

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI TENTANG
PINJAMANAN ONLINE, DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA
MASYARAKAT PROVINSI YOGYAKARTA TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE**

TESIS

*Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
magister Manajemen*



Disusun Oleh :

Nama : Ningsih Djamsi
Nomor Mahasiswa : 22911031
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2024

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI TENTANG
PINJAMANAN ONLINE, DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA
MASYARAKAT PROVINSI YOGYAKARTA TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE**

Tesis S-2

Program Magister Manajemen



Disusun Oleh :

Nama : Ningsih Djamsi
Nomor Mahasiswa : 22911031
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN



Yogyakarta,

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh :

Dosen Penguji I



Abdul Maqin, SE., MBA., Ph.D.

Dosen Penguji II



Prof. Dr. Drs. Sutrisno, MM.

BERITA ACARA UJIAN TESIS

Pada hari Senin tanggal 11 November 2024 Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia telah mengadakan ujian tesis yang disusun oleh :

NINGSIH DJAMSI

No. Mhs. : 22911031

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Dengan Judul:

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI TENTANG PINJAMAN ONLINE, DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MASYARAKAT PROVINSI YOGYAKARTA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE

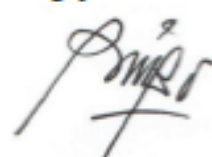
Berdasarkan penilaian yang diberikan oleh Tim Penguji,
maka tesis tersebut dinyatakan **LULUS**

Penguji I



Abdul Moin, SE., MBA., Ph.D.

Penguji II



Prof. Dr. Drs. Sutrisno, MM.



Mengetahui

Ketua Program Studi Magister Manajemen,



Anjar Priyono, SE., M.Si., Ph.D

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Ningsih Djamsi menyatakan bahwa tesis dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi tentang Pinjaman Online, dan Perilaku Konsumtif pada Masyarakat Provinsi Yogyakarta terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online" adalah hasil tulisan saya sendiri, dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Magister di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta 11 November 2024


METERAI
TEMPER
23AMX073062723
Ningsih Djamsi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Literasi Keuangan, Persepsi tentang Pinjaman Online, dan Perilaku Konsumtif* pada Masyarakat Provinsi Yogyakarta terhadap *Keputusan Penggunaan Pinjaman Online*. Dengan menggunakan purposive sampling sebagai metode, dengan sasaran masyarakat Provinsi Yogyakarta didapatkan jumlh data responden sebanyak 150 dari empat domisili daerah diantaranya kota Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul dan Kabupaten Kulon Progo. Data tersebut diolah menggunakan Analisa SEM PLS, dari proses pengolahan data menggunakan SEM PLS di dapatkan hasil bahwa Literasi Keuangan, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online. Persepsi tentang Pinjaman Online berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online. Perilaku Konsumtif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online.

Kata kunci: *Literasi Keuangan, Persepsi tentang Pinjaman Online, Perilaku Konsumtif, Keputusan Penggunaan Pinjaman Online*

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Financial Literacy, Perception of Online Loans, and Consumptive Behavior in the Yogyakarta Province Community on the Decision to Use Online Loans. By using purposive sampling as a method, targeting the Yogyakarta Province community, the number of respondent data was 150 from four domicile areas including the city of Yogyakarta, Sleman Regency, Bantul Regency and Kulon Progo Regency. The data was processed using SEM PLS Analysis, from the data processing process using SEM PLS, the results showed that Financial Literacy has a positive and significant effect on the Decision to Use Online Loans. Perception of Online Loans has a positive and significant effect on the Decision to Use Online Loans. Consumptive Behavior has a positive and significant effect on the Decision to Use Online Loans.

Keywords: Financial Literacy, Perception of Online Loans, Consumptive Behavior, Decision to Use Online Loans

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. atas rahmat dan karuniaNya, serta nikmat Iman dan Islam yang telah diberikan-Nya. Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW, keluarganya, para sahabat serta tabi'in dan tabi'atnya hingga kita selaku umatnya. Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

Dengan dedikasi yang tinggi akhirnya penulis berhasil menuntaskan karya ilmiah ini, berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi tentang Pinjaman Online, dan Perilaku Konsumtif pada Masyarakat Provinsi Yogyakarta terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online” sebagai syarat dalam meraih gelar Master Manajemen di Universitas Islam Indonesia.

Peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang selalu mendoakan, membantu, memberikan semangat dan motivasi dalam penyelesaian tesis ini. Adapun ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Abdul Moin, SE., M.B.A., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membantu dengan sigap selama pengerjaan tesis ini.
2. Segenap dosen Program Studi Magister Manajemen Universitas Islam Indonesia yang telah menyalurkan ilmu pengetahuan selama penulis menjadi mahasiswa.

3. Keluarga tercintaku Bapak Amon Djamsi dan Ibu Reny Saidi yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa tanpa henti.
4. Teman baik saya yang luar biasa Megawati yang selalu bersama dan menemani saya disegala kondisi kehidupan saya dari S1 sampai saat ini, yang telah banyak membantu dan memberi support dalam segala hal sedari awal perkuliahan hingga sampai dengan pembuatan tesis ini
5. Teman baik saya Mayske Ericka Dewi Suryanti dan M Riza Anshari yang selalu memberikan support, dukungan dan doa yang terbaik untuk kelancaran studi saya
6. Teman-teman saya di Angkatan MM 59 A yang selama ini membantu dalam masa perkuliahan
7. Teruntuk orang yang tak bisa di sebutkan namanya, yang tanpa disadari telah memberikan pengaruh positif, motivasi dan semangat dalam menyelesaikan studi sarjana dan magister saya. Maka dari itu akan saya abadikan dalam kata pengantar ini sebagai tanda bahwa ada telah menjadi bagian dari perjalanan studi ini.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	2
PENDAHULUAN	2
1.1. Latar Belakang	2
1.2. Rumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian	15
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Landasan Teori	16
2.1.1. Literasi Keuangan.....	16
2.1.2. Persepsi Tentang Pinjaman Online	18
2.1.3. Perilaku Konsumtif.....	20
2.1.4. Keputusan Penggunaan Pinjaman Online	22
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Pengembangan Hipotesis	27
2.4. Kerangka Berpikir	30
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1. Jenis Penelitian.....	31

3.2. Populasi dan Sampel	31
3.2.1. Populasi	31
3.2.2. Sampel	32
3.3. Defenisi Oprasional.....	34
3.4. Data dan Sumber Data	38
3.5. Pengujian Hipotesis.....	39
3.5.1. Outer Model.....	40
3.5.2. Inner Model	42
BAB IV	44
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Data atau Sampel.....	44
4.2 Karakteristik Responden.....	44
4.3 Outer Model.....	46
4.3.1 Uji Validitas Konvergen	46
4.3.2 Uji Validitas Diskriminan	48
4.3.3 Uji Reliabilitas.....	49
4.4 Inner Model.....	50
4.4.1 Uji R-Square	51
4.5 Uji Hipotesis	52
4.6 Pembahasan	54
4.6.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online	54
4.6.2 Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online	56

4.6.3 Pengaruh Persepsi Tentang Pinjaman Online terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online	58
BAB V	61
KESIMPULAN.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Identitas Responden.....	35
Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan dalam Kuesioner.....	36
Tabel 3. 3 Skala likert.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	45
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	49
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 5 R-Square	51
Tabel 4. 6 Path Coefficients	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	30
Gambar 4. 1 Jalur Inner Model	51

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi merupakan kekuatan perubahan terpenting dalam berbagai bidang kehidupan manusia. Menyaksikan kemajuan besar dalam bidang komputer dan Internet dalam revolusi industry 4.0 dengan penemuan komputer digital modern dan Internet telah mengubah cara komunikasi, informasi dan bisnis yang dilakukan di seluruh dunia (Florentina et al. 2023) Perkembangan teknologi beberapa dekade terakhir, khususnya revolusi digital, telah mengubah dunia secara drastis. Penggunaan komputer pribadi, internet, perangkat seluler, dan teknologi digital lainnya telah merambah seluruh aspek kehidupan manusia (omanva et al., 2017). Perkembangan ini tidak hanya mengubah cara masyarakat berinteraksi, namun juga menciptakan model bisnis baru dan meningkatkan produktivitas di berbagai bidang, termasuk pendidikan, kesehatan, dan industri.

