

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online kepada mahasiswa yang sedang menempuh studi di Yogyakarta dan berhasil mendapatkan 100 responden dengan fokus untuk meneliti “Analisis Pengaruh Biaya, Risiko, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Aset *Cryptocurrency* di Mediasi Oleh Pengetahuan Pasar *Cryptocurrency*”

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Pengaruh Persepsi Biaya, Risiko, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Aset *Cryptocurrency* di Mediasi Oleh Pengetahuan Pasar *Cryptocurrency* maka didapatkan Kesimpulan sebagai berikut:

1. H1 didukung, variabel persepsi biaya (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di aset *cryptocurrency* (Y).
2. H2 didukung, variabel persepsi risiko (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di aset *cryptocurrency* (Y).
3. H3 didukung, variabel persepsi keamanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di aset *cryptocurrency* (Y).
4. H4 tidak didukung, variabel pengetahuan pasar *cryptocurrency* mungkin tidak berfungsi sebagai mediasi dalam hubungan antara variabel persepsi biaya (X1) dan keputusan pembelian (Y).

5. H5 tidak didukung, variabel pengetahuan pasar *cryptocurrency* mungkin tidak berfungsi sebagai mediasi dalam hubungan antara variabel persepsi resiko (X2) dan keputusan pembelian (Y).
6. H6 tidak didukung, variabel pengetahuan pasar *cryptocurrency* mungkin tidak berfungsi sebagai mediasi dalam hubungan antara variabel persepsi keamanan (X3) dan keputusan pembelian (Y).

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan Kesimpulan, ketiga variabel independent berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian aset *cryptocurrency*, namun pengetahuan *cryptocurrency* tidak berfungsi sebagai variabel mediasi pada penelitian ini. Hal ini dapat terjadi akibat fenomena yang memang sedang tepat ketika penelitian ini dilakukan dimana siklus *halving* ada pada tahun ini dianggap mempengaruhi keputusan pembelian aset *cryptocurrency* saat ini, *event* yang memang sedang ramai dibicarakan diasumsikan memunculkan *buyer* baru, bukan karena memahami (pengetahuan *cryptocurrency*), namun karena takut ketinggalan dan tergiur marketing sekilas. Walaupun memang Perusahaan perlu melihat fenomena ini sebagai peluang, dan mengambil andil sesuai kapabilitas mereka sebagai Perusahaan yang memang sudah diapandang Masyarakat dengan baik dan dapat memberikan *influence* tersendiri, dan di lain sisi Perusahaan dapat memanfaatkannya sebagai sarana pengembangan modal *liquid* yang tidak bergerak. Berdasarkan analisis mean terendah tiap variabel, berikut implikasi manajerial yang dapat diterapkan, baik sebagai masukan maupun wawasan:

Tabel 16 - Implikasi Manajerial

Variabel – Pertanyaan	Implikasi Manajerial
<p>Persepsi Biaya (2) – “Biaya terkait penyimpanan dan kemanan aset digital (wallet) merupakan pertimbangan penting dalam pengelolaan portfolio <i>cryptocurrency</i> anda” Dengan rata-rata 3.59</p>	<p>- Perlu adanya Diversifikasi Penyimpanan, Simpan aset digital perusahaan di beberapa wallet yang berbeda untuk mengurangi risiko kehilangan total jika terjadi peretasan atau kerusakan dompet.</p> <p>-Simpan sebagian besar aset <i>cryptocurrency</i> perusahaana pada cold wallet atau hard wallet seperti ledger atay trezor untuk keamanan yang lebih tinggi.</p>
<p>Persepsi Risiko (5) – “Risiko reputasi terkait dengan citra negatif <i>cryptocurrency</i> dapat mempengaruhi keputusan investasi” Dengan rata-rata 3.69</p>	<p>-Perusahaan dengan <i>conviction</i> tinggi dengan industri ini perlu membagikanya kepada Masyarakat dengan branding yang lebih kuat supaya stigma negatif tentang <i>cryptocurrency</i> dapat semakin menipis.</p> <p>-Berkolaborasi dengan <i>sesame exchange, sesame venture capital</i>, maupun <i>cross industry</i> sebagai sarana edukasi <i>industry Cryptocurrency</i></p>
<p>Persepsi (1) – “Teknologi <i>Blockchain</i> sepenuhnya aman dan terkendali” Dengan-rata 3.41</p>	<p>-Masyarakat belum percaya dengan teknologi <i>blockchain</i> yang memprakarsai industry ini, Perusahaan dapat menjadikan in justru sebagai sebuah hal yang perlu dimengerti oleh Masyarakat, dan justru jangan ikut kedalam presepsi yang sama</p> <p>-Perusahaan perlu memahami cara kerja teknologi <i>blockchain</i> yang, terlebih yang ada dalam <i>coin godfather</i> yaitu Bitcoin, sebagai asset yang saat ini masuk ke 10 aset dengan kapitalisasi pasar yang terbesar di dunia, sehingga sudah bukan waktunya untuk ragu lagi. Perusahaan perlu mencontoh salah satu Perusahaan besar seperti <i>Micro Strategy</i> sebagai</p>

	Perusahaan dengan <i>conviction</i> besar pada Bitcoin.
Pengetahuan <i>Cryptocurrency</i> (2) – “Ketika menggunakan instrument invstasi <i>cryptocurrency</i> harus mengerti tentang teknologi <i>blockchain</i> ” Dengan rata-rata 3.88	<p>-Hampir sama seperti implikasi yang ketiga, namun tidak dari kacamata keamanan. Dimana <i>blockchain</i> hanyalah teknologinya, dan ketika kita ingin melakukan investasi yang dilihat tidak hanya dari segi teknologinya saja. Yang artinya masih banyak coin dengan project yang bagus, yang mungkin dapat berkolaborasi antar Perusahaan untuk <i>invest</i> di <i>project</i> tersebut karena sejalan dan seusai dengan tujuan mereka.</p> <p>-Perusahaan juga dapat melakukan penanaman modal ke <i>project</i> sebagai investor besar yang menaungi <i>project</i> tersebut untuk mendapat alokasi koin yang cukup <i>profitable</i>.</p>

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian hanya dapat mencangkup mahasiswa Provinsi DIY.
2. Pengetahuan *Cryptocurrency* tidak berfungsi sebagai mediasi dianggap karena memang berpapasan dengan *event* besar *Halving* Bitcoin.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independent untuk melihat pengaruh pada keputusan pembelian aset *Cryptocurrency*.

