiple linear regression and the Sobel Test for mediation. The results showed that Media Cryptowave did not significantly affect purchasing decisions directly, whereas Akademi Crypto had a positive and significant effect. However, both platforms significantly improved consumer literacy. Furthermore, consumer literacy significantly mediated the effects of both Media Cryptowave and Akademi Crypto on purchasing decisions. In conclusion, consumer literacy served as a crucial filter that converted raw information into rational investment decisions. The managerial implications suggested that information media should embed educational content, educational platforms should develop structured curriculums with trading simulations, and regulators should enforce mandatory crypto literacy tests for prospective investors.

Keywords: Purchasing Decisions, Consumer Literacy, Cryptocurrency, Educational Media, Bitcoin