Dalam dunia bisnis, transformasi digital mendorong otomatisasi, pemrosesan data yang lebih cepat, dan munculnya platform e-commerce dan layanan berbasis digital yang mengubah perilaku konsumsi masyarakat (Kumar & Kaur, 2021). Di sektor pendidikan, teknologi digital memungkinkan pembelajaran jarak jauh, akses terhadap informasi yang lebih komprehensif, dan metode pengajaran yang lebih interaktif dan personal (CHEMMANUR et al. 2020) Namun, meskipun teknologi digital membawa banyak manfaat, terdapat juga tantangan yang harus diatasi, seperti keamanan data, masalah privasi, dan semakin lebarnya kesenjangan digital

antara kelompok masyarakat dengan akses terbatas terhadap teknologi Oleh karena itu, adaptasi teknologi harus dibarengi dengan instrumen kebijakan yang tepat agar perubahan tersebut dapat memberikan manfaat yang sama bagi seluruh lapisan masyarakat (Feroz, Zo, and Chiravuri 2021)

Teknologi banyak digunakan di berbagai bidang seperti kesehatan, transportasi, pendidikan, keuangan dan hiburan. Ini sangat mempengaruhi aktivitas, bekerja, dan berkomunikasi. Perkembangan kecerdasan buatan, pemrosesan big data, dan konektivitas IoT(Internet of Things) membuka kemungkinan baru dalam otomatisasi, analisis data, dan pengembangan sistem yang lebih perubahan yang besar dalam bidang teknologi sekarang (Litvinenko 2020). Perkembangan teknologi juga mempengaruhi perubahan sosial dan ekonomi pada Masyarakat, membuat semakin terhubung satu sama lain dengan bergantung pada teknologi untuk kebutuhan sehari-hari (Setyorini et al. 2021).Hal ini secara umum mencerminkan perubahan yang cepat dan mendasar dalam cara hidup, bekerja dan berkomunikasi.

Selain itu, perkembangan teknologi juga mempercepat digitalisasi berbagai industri, yang pada akhirnya berdampak pada pola ketenagakerjaan dan perekonomian global. Misalnya, di bidang layanan kesehatan, teknologi seperti telemedis, analisis data kesehatan berbasis AI, dan perangkat layanan kesehatan yang terhubung dengan IoT telah meningkatkan efisiensi diagnosis dan pengobatan pasien (Basyirah, Kina, and Hidayati 2022). Di bidang transportasi, teknologi seperti mobil self-driving dan sistem manajemen lalu lintas berbasis AI telah

mengubah cara kita bepergian dan mengelola infrastruktur transportasi (Wang & Liu, 2021).

Di sektor keuangan, kemajuan fintech mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan layanan keuangan tradisional dengan memungkinkan masyarakat melakukan transaksi dengan cepat dan aman melalui platform digital (Rif'ah and Anita Yunikawati 2024). Sementara itu, teknologi streaming dan realitas virtual di sektor hiburan telah menciptakan pengalaman baru yang lebih interaktif dan imersif bagi konsumen (Perez & Johnson, 2019). Namun dampak teknologi ini juga membawa tantangan seperti meningkatnya ketergantungan pada teknologi dan hilangnya pekerjaan karena masalah otomatisasi dan privasi. Untuk mengatasi perubahan ini diperlukan kebijakan adaptif dan literasi teknologi yang tepat guna agar masyarakat dapat menggunakan teknologi secara bijaksana dan inklusif (Fathy El Dessouky and Al-Ghareeb 2020).

Perkembangan teknologi di bidang keuangan disebut fintech (financial technology) muncul sebagai salah satu aspek yang menyebabkan perubahan besar dalam pengelolaan keuangan, investasi, dan transaksi (Kirana Khiba and Ady 2023). Fintech hadir untuk membantu mempermudah aktivitas sehari-hari dalam bidang keuangan (Riwayati, Aviliani, and Tobing 2023). Konsumen masa kini mengharapkan akses yang lebih mudah dan cepat terhadap layanan keuangan dari mana saja melalui perangkat selulernya. Fintech menawarkan solusi terhadap kebutuhan ini, misalnya dengan perbankan digital, pembayaran digital, pinjaman online dan investasi online (Batunanggar 2019).

Perubahan perilaku konsumen meningkatkan kenyamanan melalui teknologi dan internet, yang meningkatkan kebutuhan akan konektivitas internet, layanan keuangan yang lebih efisien dan aman (Kalmykova and Ryabova 2016). Fintech telah membawa inovasi dan efisiensi pada proses pinjaman tradisional dan telah memainkan peran penting dalam pengembangan pinjaman online. Di era digital yang berkembang pesat, layanan pinjaman online telah menjadi salah satu solusi tren terpenting dalam perekonomian modern (CHEMMANUR et al. 2020). Pinjaman online adalah metode pembiayaan yang memungkinkan individu dan usaha kecil mengajukan pinjaman tanpa melalui bank atau lembaga keuangan tradisional (Prihatini 2023).

Pinjaman online ini sering kali disetujui dengan cepat dan memiliki syarat dan ketentuan yang lebih sederhana dibandingkan pinjaman tradisional. Layanan ini menjadi semakin populer karena kemudahan dan prosesnya yang cepat dibandingkan dengan pinjaman tradisional. Fintech mengacu pada inovasi teknologi yang bertujuan untuk meningkatkan layanan (CHEMMANUR et al. 2020). Dalam hal pinjaman online, fintech telah membuat perubahan besar dengan menjadikan proses pinjaman lebih cepat, mudah, dan dapat diakses oleh lebih banyak orang. Fintech telah mengubah lanskap industri pinjaman dengan memperkenalkan inovasi yang baru (Kalmykova & Ryabova 2016).

Fintech telah berhasil mengotomatiskan proses pengajuan, analisis, dan persetujuan pinjaman dengan menggunakan teknologi digital, algoritma canggih, dan analisis big data. Hal ini memungkinkan peminjam mengakses dana lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan metode tradisional (Sartika et al. 2021).

Perkembangan Fintech di Indonesia makin pesat berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada 9 Oktober 2023 menyatakan bahwa terdapat 101 perusahaan penyelenggara fintech peer-to-peer lending atau fintech lending yang berizin dan terdaftar di OJK(OJK 2024). Pinjaman online (Pinjol) di Indonesia meningkat sebesar Rp 22,76 triliun pada Maret 2024, menurut laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Terjadi peningkatan sekitar 15,35% dari periode maret 2023 (Muhamad, 2024).

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan secara efektif berbagai keterampilan keuangan seperti manajemen keuangan pribadi, penganggaran, dan investasi. Literasi keuangan mencakup pemahaman tentang konsep dasar keuangan seperti pendapatan, pengeluaran, tabungan, utang, investasi, dan risiko keuangan, serta kemampuan mengambil keputusan keuangan yang bijaksana dan bertanggung jawab. Ada beberapa aspek utama dalam literasi keuangan diantaranya, pengetahuan keuangan dasar untuk memahami istilah dan konsep keuangan dasar seperti pendapatan, pengeluaran, tabungan, utang, suku bunga, dan inflasi. (Aritonang, Sadalia, and Muluk 2023) menunjukkan bahwa meningkatkan literasi keuangan adalah salah satu cara untuk mengatasi masalah ini. Memahami cara kerja anggaran pribadi dan pentingnya menjaga keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran.