5.4 Saran

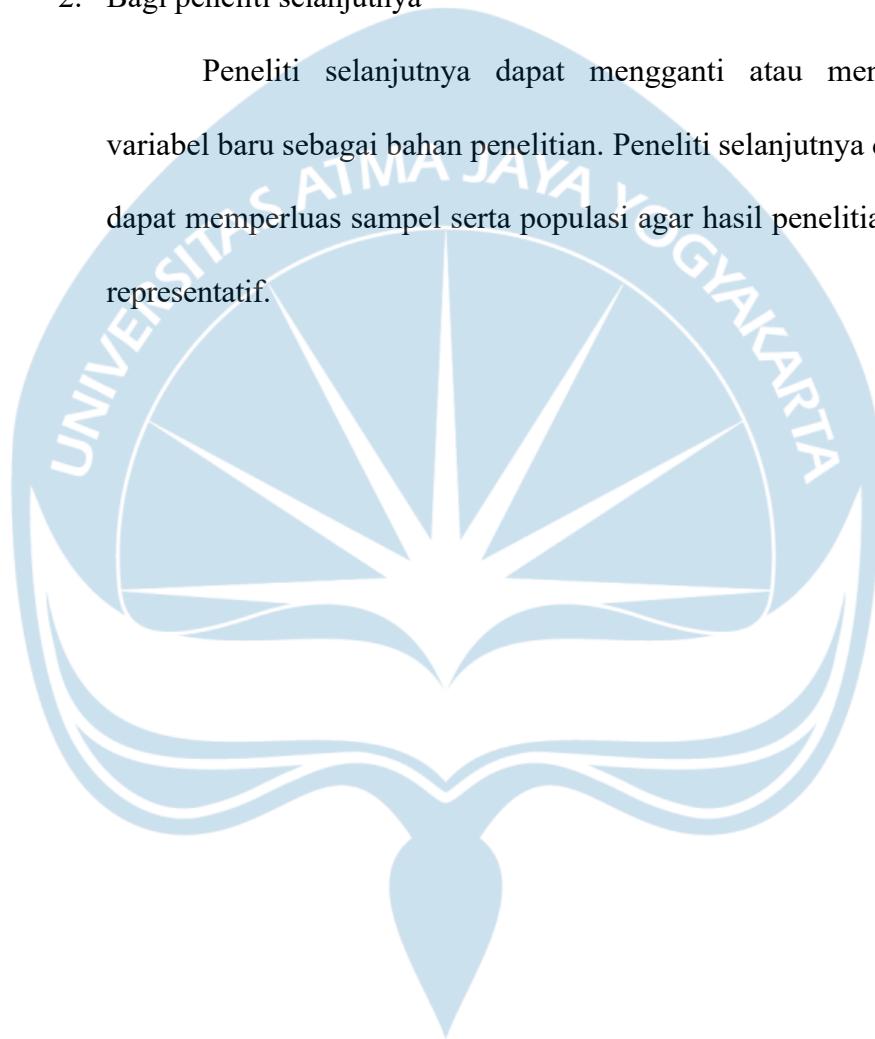
1. Bagi pembaca

Dengan adanya penelitian ini, pembaca diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mengenai persepsi biaya, risiko, dan keamanan sebelum memutuskan untuk berinvestasi di aset

cryptocurrency. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi inspirasi dan motivasi bagi pembaca dalam meningkatkan pengetahuan dalam berinvestasi di *cryptocurrency*.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengganti atau menambahkan variabel baru sebagai bahan penelitian. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel serta populasi agar hasil penelitian semakin representatif.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., & Kurniawan, F. (2018). Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-commerce. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1), 3.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada e-commerce Tokopedia Di Kota Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Barus, D. A. B. (2021). Work From Home Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Persepsi Guru Di Kabupaten Sikka Maumere Nusa Tenggara Timur. *Debi Angelina Br Barus*, 5(2).
- Dewi Candra, L., & Abdullah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Investasi Dengan Cryptocurrency. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2).
- Diah, K., Putri, L., Ayu, G., & Budiasih, N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Return, dan Motivasi pada Minat Mahasiswa Berinvestasi Cryptocurrency. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(5), 181–197. <https://doi.org/10.54066/jikma.v1i5.785>
- Ekamevia P.E, & Sebayang A.F. (2022). Preferensi Masyarakat mengenai Cryptocurrency sebagai Alat Investasi di Masa Mendatang.
- Erijanto, A. C., & Fibrianto, K. (2018). Variasi kemasan terhadap tingkat kesukaan dan pengambilan keputusan konsumen pada pembelian makanan tradisional: Kajian pustaka. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 6(1).
- Farokha, S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Niat Menabung Pada Produk Tabungan Emas Pegadaian.
- Hasanah, U., & Suhada, B. (2022). Pengaruh Program Keluarga Harapan (PKH) Terhadap Penanggulangan Kemiskinan di Kota Metro

- (Studi Kasus Kecamatan Metro Barat). Dalam *Jurnal Manajemen Diversifikasi* (Vol. 2, Nomor 4).
- Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital DANA. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1(4), 181–202. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i4.1433>
- Huda, N., & Hambali, R. (2020). Risiko dan Tingkat Keuntungan Investasi Cryptocurrency. *Manajemen dan Bisnis: Performa*, 17(1). <https://doi.org/10.29313/performa.v17i1.7236>
- Ismail Farida Fitriani, & Sudarmadi Dedy. (t.t.). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan PT. Beton Elemen Persada.
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian baju batik di toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua Jurnal*, 3(1), 13–24.
- Modernisasi, J. E., & Subianto, T. (t.t.). STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. <http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id>
- Muhammad, Leniwati, D., N.W Prasetyo, A., Juanda, A., Wahyuni, E. D., & Setyawan, S. (2023). Pengaruh Attitude Subjective Norms, dan Perceived Behavioural Control Terhadap Minat Investor Berinvestasi Cryptocurrency. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 47. <https://doi.org/10.29103/jak.v11i1.8372>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Naufal Hasani, M. (2022). Analisis Cryptocurrency Sebagai Alat Alternatif Dalam Berinventasi Di Indonesia Pada Mata Uang Digital Bitcoin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(2), 329–344. <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jiebJilid>
- Nurmawan, A. (2023). Analisis Persepsi Mahasiswa Tentang Aset Cryptocurrency Ditinjau Dari Biaya, Manfaat Dan Resiko.
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang.
- Putri Ramadhani, A., Afifah Septyasari, I., Nur Hasannah, F., & Kustiawati, D. (2022). Investasi ditinjau dari Perspektif Ekonomi

- dan Ekonomi Islam. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(12), 1579–1589. <https://doi.org/10.36418/jiss.v3i12.746>
- Ruhamak, M. D. (2016). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Air Minum Merk Aqua (Studi Kasus Di Ud Budi Jaya Kediri). *Ekonika: Jurnal ekonomi universitas kadiri*, 1(1).
- Sadiyah Khalimatus. (2021). Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Elektronik Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada CV. Amelia Sukses Mandiri Lamongan).
- Santoso, G., & Triwijayati, A. (2018). Gaya pengambilan keputusan pembelian pakaian secara online pada generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 11(3), 231–242.
- Widowati, M., & Mohklas. (2015). Model Kepuasan Pelanggan Dengan Pengalaman Kerja Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Rumah Sakit Di Kota Semarang). *Dalam Juni* (Vol. 10, Nomor 1).
- Wira, T., & Suryawijaya, E. (2023). Memperkuat Keamanan Data melalui Teknologi Blockchain: Mengeksplorasi Implementasi Sukses dalam Transformasi Digital di Indonesia Strengthening Data Security through Blockchain Technology: Exploring Successful Implementations in Digital Transformation in Indonesia. 2(1), 55–67. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.55-67>
- rAgustina, L., & Kurniawan, F. (2018). Sistem Reputasi Penjual dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian di Platform C2C E-commerce. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 7(1), 3.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96–104.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada e-commerce Tokopedia Di Kota Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Barus, D. A. B. (2021). Work From Home Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Persepsi Guru Di Kabupaten Sikka Maumere Nusa Tenggara Timur. *Debi Angelina Br Barus*, 5(2).
- Dewi Candra, L., & Abdullah, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat

- Investasi Dengan Cryptocurrency. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2).
- Diah, K., Putri, L., Ayu, G., & Budiasih, N. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Return, dan Motivasi pada Minat Mahasiswa Berinvestasi Cryptocurrency. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(5), 181–197. <https://doi.org/10.54066/jikma.v1i5.785>
- Ekamevia P.E, & Sebayang A.F. (2022). Preferensi Masyarakat mengenai Cryptocurrency sebagai Alat Investasi di Masa Mendatang.
- Erijanto, A. C., & Fibrianto, K. (2018). Variasi kemasan terhadap tingkat kesukaan dan pengambilan keputusan konsumen pada pembelian makanan tradisional: Kajian pustaka. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 6(1).
- Farokha, S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Niat Menabung Pada Produk Tabungan Emas Pegadaian.
- Hasanah, U., & Suhada, B. (2022). Pengaruh Program Keluarga Harapan (PKH) Terhadap Penanggulangan Kemiskinan di Kota Metro (Studi Kasus Kecamatan Metro Barat). *Dalam Jurnal Manajemen Diversifikasi* (Vol. 2, Nomor 4).
- Hikmah, A., & Nurlinda, R. (2023). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Dompot Digital DANA. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1(4), 181–202. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v1i4.1433>
- Huda, N., & Hambali, R. (2020). Risiko dan Tingkat Keuntungan Investasi Cryptocurrency. *Manajemen dan Bisnis: Performa*, 17(1). <https://doi.org/10.29313/performa.v17i1.7236>
- Ismail Farida Fitriani, & Sudarmadi Dedy. (t.t.). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal Terhadap Kinerja Karyawan PT. Beton Elemen Persada.
- Milano, A., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian baju batik di toko “Florensia” Kota Sawahlunto. *Matua Jurnal*, 3(1), 13–24.
- Modernisasi, J. E., & Subianto, T. (t.t.). STUDI TENTANG PERILAKU KONSUMEN BESERTA IMPLIKASINYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. <http://e-journal.ukanjuruhan.ac.id>
- Muhammad, Leniwati, D., N.W Prasetyo, A., Juanda, A., Wahyuni, E. D., & Setyawan, S. (2023). Pengaruh Attitude Subjective Norms, dan Perceived Behavioural Control Terhadap Minat Investor Berinvestasi