Literasi keuangan merevolusi industry dalam penggunaan jasa keuangan mengenai potensi dampak FinTech terhadap perencanaan keuangan pribadi, kesejahteraan, dan kesejahteraan Masyarakat (Panos and Wilson 2020). Rendahnya tingkat literasi keuangan juga dapat meningkatkan risiko penipuan terhadap produk

dan layanan keuangan yang dipilih Masyarakat (Amrullah et al. 2023). Literasi keuangan juga berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan masyarakat. Menurut (Aritonang et al. 2023), rendahnya tingkat literasi keuangan seringkali menghambat masyarakat dalam mengelola keuangannya secara efektif sehingga terjadi ketidakseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran.

Rendahnya tingkat literasi keuangan seringkali menghambat masyarakat dalam mengelola keuangannya secara efektif sehingga terjadi ketidakseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran. Selain itu, pemahaman yang lebih baik tentang konsep keuangan dasar dapat membantu individu membuat keputusan yang lebih cerdas terkait investasi, tabungan, dan pengelolaan utang. Dalam konteks perkembangan teknologi keuangan (FinTech), literasi keuangan memainkan peran penting dalam membantu masyarakat memanfaatkan inovasi ini secara efektif. Sebuah studi oleh (Panos and Wilson 2020) menyoroti bahwa FinTech memiliki potensi besar untuk berdampak pada perencanaan keuangan pribadi dan kesejahteraan masyarakat. Namun, tanpa literasi yang memadai, individu mungkin menghadapi risiko keuangan yang lebih besar, seperti penipuan dan kesalahan dalam memilih produk dan layanan keuangan (Amrullah et al. 2023). Namun, tanpa literasi yang memadai, individu mungkin menghadapi risiko keuangan. yang Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan literasi keuangan sangat penting agar masyarakat dapat memanfaatkan perkembangan industri keuangan secara tepat dan bertanggung jawab.

Persepsi adalah proses dimana suatu organisme atau individu mengatur dan menafsirkan rangsangan yang diterimanya menjadi sesuatu yang bermakna, suatu

aktivitas yang diintegrasikan ke dalam diri individu (Kurniawati 2018). Reaksi akibat persepsi bisa berbeda-beda bentuknya tergantung individunya. Rangsangan mana yang memicu respons seseorang tergantung pada perhatian orang tersebut . Selain itu, karena individu memiliki emosi, kemampuan berpikir, dan pengalaman yang sama, mungkin terdapat perbedaan individu dalam hasil persepsi ketika mempersepsikan suatu rangsangan (Kurniawati 2018). Ada beberapa faktor-faktor berikut yang biasanya mempengaruhi persepsi diantaranya perspektif individu dalam menafsirkan biasanya dipengaruhi karakter dari individu sendiri. Karakteristik objek yang mungkin mempengaruhi apa yang dipersepsikan, dan faktor lingkungan (lokasi, waktu, dan sebagainya) dapat mempengaruhi situasi persepsi seseorang (Diana Silaswara and Agus Kusnawan 2022).

Persepsi juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan latar belakang sosiokultural, yang membentuk cara individu memahami rangsangan yang diterimanya. Pengalaman seseorang sebelumnya dapat mempengaruhi pola pikir dan preferensinya ketika menafsirkan rangsangan, dan orang-orang dari latar belakang yang berbeda dapat memberikan arti yang berbeda pada rangsangan yang sama. Selain itu, faktor sosiokultural seperti nilai, norma, dan adat istiadat masyarakat di mana seseorang hidup juga berperan dalam membentuk persepsi seseorang (Santoso & Wibowo 2020). Lebih lanjut menurut (Kurniawati 2018), persepsi dapat dipengaruhi oleh keadaan psikologis seseorang pada suatu waktu tertentu, seperti suasana hati atau tingkat stres. Misalnya, seseorang yang berada dalam keadaan emosi tertentu mungkin menafsirkan suatu situasi secara lebih negatif atau positif dibandingkan seseorang yang berada dalam keadaan netral.

Lebih lanjut menurut (Kurniawati 2018), persepsi dapat dipengaruhi oleh keadaan psikologis seseorang pada suatu waktu tertentu, seperti suasana hati atau tingkat stres. Misalnya, seseorang yang berada dalam keadaan emosi tertentu mungkin menafsirkan suatu situasi secara lebih negatif atau positif dibandingkan seseorang yang berada dalam keadaan netral. (Diana Silaswara and Agus Kusnawan 2022) menambahkan bahwa faktor lingkungan seperti kondisi fisik dan situasional juga dapat mengubah persepsi seseorang terhadap suatu stimulus tertentu. Misalnya, pencahayaan, suhu, dan kebisingan sekitar dapat memengaruhi persepsi Anda terhadap objek dan situasi.

Perilaku konsumtif cenderung tidak rasional karena individu berusaha beradaptasi dengan perubahan lingkungan sehingga menimbulkan keinginan pembelian yang berlebihan (Wati and Tambunan 2024). Masyarakat mudah terpengaruh oleh ajakan dan iklan berbagai produk, sehingga mengarah pada gaya hidup konsumtif, konsumen yang pada akhirnya membeli produk yang tidak dibutuhkan. Dengan hadirnya Fintech, kehidupan sehari-hari menjadi serba digital.

Secara umum, gaya hidup dapat dikatakan sebagai pola perilaku sosial dan pribadi yang khas dari individu atau kelompok, sehingga hampir tidak mungkin masyarakat tidak sadar akan gaya hidup dan konsumsinya. Namun untuk memenuhi kebutuhan tersebut, seringkali masyarakat membentuk pola perilaku konsumtif yang tidak didasarkan pada pengambilan pilihan yang tepat untuk memenuhi kebutuhannya (Rif'ah and Anita Yunikawati 2024). Perilaku keuangan masyarakat Indonesia yang berorientasi pada konsumtif dapat menimbulkan permasalahan

baru, antara lain kurangnya kegiatan menabung dan investasi di sektor keuangan, khususnya pada kelompok rumah tangga (Wati and Tambunan 2024).

Perilaku konsumtif seringkali dipengaruhi oleh lingkungan sosial di mana kita semakin terpapar pada teknologi digital dan periklanan. Menurut (Wati and Tambunan 2024) gaya hidup konsumtif muncul ketika individu terus-menerus berusaha beradaptasi dengan perubahan lingkungan, seringkali tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya. Perilaku konsumtif yang didorong oleh iklan dan promosi sosial semakin didukung oleh kehadiran teknologi finansial (FinTech) yang memfasilitasi akses pembelian dan transaksi keuangan digital. FinTech menawarkan kemudahan yang lebih besar melalui inovasi seperti pembayaran digital, kredit cepat, dan e-commerce, namun juga meningkatkan potensi jangkauan konsumen yang berlebihan. (Rif'ah and Anita Yunikawati 2024) menemukan bahwa konsumsi berlebihan seringkali tidak diimbangi dengan pertimbangan keuangan yang bijaksana, yang pada akhirnya menyebabkan pengeluaran yang tidak perlu dan meningkatnya ketergantungan pada pinjaman online.

Selain itu, perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat mengganggu keseimbangan anggaran rumah tangga, terutama karena kurangnya kesadaran menabung dan berinvestasi (Wati and Tambunan 2024). Penelitian lain menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital membuat masyarakat semakin rentan terhadap pengeluaran impulsif, yang pada akhirnya mengurangi kemampuan untuk memprioritaskan keuangan jangka panjang dan membangun kekayaan (PUTRA, RIFQI, and AL-MASYHURI 2023). Lebih jauh, gaya hidup konsumtif

ini dapat menimbulkan masalah sosial, seperti meningkatnya ketimpangan ekonomi dan stres finansial. Penelitian oleh (Firdaus et al., 2023) juga mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif di era digital sering menyebabkan utang pribadi yang menumpuk, yang berisiko mengganggu stabilitas keuangan individu dan keluarga.