- Cryptocurrency. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 47.
<https://doi.org/10.29103/jak.v11i1.8372>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Naufal Hasani, M. (2022). Analisis Cryptocurrency Sebagai Alat Alternatif Dalam Berinventasi Di Indonesia Pada Mata Uang Digital Bitcoin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 8(2), 329–344.
<http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>Jilid
- Nurmawan, A. (2023). Analisis Persepsi Mahasiswa Tentang Aset Cryptocurrency Ditinjau Dari Biaya, Manfaat Dan Resiko.
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang.
- Putri Ramadhani, A., Afifah Septyasari, I., Nur Hasannah, F., & Kustiawati, D. (2022). Investasi ditinjau dari Perspektif Ekonomi dan Ekonomi Islam. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 3(12), 1579–1589.
<https://doi.org/10.36418/jiss.v3i12.746>
- Ruhamak, M. D. (2016). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Air Minum Merk Aqua (Studi Kasus Di Ud Budi Jaya Kediri). *Ekonika: Jurnal ekonomi universitas kadiri*, 1(1).
- Sadiyah Khalimatus. (2021). Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Elektronik Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada CV. Amelia Sukses Mandiri Lamongan).
- Santoso, G., & Triwijayati, A. (2018). Gaya pengambilan keputusan pembelian pakaian secara online pada generasi Z Indonesia. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 11(3), 231–242.
- Widowati, M., & Mohklas. (2015). Model Kepuasan Pelanggan Dengan Pengalaman Kerja Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Rumah Sakit Di Kota Semarang). *Dalam Juni (Vol. 10, Nomor 1)*.
- Wira, T., & Suryawijaya, E. (2023). Memperkuat Keamanan Data melalui Teknologi Blockchain: Mengeksplorasi Implementasi Sukses dalam Transformasi Digital di Indonesia Strengthening Data Security through Blockchain Technology: Exploring Successful Implementations in Digital Transformation in Indonesia. 2(1), 55–67.
<https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.55-67>

Lampiran

A. Lampiran kuesioner

1. Pernyataan Screening

Oleh karena itu, saya membutuhkan kriteria responden dalam penelitian ini yaitu

- a. Mahasiswa aktif Di Yogyakarta
- b. Mengerti dan pernah bertransaksi di *Cryptocurrency*

2. Pertanyaan *Screening*

Apakah anda mengerti dan pernah melakukan transaksi pada market *Cryptocurrency* ? Ya/Tidak

3. Identitas responden

Nama:

Laki-laki/Perempuan:

Nama Universitas:

4. Pengetahuan *cryptocurrency*

Pada bagian pengetahuan adalah bagian untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan mahasiswa dalam aset *cryptocurrency*. Variabel ini merupakan variabel mediasi dalam penelitian ini.

Keterangan: poin pertama dan kedua menunjukkan sangat tidak setuju dan tidak setuju, sementara poin ketiga netral, poin keempat menunjukkan setuju dan poin kelima menunjukkan sangat setuju.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Tujuan adanya instrumen <i>cryptocurrency</i> dibuat untuk melawan inflasi Fiat					

2	Ketika menggunakan instrumen investasi <i>cryptocurrency</i> harus mengerti tentang teknologi <i>blockchain</i>					
3	Instrumen investasi <i>cryptocurrency</i> berbeda dengan Instrumen investasi Saham					
4	Cara mengamankan dan menyimpan <i>cryptocurrency</i> dengan aman, seperti menggunakan <i>crypto wallet</i>					
5	Pemahaman yang cukup tentang volatilitas harga <i>cryptocurrency</i> dan risiko investasi yang terkait					
6	Sebelum menggunakan instrumen investasi <i>cryptocurrency</i> harus mengidentifikasi potensi keuntungan dan risiko terkait dengan investasi dalam <i>cryptocurrency</i>					
7	Instrumen <i>cryptocurrency</i> dipelopori oleh salah satu aset terbesar <i>cryptocurrency</i> saat ini yaitu Bitcoin					

5. Biaya

Aspek variabel independen pertama dalam penelitian peneliti adalah biaya. Aspek ini menjelaskan tentang bagaimana mahasiswa memandang pengaruh biaya terhadap keputusan pembelian aset *cryptocurrency*.

Keterangan: poin pertama dan kedua menunjukkan sangat tidak setuju dan tidak setuju, sementara poin ketiga netral, poin keempat menunjukkan setuju dan poin kelima menunjukkan sangat setuju.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Biaya transaksi dalam investasi <i>cryptocurrency</i> memiliki dampak signifikan pada keuntungan keseluruhan					

2	Membayar biaya tambahan untuk menggunakan platform atau layanan investasi <i>cryptocurrency</i> yang menawarkan fitur tambahan atau keamanan ekstra					
3	Biaya transfer <i>cryptocurrency</i> yang tinggi dapat menjadi hambatan untuk adopsi lebih luas di kalangan investor					
4	Biaya terkait dengan pertukaran <i>cryptocurrency</i> saat ini cukup transparan dan mudah dimengerti oleh investor					
5	Biaya terkait penyimpanan dan keamanan aset <i>digital</i> (wallet) merupakan pertimbangan penting dalam pengelolaan portofolio <i>cryptocurrency</i>					

6. Risiko

Aspek variabel independen kedua dalam penelitian peneliti adalah resiko. Aspek ini menjelaskan tentang bagaimana mahasiswa memandang resiko terhadap keputusan pembelian aset *cryptocurrency*.

Keterangan: poin pertama dan kedua menunjukkan sangat tidak setuju dan tidak setuju, sementara poin ketiga netral, poin keempat menunjukkan setuju dan poin kelima menunjukkan sangat setuju.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Risiko volatilitas harga <i>cryptocurrency</i> merupakan faktor yang signifikan dalam keputusan investasi					
2	Risiko keamanan terkait dengan peretasan atau serangan siber adalah kendala serius dalam berinvestasi di <i>cryptocurrency</i>					

3	Risiko peraturan pemerintah terhadap <i>cryptocurrency</i> dapat memengaruhi nilai investasi					
4	Risiko likuiditas, terutama dalam menjual <i>cryptocurrency</i> untuk mendapatkan uang tunai, dapat menjadi tantangan signifikan					
5	Risiko reputasi terkait dengan citra negatif <i>cryptocurrency</i> dapat mempengaruhi keputusan investasi					

7. Keamanan

Aspek variabel independen ketiga dalam penelitian peneliti adalah Keamanan. Aspek ini menjelaskan tentang bagaimana mahasiswa memandang keamanan terhadap keputusan pembelian aset *cryptocurrency*. Keterangan: poin pertama dan kedua menunjukkan sangat tidak setuju dan tidak setuju, sementara poin ketiga netral, poin keempat menunjukkan setuju dan poin kelima menunjukkan sangat setuju.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Teknologi <i>blockchain</i> sudah sepenuhnya aman dan terkendali					
2	Mempertimbangkan lokasi penyimpanan aset <i>digital</i> (online atau offline) sebagai faktor keamanan yang signifikan dalam keputusan investasi					
3	Risiko keamanan, seperti potensi hack atau pencurian, menjadi perhatian utama dalam portofolio investasi <i>cryptocurrency</i>					
4	konsep <i>blockchain</i> yang membuat para investor dapat melakukan <i>tracking</i> pada setiap transaksi yang ada (jumlah <i>short</i> , <i>long</i> , persebaran <i>token/coin</i> , dll)					

5	Terlepas dari transparansi instrumen <i>cryptocurrency</i> , beberapa kasus terkait keamanan beberapa <i>project coin/token</i> tertentu seperti Axie Infinity akan mengubah persepsi mengenai instrumen Investasi <i>cryptocurrency</i>					
6	Bahwa tidak semua <i>project</i> dan <i>developer</i> bisa dipercaya (contoh: kasus FTX)					

8. Keputusan pembelian

Pada variabel dependen keputusan pembelian digunakan untuk mengukur seberapa penting keputusan pembelian pada aset *cryptocurrency*.

Keterangan: poin pertama dan kedua menunjukkan sangat tidak setuju dan tidak setuju, sementara poin ketiga netral, poin keempat menunjukkan setuju dan poin kelima menunjukkan sangat setuju.

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	tingkat volatilitas harga <i>cryptocurrency</i> dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada aset <i>cryptocurrency</i>					
2	melakukan riset independen dan membaca berita terkini dapat mempengaruhi hasil keputusan pembelian pada aset <i>cryptocurrency</i>					
3	melihat perkembangan teknologi dapat mempengaruhi hasil keputusan pembelian pada aset <i>cryptocurrency</i>					
4	opini dan hasil analisis para ahli dapat mempengaruhi hasil keputusan pembelian pada aset <i>cryptocurrency</i>					

5	keamanan <i>platform</i> atau bursa tempat membeli aset <i>cryptocurrency</i> dapat mempengaruhi hasil keputusan pembelian					
---	--	--	--	--	--	--

9. Jawaban responden

a. Variabel biaya

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
4	2	5	3	2
1	3	2	4	5
3	2	4	5	5
5	2	4	5	4
5	5	5	5	5
3	2	3	3	3
5	5	2	4	2
2	3	4	5	5
2	3	4	2	3
3	4	2	4	4
4	4	2	5	4
5	5	5	5	5
3	4	4	5	3
4	5	5	3	5
3	4	4	5	3
1	5	3	2	2
4	2	4	3	4
4	4	5	4	3
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
2	3	4	2	3
3	4	4	4	3
3	3	3	3	3
3	3	2	4	4
4	4	3	4	4
4	4	2	4	3
4	3	4	4	4
5	3	5	3	4
5	5	5	5	5
5	4	3	4	5
5	4	5	5	5

4	5	4	5	5
4	3	4	4	3
3	4	3	4	4
4	2	3	3	4
5	5	5	5	5
3	5	4	4	5
4	4	4	4	4
3	4	4	3	4
4	3	5	3	4
4	3	4	4	4
3	4	4	5	4
3	4	4	3	5
4	5	5	5	4
4	4	4	4	5
3	4	2	4	3
3	5	1	1	1
4	4	5	4	4
4	4	4	5	5
2	2	3	4	3
2	3	4	3	5
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
4	3	2	3	3
3	2	3	4	4
3	2	4	3	4
4	2	4	4	5
3	4	2	5	3
4	4	4	4	4
3	2	4	4	3
3	3	3	3	3
4	3	4	3	4
3	4	5	3	5
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	3	3
4	3	2	3	5
4	4	4	3	4
3	3	4	4	4
4	2	4	4	4
3	3	3	4	4
4	4	4	4	5

5	3	5	5	5
1	1	5	5	1
1	4	5	5	5
2	3	3	4	4
5	5	3	3	3
5	5	3	4	5
4	3	4	3	4
4	3	3	3	3
3	2	4	5	4
3	4	5	3	4
5	4	3	3	3
5	5	5	5	5
4	4	3	4	3
5	3	5	3	5
4	3	5	4	5
1	4	5	5	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	1	5	5
5	2	5	3	4
3	4	3	4	3
4	2	4	3	3
4	4	4	4	4
2	3	3	3	2
4	5	4	5	5
2	4	3	3	3
4	4	5	3	4

b. Variabel resiko

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
5	5	3	4	2
3	4	5	4	2
4	3	3	4	4
3	1	2	5	3
5	5	5	5	5
4	3	5	4	3
4	4	4	4	1
5	5	3	5	5
4	2	3	4	3
4	4	4	4	4
1	4	2	4	2