Keputusan menggunakan pinjaman online mengacu pada proses atau pertimbangan yang dilakukan seseorang atau organisasi ketika memutuskan untuk meminjam uang melalui platform pinjaman online. Tidak semua masyarakat modern Indonesia memanfaatkan kemudahan akses internet dan layanan pinjaman online dengan bijak, hal ini menjadi menarik bila dicermati fintech, khususnya layanan pinjaman online (Riwayati et al. 2023). Memilih pinjaman online harus dipertimbangkan dengan matang untuk menghindari masalah keuangan di kemudian hari.

Fintech diyakini dapat meningkatkan kinerja, produktivitas, dan efektivitas pengguna. Oleh karena itu, semakin banyak manfaat yang dirasakan, maka kemungkinan semakin yakin pula pengguna dalam mengambil keputusan. Salah satu faktor penting ialah literasi keuangan, mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pinjaman online. Demikian pula penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kurangnya literasi keuangan merupakan salah satu faktor yang menyebabkan keputusan kredit yang buruk. Hal ini dapat membuat pengguna untuk melakukan pinjaman secara berlebihan (Dinya Solihati, Rizki, and Sari 2023).

Keputusan untuk mengambil pinjaman online sangat dipengaruhi oleh pemahaman individu terhadap risiko keuangan dan keterampilan manajemen

kredit. Menurut (Riwayati et al. 2023) layanan pinjaman online yang disediakan oleh fintech memudahkan akses terhadap kredit, namun banyak pengguna yang berakhir dalam kesulitan keuangan karena kurangnya pertimbangan dan pemahaman yang matang. Hal ini semakin diperburuk dengan rendahnya literasi keuangan masyarakat sehingga memudahkan mengambil keputusan kredit yang tidak bijaksana, seperti memilih platform pinjaman online tanpa mempertimbangkan suku bunga, biaya tambahan, dan kemampuan membayar kembali.

Sebuah studi oleh (Dinya Solihati et al. 2023) juga menyoroti bahwa rendahnya literasi keuangan menjadi salah satu faktor utama perilaku kredit berlebihan. Banyak pengguna yang tergiur dengan proses pinjaman yang cepat dan akses yang mudah tanpa memahami implikasi jangka panjang dari pembayaran utang. Hal ini tidak hanya menyebabkan peningkatan beban utang, tetapi juga meningkatkan risiko gagal bayar, yang dapat berdampak negatif pada stabilitas keuangan seseorang. Selain itu, literasi keuangan berperan penting dalam membentuk sikap keuangan yang sehat dan pengambilan keputusan. Pengguna yang memiliki pengetahuan lebih dalam tentang pengelolaan utang dan risiko kredit cenderung mengambil keputusan yang lebih bijak saat memanfaatkan pinjaman online (Dinya Solihati et al. 2023) Oleh karena itu, peningkatan edukasi dan literasi keuangan diperlukan untuk mengurangi potensi permasalahan yang dihadapi pengguna layanan fintech.

Dalam penelitian ini berfokus kepada pengaruh literasi keuangan, persepsi pinjaman online dan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan pinjaman

online. Terlihat pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elida Florentina Sinaga Simanjorang, Anita Sri Rejeki Hutagaol, Emul Mulyana, Bactiar Rifai, Asep Syiarudin dengan judul *The linkage of perceptions of online loans and financial literacy to interest in online loans with lifestyle as a moderating variable* (Florentina et al. 2023) dan *The Influence of Financial Literacy, Financial Attitudes, and Consumptive Behavior On The Use Of Fintech Dana Cita Pendidikan* yang ditulis oleh Siska Wati dan Parulian Tambunan (Wati and Tambunan 2024)

Berdasarkan pada fakta yang terjadi dengan adanya pinjaman online selain membawa manfaat bagi Masyarakat, menurut penelitian (Prihatini 2023) Popularitas pinjaman online juga menimbulkan sejumlah permasalahan, termasuk risiko finansial dan dampak sosial.

Penelitian ini diperuntukan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, persepsi pinjaman online dan perilaku konsumtif terhadap keputusan penggunaan pinjaman online. Hal ini merupakan faktor kunci yang mempengaruhi cara individu memahami, mengelola, dan menggunakan produk keuangan, termasuk pinjaman online. Penelitian ini menyelidiki hubungan antara tingkat literasi keuangan, persepsi pinjaman online dan perilaku konsumtif terhadap keputusan masyarakat dalam penggunaan layanan pinjaman online, dengan tujuan akhir untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dalam pengelolaan keuangan untuk memberikan rekomendasi dan strategi dalam keuangan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan ada pula rumusan masalah

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pinjaman online?
2. Apakah persepsi tentang pinjaman online berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pinjaman online?
3. Apakah perilaku kosumtif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pinjaman online?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pinjaman online
2. Untuk menguji apakah persepsi tentang pinjaman online berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pinjaman online
3. Untuk menguji apakah perilaku kosumtif berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pinjaman online

1.4. Manfaat Penelitian

1. Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang relevan untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat guna mengurangi risiko keuangan dan meningkatkan inklusi keuangan secara keseluruhan.

2. Masyarakat

Penelitian ini dapat berkontribusi signifikan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi keuangan untuk pengelolaan kredit yang bertanggung jawab dan efisien lebih lanjut,

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Literasi Keuangan

Literasi keuangan dicirikan sebagai pemahaman dan kesadaran akan konsep dan risiko keuangan, serta kemampuan, motivasi, dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan yang terorganisir untuk membuat keputusan keuangan yang tepat (Situmorang, Muchtar, and Kuncara 2023). Istilah literasi keuangan diciptakan oleh John Adams dalam suratnya kepada Thomas Jefferson pada tahun 1787, mengungkapkan perlunya literasi keuangan untuk mengatasi kebingungan dan stres yang lazim di Amerika karena ketidaktahuan tentang kredit (PUTRA et al. 2023). Ada pula pengertian dari Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) yang mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman tentang konsep dan risiko keuangan, dan keterampilan, motivasi, dan kemampuan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman ini untuk membuat keputusan keuangan yang efektif (Florentina et al. 2023).

Penelitian Arif Amrullah dan Sugeng Hadi Utomo (Amrullah et al. 2023) menyatakan bahwa berdasarkan hasil survei, Tingkat literasi keuangan pengemudi Gojek di Kota Malang tergolong sedang yaitu sebesar 67,92%, sedangkan hanya 7% yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi. Ada pula penelitian lain yang dilakukan oleh Wasan Uthaileang dan Supaporn Kiattisin

(Uthaileang and Kiattisin 2023) mendapatkan hasil yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital, berpengaruh positif terhadap keterampilan pemilik usaha kecil, meskipun tingkat literasi keuangan tidak setinggi yang diperkirakan sebelumnya. Hasilnya, kemajuan signifikan telah dicapai dalam meningkatkan literasi dan kompetensi keuangan digital. Hal ini selaras dengan tujuan dari literasi keuangan yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi baik individu maupun masyarakat dan untuk meningkatkan partisipasi aktif dalam kehidupan ekonomi. Pengetahuan keuangan memungkinkan individu merencanakan dana darurat yang cukup untuk menghadapi kejadian tak terduga. Semakin banyak bukti yang menunjukkan bahwa literasi keuangan adalah salah satu faktor terpenting bagi kesejahteraan finansial (Panos and Wilson 2020).