5	5	5	5	5
3	4	5	4	4
4	4	5	3	5
3	3	5	5	4
2	1	5	3	3
4	2	4	4	4
4	4	5	4	3
4	4	2	4	3
3	3	4	4	3
4	2	3	3	4
4	3	4	3	3
3	3	3	3	3
2	3	3	3	3
4	4	4	4	4
5	4	3	4	5
3	3	4	4	4
3	4	4	5	5
5	3	3	5	4
4	4	5	5	4
5	5	5	5	5
5	5	4	4	5
4	4	4	4	4
3	5	2	2	2
2	3	2	4	4
5	5	5	5	5
4	5	5	3	4
4	4	4	4	4
3	3	3	4	3
4	3	5	4	4
4	4	3	4	3
5	4	4	4	4
5	5	5	4	5
5	5	4	5	5
5	4	4	4	5
2	3	4	3	4
3	2	1	2	5
4	5	4	4	5
5	5	5	5	5
3	4	4	3	3
2	2	3	4	3
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5

2	3	3	3	3
4	5	4	4	4
4	4	4	4	3
5	4	4	5	4
3	3	4	2	4
4	4	4	4	4
5	3	5	2	1
3	3	4	3	2
4	3	5	3	4
4	5	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	5	3	3	3
4	3	4	4	2
5	5	5	3	3
4	4	5	4	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	5	4
5	5	2	5	1
5	1	3	1	1
5	5	4	3	5
3	3	4	3	3
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
4	5	5	4	4
3	3	3	3	3
4	5	3	4	3
5	5	3	5	2
3	2	3	3	2
5	5	1	5	5
4	3	4	3	4
5	5	5	5	5
4	5	4	4	4
5	5	1	1	2
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	3	4	3	5
3	4	4	3	2

3	3	3	3	3
2	3	3	4	4
4	4	5	5	5
4	3	3	3	3
4	5	3	3	3

c. Variabel keamanan

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
4	1	4	5	3	4
5	2	3	1	4	5
4	4	3	2	3	2
5	4	2	5	5	2
5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	5	3
4	4	4	4	4	4
4	4	3	5	5	5
2	3	4	1	5	4
2	4	5	4	4	4
4	2	4	5	2	5
5	5	5	5	5	5
3	4	3	4	4	4
4	4	5	3	3	5
4	5	5	5	4	5
4	1	3	4	1	2
5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	2	5	3	4	5
2	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3
2	4	4	5	5	4
3	4	4	4	3	4
2	4	4	4	4	5
3	4	3	3	4	4
2	5	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5

4	5	5	4	4	5
5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5
3	4	5	4	4	4
4	3	5	4	3	5
2	3	3	4	4	3
5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	2	4
4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4
3	2	4	5	3	5
4	4	4	4	4	4
2	1	2	3	4	4
3	4	4	4	3	5
5	5	4	5	4	5
4	5	4	4	4	5
2	4	3	4	3	4
5	3	5	2	2	1
4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5
2	2	5	3	3	4
3	4	5	1	3	4
3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	4	5
4	3	2	2	3	3
3	3	4	4	3	4
2	3	4	3	3	4
4	4	5	4	3	5
4	3	2	3	4	3
4	4	4	4	4	4
2	4	5	4	3	5
3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4
4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5
2	3	4	3	3	3
3	3	5	4	2	5
3	3	4	3	5	5
4	3	3	2	3	5
4	3	4	4	4	4
2	4	4	4	4	2

3	3	3	3	3	3
5	4	4	5	4	4
1	5	5	5	5	5
5	5	1	3	1	5
3	4	5	4	3	5
5	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	5
3	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3
3	5	5	5	3	3
3	3	3	3	3	3
1	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	3
3	3	3	5	5	5
4	5	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
1	4	5	2	5	5
2	3	3	4	3	4
3	4	2	4	4	3
3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	4
3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	4	5	3	3	4

d. Variabel pengetahuan cryptocurrency

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7
5	3	4	1	4	2	5
5	3	4	2	5	4	2
4	3	1	5	4	4	5
5	4	3	5	2	5	2
5	5	5	5	5	5	5
5	3	3	3	4	3	5
5	5	5	4	4	4	5
5	3	5	3	5	5	5
3	2	3	4	1	3	2

4	4	4	5	5	5	5
3	3	4	2	4	2	4
5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	3	4	5
3	3	4	4	4	4	5
3	5	4	5	5	3	4
3	2	2	2	1	5	3
4	4	3	4	4	4	5
4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	4	3	5	5
5	4	3	4	3	4	4
3	2	2	4	2	3	4
4	2	3	4	4	2	4
3	3	4	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4
5	4	4	5	5	5	5
3	4	4	3	3	4	3
5	4	5	5	3	4	4
5	5	3	2	4	5	5
4	5	5	5	3	4	3
4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	3	4	5
2	4	2	4	4	4	5
3	3	3	2	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	3	2	5	3
4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3	4
3	2	4	2	4	3	5
4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	4	4	4
4	3	4	4	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	4
3	2	4	2	4	3	4
3	1	1	2	3	5	1
4	4	5	4	5	5	4
4	5	5	5	4	5	3
3	4	4	3	3	3	4
2	3	3	2	4	2	2