Penelitian terbaru menegaskan bahwa literasi keuangan tidak hanya membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih baik, namun juga berdampak positif pada kesejahteraan finansial jangka panjang. (Uthaileang and Kiattisin 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berperan penting dalam meningkatkan keterampilan pengelolaan keuangan pemilik usaha kecil, memberikan wawasan yang lebih baik mengenai pengelolaan utang, investasi, dan tabungan. Hal ini juga mendukung argumen bahwa literasi keuangan mempengaruhi perilaku keuangan seseorang dan mendorong perencanaan keuangan yang lebih baik, seperti memiliki dana darurat.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Lusardi et al., 2017) menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang tinggi lebih cenderung mengembangkan rencana keuangan yang menyeluruh dan berinvestasi pada produk

keuangan yang menguntungkan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan pengetahuan keuangan yang tepat, individu dapat lebih memahami berbagai pilihan investasi dan risiko yang terkait dengannya. Selain itu, studi yang dilakukan oleh (Uthaileang and Kiattisin 2023) menemukan bahwa peningkatan literasi keuangan digital memungkinkan masyarakat untuk menggunakan teknologi keuangan secara lebih efektif, sehingga mengurangi risiko pengambilan keputusan keuangan yang buruk. Menurut OECD, literasi keuangan yang baik juga berperan penting dalam mempersiapkan individu menghadapi tantangan ekonomi yang tidak terduga seperti krisis ekonomi dan pengangguran (OECD, 2023). Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan di berbagai lapisan masyarakat tidak hanya berdampak pada individu, namun juga berkontribusi terhadap stabilitas perekonomian secara keseluruhan.

2.1.2. Persepsi Tentang Pinjaman Online

Persepsi adalah penerimaan informasi melalui indera seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, dan rasa. Persepsi manusia mempunyai banyak sudut pandang yang berbedabeda. Ada orang yang mempersepsikan sesuatu itu mempunyai persepsi positif atau negatif yang mempengaruhi perilaku manusia baik yang terlihat nyata (Kurniawati 2018). Persepsi menunjukkan sejauh mana seseorang yakin bahwa teknologi tersebut mudah digunakan. Rasa aman ini semakin terasa ketika individu mempersepsikan bahwa semakin tinggi pemanfaatan sistem teknologi informasi maka semakin mudah dalam menggunakan aplikasi teknologi informasi (Diana Silaswara and Agus Kusnawan 2022).

Penggunaan sistem teknologi informasi diyakini dapat memudahkan interaksi antar individu. Kemudahan penggunaan yang dirasakan menentukan persepsi baik dalam menggunakan sistem, yang pada akhirnya menentukan penggunaan sistem yang sebenarnya. Lebih jauh lagi, kemudahan penggunaan dikatakan sebagai faktor terpenting dalam menentukan pengalaman dan minat pengguna terhadap suatu sistem. Selain itu ada pula penelitian dari (Cwynar et al. 2016) menemukan bahwa opini negatif melebihi opini positif, baik dalam sikap umum terhadap kepercayaan maupun persepsi terhadap topik tertentu yang terkait dengan kepercayaan, seperti dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap bank masih negatif, dimana banyak yang berpendapat bahwa bank lebih mengutamakan kepentingannya sendiri dibandingkan kepentingan nasabahnya.

Persepsi individu terhadap teknologi informasi sangat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaannya, sehingga dapat mempengaruhi sikap dan perilakunya ketika berinteraksi dengan sistem. (Diana Silaswara and Agus Kusnawan 2022) menyoroti bahwa individu merasa lebih aman ketika menggunakan teknologi informasi ketika individu merasa bahwa penggunaan sistem mengurangi kompleksitas dan meningkatkan efisiensi. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan teknologi dapat mendorong adopsi yang lebih luas dan interaksi yang lebih baik antara individu dan sistem. Selain itu, penelitian oleh (Venkatesh et al., 2012) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif, yang mempengaruhi keputusan untuk terus menggunakan sistem teknologi informasi.

Ketika pengguna menganggap teknologi bersifat intuitif dan tidak mengganggu, mereka cenderung akan menggunakannya secara aktif. Namun seperti dilansir (Cwynar et al. 2016) persepsi negatif terhadap institusi seperti bank dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap teknologi finansial yang disediakan. Dalam konteks ini, jika masyarakat merasa bank lebih mengutamakan kepentingannya, hal ini dapat menimbulkan keraguan dan skeptisisme terhadap penggunaan layanan digital dari lembaga tersebut. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan teknologi informasi untuk memahami persepsi pengguna dan meningkatkan faktor-faktor yang menciptakan pengalaman positif untuk mendorong adopsi yang lebih baik dan mengurangi persepsi negatif.

2.1.3. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan atau kebiasaan individu atau kelompok yang cenderung membeli dan mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, seringkali tanpa memperhatikan kebutuhan atau kemampuan finansialnya yang sebenarnya (Situmorang et al. 2023). Dari penelitian Liuchuang Wei dan Ping Wei (Wei and Wei 2019) mendapatkan hasil bahwa beberapa siswa dengan arogansi dan semangat bersaing yang kuat mengembangkan kebiasaan konsumsi yang buruk. Para mahasiswa ini mencari, meminjam, dan mengambil pinjaman untuk memuaskan keinginan konsumennya. Siswa menggunakan platform pinjaman online untuk mengambil pinjaman dan melakukan pembayaran cicilan. Hal ini terutama digunakan untuk membeli kosmetik, pakaian, barang hiburan, dll. Perilaku

ini biasanya dipengaruhi oleh dorongan untuk mengikuti tren, gaya hidup, iklan dan promosi, serta keinginan untuk meningkatkan status sosial atau mencapai kepuasan emosional.

Gaya hidup yang terlalu mewah mempengaruhi perilaku konsumsi individu atau kelompok (Rif'ah and Anita Yunikawati 2024). Perilaku konsumtif yang tinggi biasanya dipengaruhi oleh gaya hidup untuk memuaskan gengsi. Mengadopsi gaya hidup yang mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan menjadi alasan utama penggunaan fintech, dan gaya hidup masyarakat dapat dipengaruhi oleh penggunaan fintech. Ketika gaya hidup semakin mewah, perilaku konsumsi masyarakat pun meningkat. Variabel perilaku konsumtif dijadikan sebagai variabel yang mempunyai pengaruh kuat terhadap kehadiran layanan pinjaman online (Kirana Khiba and Ady 2023). Hal ini disebabkan karna kurangnya literasi keuangan pada Masyarakat yang mengakibatkan buruknya pengelolaan finansial pada Masyarakat sehingga perilaku konsumtif menjadi menjadi kebiasaan yang tak terlepaskan .Perilaku konsumen dapat menimbulkan dampak negatif pada masyarakat tertentu, seperti menyebabkan masalah keuangan, meningkatkan utang, dan mengurangi kemampuan menabung dan berinvestasi. Di sisi lain, tindakan ini juga dapat merangsang perekonomian dengan meningkatkan permintaan barang dan jasa.

Perilaku konsumtif yang cenderung mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan dapat menimbulkan siklus pembelanjaan yang berlebihan dan berisiko. Sebuah studi oleh (Wei and Wei 2019) menyoroti bahwa pelajar yang memiliki gaya hidup berorientasi konsumtif seringkali terjerumus ke dalam perangkap utang

akibat perilaku borosnya. Individu yang menggunakan platform pinjaman online sebagai solusi cepat untuk memenuhi keinginan yang dapat mempengaruhi kesejahteraan finansial di masa depan. (Rif'ah and Anita Yunikawati 2024) menambahkan bahwa gaya hidup mewah tidak hanya mempengaruhi perilaku individu tetapi juga dapat menjadi penentu perilaku konsumsi kolektif.

Dalam konteks ini, penerapan gaya hidup berlebihan dapat mendorong individu untuk berinvestasi pada barang-barang yang tidak penting, yang sering kali disebabkan oleh iklan, promosi penjualan, dan tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan standar tertentu. (Kirana Khiba and Ady 2023) menemukan bahwa perilaku konsumsi yang tinggi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap penggunaan layanan pinjaman online sehingga semakin memperburuk keadaan keuangan masyarakat yang kurang literasi keuangan. Tidak mengetahui cara mengelola keuangan dapat menyebabkan orang memiliki kebiasaan belanja yang berisiko, menumpuk utang, dan membatasi kemampuan untuk menabung dan berinvestasi. Kebiasaan konsumtif yang tinggi dapat merangsang perekonomian dengan meningkatkan permintaan barang dan jasa, namun dampak negatif dari kebiasaan ini dapat berdampak jangka panjang pada individu dan masyarakat secara keseluruhan.

2.1.4. Keputusan Penggunaan Pinjaman Online

Ketika perekonomian suatu negara berkembang, maka kebutuhan masyarakatnya pun langsung meningkat. Karena keadaan dan kondisi memungkinkan melihat peristiwa yang terjadi sebagai peluang tertentu. Banyak

orang memerlukan pendanaan pihak ketiga untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan mendukung semua kebutuhan individu dan keluarga (Sari and Novrianto 2020). Memilih pinjaman online memerlukan pertimbangan matang dari berbagai pertimbangan agar pinjaman tersebut menguntungkan dan tidak menimbulkan masalah keuangan di kemudian hari. Manfaat positif Fintech berasal dari keyakinan bahwa pengguna dapat meningkatkan kinerja, produktivitas, dan efektivitasnya. Konsep ini menyatakan bahwa semakin banyak manfaat yang dapat dirasakan pengguna, semakin besar pula kepercayaan diri dalam proses pengambilan keputusan (Riwayati et al. 2023).

Kebutuhan masyarakat yang meningkat membuat Sebagian orang mencari sumber pendanaan yang lebih fleksibel dan cepat. Dalam situasi ini, pinjaman online telah menjadi pilihan populer karena mudah diakses dan diproses dengan cepat. Namun, sebaiknya pilih pinjaman online dengan hati-hati agar terhindar dari masalah keuangan di kemudian hari. Perlu diingat bahwa tidak semua platform pinjaman online menawarkan persyaratan yang transparan dan aman. Pengguna perlu memahami berbagai risiko yang ada, seperti tingginya suku bunga dan kemungkinan utang yang tidak terkendali (Sari and Novrianto 2020).

Memilih untuk menggunakan pinjaman online merupakan fenomena yang semakin populer di era digital. Berbagai faktor mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan ini, mulai dari kebutuhan finansial yang mendesak hingga kemudahan akses yang disediakan oleh teknologi. Hal ini membahas berbagai aspek yang mempengaruhi keputusan tersebut dan dampaknya terhadap perilaku keuangan pribadi. Kemudahan akses dan proses pinjaman online

lebih mudah diakses dan menawarkan proses yang lebih cepat dibandingkan pinjaman tradisional. Menurut (Sari and Novrianto 2020) menemukan bahwa pengguna cenderung memilih pinjaman online karena tidak harus melalui prosedur yang rumit atau waktu tunggu yang lama. Tingkat literasi keuangan juga berperan penting dalam keputusan memanfaatkan pinjaman online. (Riwayati et al. 2023) menemukan bahwa individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih mampu menilai manfaat dan risiko pinjaman online. Sebaliknya, jika individu kurang memahami produk keuangan, bisa jadi salah mengambil keputusan, seperti memilih pinjaman dengan suku bunga tinggi.

Selain faktor pribadi, pengaruh sosial dan budaya juga mempengaruhi keputusan pinjaman online. Sebuah studi yang dilakukan oleh (Kirana Khiba and Ady 2023) menunjukkan bahwa dorongan untuk mengikuti tren atau gaya hidup tertentu meningkatkan kemungkinan orang mengambil pinjaman online. Seringkali karena keinginan untuk mempertahankan status sosial, individu mengambil pinjaman tanpa mempertimbangkan kekuatan finansial. Pengaruh terhadap perilaku keuangan penggunaan pinjaman online dapat memberikan dampak positif dan negatif. Di satu sisi, pinjaman ini membantu individu memenuhi kebutuhan mendesak dan merangsang pertumbuhan ekonomi. Namun perilaku konsumtif juga dapat menimbulkan masalah keuangan jangka panjang, seperti hutang yang tidak terkelola dan kurangnya kemampuan menabung atau berinvestasi (Wati and Tambunan 2024).

Studi tentang keyakinan dalam keputusan yang dilakukan oleh (Dinya Solihati et al. 2023) menekankan bahwa kepercayaan pengguna dalam

pengambilan keputusan keuangan sangatlah penting. Semakin banyak pengalaman positif yang dimiliki pengguna dalam menggunakan platform pinjaman online, semakin percaya diri seseorang dalam mengambil risiko tambahan dalam keputusan keuangan.

Hal ini sesuai dengan temuan (Sari et al., 2020) menunjukkan bahwa meningkatnya kebutuhan finansial sering kali membuat masyarakat mempertimbangkan pilihan pembiayaan yang berbeda. Penelitian lebih lanjut oleh (Riwayati et al., 2023) juga menekankan pentingnya kepercayaan pengguna dalam pengambilan keputusan keuangan semakin besar manfaat penggunaan fintech, maka semakin tinggi kepercayaan pengguna dalam menggunakan layanan tersebut. Sebaliknya, rasa percaya diri yang berlebihan tanpa pengetahuan yang memadai dapat menyebabkan pengambilan keputusan yang tidak bijaksana. Penting untuk dicatat bahwa literasi keuangan juga memainkan peran penting dalam proses ini. Semakin baik pemahaman pengguna terhadap konsep keuangan, maka akan mampu mengambil keputusan yang bijak dan strategis dalam menggunakan layanan pinjaman online. Dengan kata lain, Fintech menawarkan banyak kemudahan, namun penting untuk memahami produk yang dipilih untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil akan menghasilkan manfaat jangka panjang dan menghindari potensi risiko finansial. Selain itu, pengguna juga perlu mengetahui peraturan dan ketentuan yang berlaku pada industri pinjaman online untuk melindungi konsumen dari praktik yang merugikan (Napitupulu et al., 2023).

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Elida Florentina Sinaga Simanjourang, Anita Sri Rejeki Hutagaol, Emul Mulyana, Bakteria Rifai dan Asep Syiarudin pada tahun 2023 dengan variable dependent *Perception and Literation* dan variable independent *Online Loans* dengan dimediasi oleh *Lifestyle*. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden generasi Z di Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten dengan menggunakan perangkat lunak SEM- PLS, versi 4. digunakan untuk analisis statistik. Hasil penelitian ini mencapai tujuan yang dinyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat pinjaman online, dan bahwa persepsi terhadap pinjaman online yang tinggi mempengaruhi peningkatan pinjaman online (Florentina et al., 2023).

Adapula penelitian lain yang dilakukan pada tahun 2024 oleh Siska Wati dan Parulian Tambunan dengan variable dependent *Financial Literation, Financial Attitudes and Consumptive Behavior* dan variable independent *Use of Fintech Dana Cita Pendidikan*. Mendapatkan hasil bahwa literasi keuangan berdampak besar pada penggunaan fintech dana pendidikan. Pemahaman yang baik tentang konsep keuangan akan membantu individu menggunakan platform fintech secara efektif untuk tujuan pendidikan. Di sisi lain, perilaku konsumtif juga berperan penting dalam penggunaan fintech. Perilaku konsumtif yang tidak terkontrol dapat menyebabkan masyarakat semakin sering menggunakan layanan fintech, baik untuk pembelian barang maupun layanan lainnya. Literasi keuangan yang baik dipadukan dengan perilaku konsumtif yang cerdas akan memastikan penggunaan fintech lebih efisien dan tepat sasaran (Wati and Tambunan 2024).