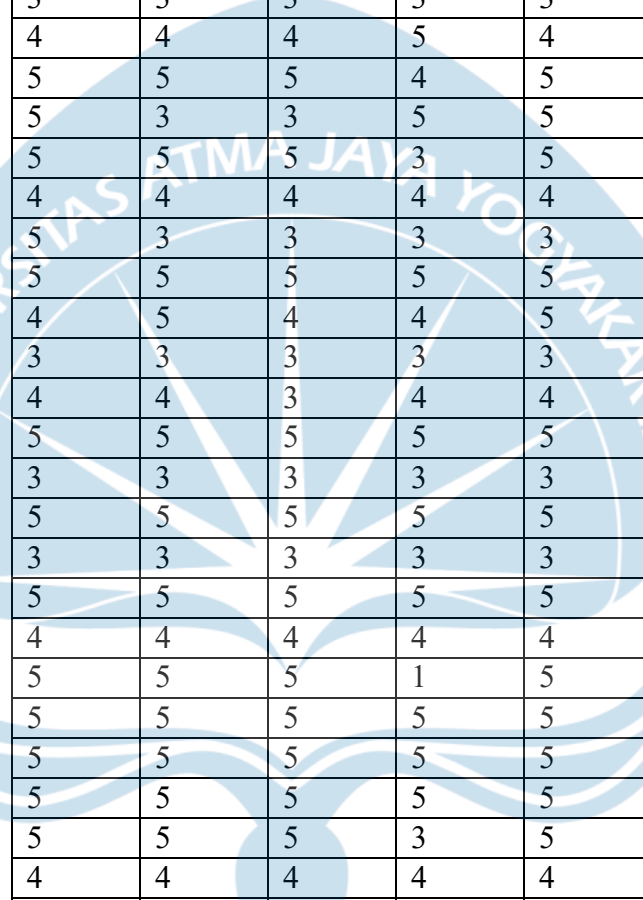
3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	4	5	5	5
3	4	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4	4
3	4	3	4	4	3	3
4	4	5	3	5	4	5
3	4	5	2	3	4	4
4	4	5	4	5	5	5
4	3	4	5	3	2	3
3	3	4	4	3	2	3
4	4	4	4	3	4	4
4	5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4
3	4	4	4	5	5	5
3	4	5	4	3	4	3
3	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5
3	4	3	4	4	4	4
3	4	4	5	4	5	4
5	1	3	4	5	5	5
3	1	5	5	5	5	5
5	3	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4	5
5	5	3	3	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5
2	1	4	4	3	2	3
4	4	4	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5
5	3	5	5	3	3	5
5	1	1	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4
3	5	3	3	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	5	5	5

3	4	4	4	3	3	3
4	3	4	2	3	4	5
4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	2	3	2
4	4	5	5	5	4	5
3	3	5	4	4	4	5
4	3	5	4	5	4	4

e. Variabel keputusan pembelian

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
2	5	1	4	5
4	3	2	5	5
4	3	4	5	4
5	4	4	5	5
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
4	5	4	4	4
5	5	5	5	5
2	3	4	3	2
3	4	4	4	4
2	3	2	2	4
5	5	5	5	5
4	4	4	3	4
3	5	3	4	5
3	4	5	5	5
3	1	2	4	5
5	5	5	4	4
4	3	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	3	3	4
4	3	2	5	3
4	4	4	4	3
3	3	3	3	3

3	4	2	3	4
2	4	4	4	4
5	5	5	5	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	3
4	5	5	5	5
5	5	5	4	4
4	5	5	4	5
4	5	5	5	5
4	5	4	5	5
5	5	4	4	4
2	2	4	4	3
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
3	3	4	3	4
3	2	4	5	3
4	4	3	4	4
4	3	2	4	4
4	4	4	4	4
5	4	5	5	5
4	4	5	5	5
3	2	4	3	3
1	3	2	2	1
4	4	4	4	5
4	5	5	5	5
3	3	3	3	3
4	3	2	5	3
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
3	3	3	3	4
5	3	4	4	5
4	4	4	4	4
4	4	5	5	4
4	2	3	4	4
4	4	4	4	4
4	3	2	4	5
3	3	3	3	4
4	4	4	4	3
3	4	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4



3	3	3	3	3
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	3	5	4
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	4	5	4
5	5	5	4	5
5	3	3	5	5
5	5	5	3	5
4	4	4	4	4
5	3	3	3	3
5	5	5	5	5
4	5	4	4	5
3	3	3	3	3
4	4	3	4	4
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	1	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	3	5
4	4	4	4	4
2	3	3	4	2
3	4	3	4	3
4	3	4	3	4
4	4	4	4	4
4	4	4	3	4
4	4	4	3	5

B. Jawaban SPSS

a. Uji validitas

Gambar 4 - Uji Validitas

- X1

Correlations

		Butir X1.1	Butir X1.2	Butir X1.3	Butir X1.4	Butir X1.5	Total
Butir X1.1	Pearson Correlation	1	.299**	.203*	.184	.366**	.666**
	Sig. (2-tailed)		.003	.043	.066	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir X1.2	Pearson Correlation	.299**	1	.020	.226*	.237*	.565**
	Sig. (2-tailed)	.003		.844	.024	.018	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir X1.3	Pearson Correlation	.203*	.020	1	.232*	.348**	.574**
	Sig. (2-tailed)	.043	.844		.020	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir X1.4	Pearson Correlation	.184	.226*	.232*	1	.416**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.066	.024	.020		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir X1.5	Pearson Correlation	.366**	.237*	.348**	.416**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.666**	.565**	.574**	.625**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