2.3. Pengembangan Hipotesis

Penelitian yang dilakukan oleh Siska Wati dan Parulian Tambunan menemukan bahwa literasi keuangan mempunyai dampak signifikan terhadap penggunaan pinjaman online (Wati and Tambunan 2024). Masyarakat yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai konsep keuangan mungkin dapat mengevaluasi dan menggunakan layanan fintech dengan lebih efektif. Pengetahuan tentang manajemen keuangan, investasi, dan manajemen risiko memungkinkan mengambil keputusan yang lebih tepat ketika memilih dan menggunakan produk fintech. Selain itu, literasi keuangan yang tinggi membantu konsumen memahami manfaat dan potensi risiko yang terkait dengan layanan fintech seperti pinjaman online, pembayaran digital, dan aplikasi perencanaan keuangan. Hal ini memungkinkan untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi keuangan dan meningkatkan kesejahteraan finansial. Literasi keuangan yang tinggi juga memberikan kepercayaan pengguna dalam bertransaksi digital sehingga mempercepat adopsi fintech di masyarakat.

Hasil penelitian dari Salsabila Isnaini Putri dan Hero Prianto (Isnaini Putri and Prianto 2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi kebijaksanaan pengguna dalam menggunakan pinjaman online pada tingkat signifikansi 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang yang lebih tinggi berpengaruh secara signifikan. Dampak literasi keuangan dapat menyelamatkan seseorang dari permasalahan keuangan. Selain itu, pengetahuan keuangan yang baik juga memungkinkan individu untuk menggunakan pinjaman online secara strategis. Daripada menggunakan pinjaman

untuk konsumsi belaka yang tidak memberikan manfaat jangka panjang, pinjaman tersebut dapat digunakan untuk tujuan produktif, seperti investasi atau pendanaan usaha. Keputusan yang dibuat berdasarkan pengetahuan finansial yang lebih baik cenderung lebih terencana dan dapat menghasilkan keuntungan finansial yang lebih besar.

H1 : Literasi keuangan pada masyarakat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pinjaman online

Penelitian dari (Florentina et al., 2023) menunjukkan bahwa antara persepsi atas minat terhadap pinjaman online berpengaruh signifikan. Artinya, semakin banyak masyarakat yang mengetahui layanan pinjaman online, maka akan semakin tertarik untuk menggunakannya. Persepsi positif mencakup berbagai aspek seperti Kemudahan akses, transparansi proses dan manfaat yang diberikan. Ketika pengguna memahami keamanan dan manfaat pinjaman online, akan lebih tertarik dan bersedia memanfaatkannya. Hasil ini menyoroti betapa pentingnya bagi penyedia pinjaman online untuk membangun reputasi yang baik dan memberikan pengalaman pengguna yang positif untuk meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen

Ada pula penelitian dari (Hendri Rahmayani Asri, Ekaning Setyarini, and Hantoro Arief Gisijanto 2022) menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan peer-to-peer lending. Studi ini berupaya menguji secara empiris kenyamanan, risiko, dan keandalan yang dirasakan UMKM saat memanfaatkan pinjaman peer-to-peer. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa responden berpendapat bahwa peer-to-

peer lending mempermudah perolehan pembiayaan. UMKM juga tertarik memanfaatkan pinjaman peer-to-peer meskipun menghadapi faktor risiko.

H2 : Persepsi tentang pinjaman online pada masyarakat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pinjaman online

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Siska Wati & Parulian Tambunan mendapatkan hasil bahwa Perilaku konsumtif juga berpengaruh signifikan terhadap penggunaan pinjaman online (Wati and Tambunan 2024). Konsumen yang cenderung menghabiskan banyak uang seringkali menginginkan cara yang lebih cepat dan mudah untuk mengakses dananya, sehingga lebih mungkin beralih ke layanan fintech seperti pinjaman online, pembayaran digital, dan aplikasi pengelolaan keuangan. Layanan Fintech memberikan kemudahan dan kecepatan yang sesuai dengan gaya hidup konsumen sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya dengan lebih efisien. Selain itu, berbagai promosi dan penawaran menarik yang dilakukan penyedia layanan fintech juga dapat mendorong perilaku konsumen karena tergoda untuk lebih sering melakukan pembelian dan transaksi. Oleh karena itu, perilaku konsumen menjadi faktor penting yang mendorong penerimaan dan penggunaan berbagai layanan fintech oleh masyarakat luas.

Hasil penelitian dari (Mardikaningsih et al. 2020) ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara perilaku konsumtif dengan minat pelajar dalam menggunakan layanan pinjaman online secara signifikan. Berdasarkan temuan penelitian yang ada, ada beberapa saran yang dapat diberikan, antara lain sebaiknya pemberi pinjaman online memberikan batasan terhadap peminjaman mahasiswa.

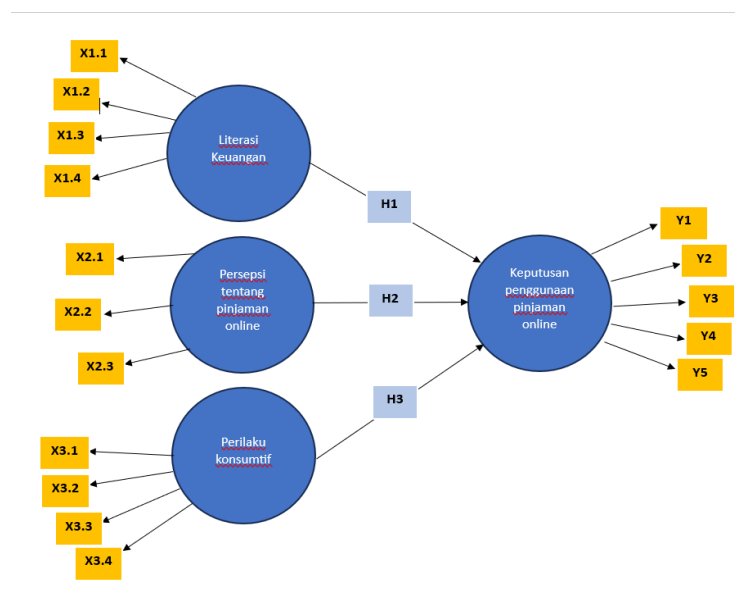
Hal ini untuk mencegah timbulnya permasalahan di kemudian hari yang dapat merugikan kedua belah pihak.

H3 : Perilaku konsumtif pada masyarakat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan pinjaman online

2.4. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta, observasi dan tinjauan literatur (Syahputri, Fallenia, and Syafitri 2023). Dalam penelitian ini kerangka berpikir digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel *Literasi Keuangan, Persepsi dan Resiko* terhadap *Keputusan Penggunaan Pinjaman Online* untuk menjelaskan alur logis dalam menganalisis data dan informasi. Kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan pengetahuan baru yang dapat diperoleh dengan menggunakan metode statistik dan teknik kuantifikasi (pengukuran) lainnya. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif berfokus pada sejumlah gejala, atau variabel, dengan karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia. Pendekatan kuantitatif kemudian menggunakan alat pengujian statistik dan teori objektif untuk menganalisis sifat hubungan antar variabel (Ali et al., 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independent, yaitu Literasi Keuangan, Persepsi Pinjaman Online dan Perilaku Konsumtif terhadap variable dependen, yaitu Keputusan Penggunaan Pinjaman Online.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi adalah sekelompok subjek yang ingin dikomunikasikan oleh peneliti tentang hasil penelitiannya. Suatu populasi mempunyai paling sedikit satu ciri yang membedakannya dengan kelompok lain yang bukan populasi. Semakin sedikit fitur yang digunakan untuk mendefinisikan suatu populasi, semakin besar populasi yang

dihasilkan. Keadaan ini lebih ideal karena hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada kelompok yang jauh lebih besar. Namun karena jumlah penduduknya tersebar luas, maka diperlukan biaya, waktu, dan tenaga yang besar (J. Jama, 1990). Berfokus pada Masyarakat Provinsi Yogyakarta sebagai populasi dengan kriteria khusus Masyarakat yang sudah pernah menggunakan pinjaman online merupakan tujuan dalam penelitian ini.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah proses memilih individu untuk mewakili kelompok yang lebih besar orang yang dipilih disebut sampel, sampel adalah bagian kecil dari populasi. Tujuan pengambilan sampel adalah memperoleh informasi mengenai suatu populasi dengan cara survei sejumlah kecil populasi saja. Agar untuk menghemat waktu, biaya dan tenaga. Jika sampel dipilih dengan tepat, maka hasil penelitian berdasarkan sampel itu sendiri akan dikomunikasikan kepada populasi (J. Jama, 1990).