- X2

		Correlations					
		Butir X2.1	Butir X2.2	Butir X2.3	Butir X2.4	Butir X2.5	Total
Butir X2.1	Pearson Correlation	1	.525**	.279**	.321**	.333**	.694**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.001	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir X2.2	Pearson Correlation	.525**	1	.249*	.392**	.342**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000		.013	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir X2.3	Pearson Correlation	.279**	.249*	1	.317**	.378**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.005	.013		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir X2.4	Pearson Correlation	.321**	.392**	.317**	1	.471**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir X2.5	Pearson Correlation	.333**	.342**	.378**	.471**	1	.736**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.694**	.721**	.639**	.703**	.736**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

- X3

		Correlations						
		Butir X3.1	Butir X3.2	Butir X3.3	Butir X3.4	Butir X3.5	Butir X3.6	Total
Butir X3.1	Pearson Correlation	1	.244*	.066	.207*	.097	.096	.468**
	Sig. (2-tailed)		.014	.511	.039	.339	.341	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Butir X3.2	Pearson Correlation	.244*	1	.379**	.422**	.467**	.373**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Butir X3.3	Pearson Correlation	.066	.379**	1	.342**	.272**	.429**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.511	.000		.001	.006	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Butir X3.4	Pearson Correlation	.207*	.422**	.342**	1	.320**	.360**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.039	.000	.001		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Butir X3.5	Pearson Correlation	.097	.467**	.272**	.320**	1	.340**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.339	.000	.006	.001		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Butir X3.6	Pearson Correlation	.096	.373**	.429**	.360**	.340**	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.341	.000	.000	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.468**	.750**	.637**	.693**	.638**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

- Y

Correlations

		Butir Y.1	Butir Y.2	Butir Y.3	Butir Y.4	Butir Y.5	Total
Butir Y.1	Pearson Correlation	1	.564**	.591**	.435**	.605**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir Y.2	Pearson Correlation	.564**	1	.636**	.359**	.580**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir Y.3	Pearson Correlation	.591**	.636**	1	.396**	.476**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir Y.4	Pearson Correlation	.435**	.359**	.396**	1	.470**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Butir Y.5	Pearson Correlation	.605**	.580**	.476**	.470**	1	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.820**	.807**	.805**	.674**	.795**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

- Z

Butir Z.1	Pearson Correlation	1	.314**	.278**	.365**	.426**	.391**	.419**	.667**
	Sig. (2-tailed)		.001	.005	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Butir Z.2	Pearson Correlation	.314**	1	.424**	.331**	.307**	.389**	.297**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.001	.002	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Butir Z.3	Pearson Correlation	.278**	.424**	1	.288**	.292**	.172	.297**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.004	.003	.088	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Butir Z.4	Pearson Correlation	.365**	.331**	.288**	1	.334**	.364**	.297**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.004		.001	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Butir Z.5	Pearson Correlation	.426**	.307**	.292**	.334**	1	.444**	.636**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.003	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Butir Z.6	Pearson Correlation	.391**	.389**	.172	.364**	.444**	1	.413**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.088	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Butir Z.7	Pearson Correlation	.419**	.297**	.297**	.297**	.636**	.413**	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.003	.003	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.667**	.671**	.597**	.639**	.729**	.670**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

b. Uji reliabilitas

Gambar 5 - Uji Reliabilitas

- X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.626	5

- X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	5

- X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	6

- Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	5

- Z

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	7

c. Uji asumsi klasik

Gambar 6 - Uji Asumsi Klasik

- Uji normalitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.074	1.437		.051	.959
	BIAYA (X1)	.152	.114	.134	1.334	.185
	RESIKO (X2)	.212	.093	.211	2.268	.026
	KEAMANAN (X3)	.357	.087	.374	4.119	.000
	PENGETAHUAN (Z)	.171	.070	.219	2.459	.016

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

- Uji normalitas Monte Carlo

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.01416269	
Most Extreme Differences	Absolute	.104	
	Positive	.104	
	Negative	-.053	
Test Statistic		.104	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.212 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.201
		Upper Bound	.223

- Uji multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.074	1.437		.051	.959		
	BIAYA (X1)	.152	.114	.134	1.334	.185	.340	2.940
	RESIKO (X2)	.212	.093	.211	2.268	.026	.396	2.526
	KEAMANAN (X3)	.357	.087	.374	4.119	.000	.415	2.411
	PENGETAHUAN (Z)	.171	.070	.219	2.459	.016	.429	2.333

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

- Uji heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.636	.837		4.343	.000
	BIAYA (X1)	-.032	.066	-.083	-4.89	.626
	RESIKO (X2)	-.052	.054	-.150	-.955	.342
	KEAMANAN (X3)	-.025	.051	-.075	-.491	.624
	PENGETAHUAN (Z)	.005	.041	.017	.115	.909

a. Dependent Variable: ABS_RES

d. Regresi linear berganda dan uji t

Gambar 7 - Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.028	1.420		.724	.471
	BIAYA (X1)	.228	.112	.201	2.031	.045
	RESIKO (X2)	.287	.091	.285	3.168	.002
	KEAMANAN (X3)	.398	.087	.416	4.558	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

e. Uji MRA

Gambar 8 - Uji MRA

- X1Z

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.807	7.088		-.255	.799
	BIAYA (X1)	.725	.423	.638	1.716	.089
	PENGETAHUAN (Z)	.444	.252	.568	1.764	.081
	X1Z	-.008	.014	-.347	-.560	.577

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

- X2Z

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.747	7.892		-.348	.729
	RESIKO (X2)	.763	.462	.758	1.652	.102
	PENGETAHUAN (Z)	.509	.273	.651	1.866	.065
	X2Z	-.011	.015	-.535	-.736	.463

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

- X3Z

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.646	8.164		-.447	.656
	KEAMANAN (X3)	.700	.390	.732	1.794	.076
	PENGETAHUAN (Z)	.432	.279	.553	1.548	.125
	X3Z	-.007	.013	-.367	-.539	.591

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