Teknik yang digunakan untuk memilih sampel adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah metode pengambilan sampel non-random di mana peneliti memastikan metode mengutip ilustrasi untuk mengidentifikasi identitas spesifik yang sesuai dengan tujuan penelitian untuk memenuhi kasus penelitian (Lenaini, 2021). Pendekatan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode non-probability sampling dan pengambilan sampelnya dilakukan dengan menerapkan teknik purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau pemilihan khusus.

Pemilihan sampel didasarkan pada ketentuan sebagai berikut:

1. Berdomisili di Provinsi Yogyakarta
2. Usia 17-35 tahun
3. Pendidikan terakhir minimal SMA/ sederajat
4. Mempunya pendapatan, uang saku ataupun gaji setiap bulannya

Karena populasi penelitian ini belum diketahui secara pasti, maka penelitian ini menggunakan rumus Lemoshow untuk menentukan besar sampel. Berikut adalah rumusan Lemeshow :

$$n = \left(\frac{z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

$z_{\alpha/2}$: Nilai tabel Z (nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan dengan persentase kepercayaan 95)

σ : Standar deviasi populasi (25% atau 0,25 sudah ketentuan

e : Tingkat kesalahan penarikan sampel (dalam penelitian ini diambil 5%)

Maka didapatkan hasilnya sebagai berikut : $n = \left(\frac{(1,96).(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96$

Dari rumus Wibison, jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah 96. Namun karena penelitian ini menggunakan alat analisa PLS-SEM, maka diasumsikan jumlah sampel mencapai 150 responden. Dengan mempertimbangkan beberapa faktor untuk memperkuat penelitian.

3.3. Defenisi Oprasional

Variabel terikat merupakan variabel utama yang menjadi perhatian suatu penelitian oleh variabel dependen. Variabel terikat adalah variabel yang sedang diteliti dan dapat berubah karena pengaruh variabel dependen atau faktor lain yang menjadi subjek penelitian. Dalam konteks penelitian ini, variabel yang diteliti adalah Literasi Keuangan (X), Persepsi Tentang Pinjaman online (X) dan Perilaku Konsumtif (X) sebagai variable dependen dengan variable independennya Keputusan Penggunaan Pinjaman Online (Y)

Tabel 3. 1 Identitas Responden

No	Pertanyaan	Jawaban	Sumber
1	Gender	Perempuan	(Diana Silaswara et al., 2022)
		Laki-laki	
2	Usia	17 – 20 Tahun	
		21 – 25 Tahun	
		26 – 30 Tahun	
		31 – 35 Tahun	
3	Domisili	Kota Yogyakarta	
		Kabupaten Sleman	
		Kabupaten Bantul	
		Kabupaten Gunung Kidul	
		Kabupaten Kulon Progo	
4	Pendidikan Terakhir	SMA Sederajat	
		Diploma (D3)	
		Sarjana (S1) /Sarjana Terapan (D4)	
		Magister (S2)	
		Dokteral (S3)	
5	Pendapatan Perbulan	< Rp 1.000.000	
		Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	
		Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000	
		> Rp 5.000.000	

Tabel 3. 2 Daftar Pertanyaan dalam Kuesioner

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Literasi Keuangan	Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan memanfaatkan secara efektif berbagai keterampilan keuangan seperti manajemen keuangan pribadi, penganggaran, dan investasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya paham betul cara mengatur keuangan sehingga terhindar dari segala penipuan 2. Saya selalu membuat anggaran pengeluaran dan belanja setiap bulannya 3. Saya merasa menabung memudahkan untuk memenuhi kebutuhan di masa depan 4. Saya merasa perlu menyisihkan uang untuk berinvestasi 	(Wati & Tambunan, 2024) (Widyakto et al., 2022)
Persepsi Tentang Pinjaman online	Persepsi adalah proses dimana suatu organisme atau individu mengatur dan menafsirkan rangsangan yang diterimanya menjadi sesuatu yang bermakna, suatu aktivitas yang diintegrasikan ke dalam diri individu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses pinjaman online sangat mudah 2. Keberadaan pinjaman online sangat membantu 3. Saya percaya data-data pribadi saya aman pada aplikasi pinjaman online tersebut 	(Diana Silaswara & Agus Kusnawan, 2022) (Fahmi et al., 2022)
Perilaku Konsumtif	Perilaku konsumen adalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya akan membeli suatu 	(Wati & Tambunan, 2024)

	tindakan atau kebiasaan individu atau kelompok yang cenderung membeli dan mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, seringkali tanpa memperhatikan kebutuhan atau kemampuan finansialnya yang sebenarnya	<p>produk jika produk tersebut sedang dijual atau menawarkan hadiah dari pembelian</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Saya sering membeli produk karena saya selalu tertarik dengan produk baru dan trendi 3. Saya membeli beberapa jenis produk yang sama padahal saya sudah memilikinya 4. Saya selalu mempertimbangan harga suatu produk sebelum membelinya 	(Fauziah & Nurhasanah, 2020)
Keputusan Penggunaan Pinjaman Online	Keputusan menggunakan pinjaman online mengacu pada proses atau pertimbangan yang dilakukan seseorang atau organisasi ketika memutuskan untuk meminjam uang melalui platform pinjaman online.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memilih menggunakan produk di Pinjaman Online untuk mengatasi masalah keuangan 2. Saya menggunakan Pinjaman Online karena saya yakin akan kebenaran yang disampaikan melalui media massa (online/cetak) 3. Saya menggunakan Pinjaman Online karena sesuai dengan kebutuhan saya 	(Otunaiya et al., 2014) (HAYYINUN, 2020)

		<p>4. Saya menggunakan Pinjaman Online dikarenakan mudah menjadi nasabah dari Pinjaman Online</p> <p>5. Saya menggunakan Pinjaman Online karena pelayanan yang diberikan efektif dan cepat</p>	
--	--	--	--

3.4. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan data kuantitatif, dengan sumber data menggunakan data sekunder yang berasal dari kuesioner yang dilakukan secara daring melalui platform digital google form. Tanggapan dari responden diukur menggunakan 5 skala Likert. Ini adalah metode untuk mengukur sejauh mana responden setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan survei. Skala Likert ini bersifat tertutup, sehingga responden dapat memilih opsi pada kolom yang tersedia sesuai dengan kriterianya:

Tabel 3. 3 Skala likert

Skala	Keterangan
5	Sangat setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak setuju
1	Sangat tidak setuju

3.5. Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif dengan menggunakan software PLS sebagai alatnya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Squares (PLS), yaitu metode statistik multivariat yang digunakan untuk membandingkan beberapa variabel dependen dengan beberapa variabel independen.

SEM-PLS (Structural Equation Modeling - Partial Least Squares) adalah Teknik analisis statistik umum untuk memodelkan hubungan struktural antar variabel laten (Henseler, Ringle, and Sarstedt 2015). SEM-PLS memiliki beberapa keunggulan dibandingkan teknik SEM lainnya, terutama jika digunakan dalam situasi penelitian (Hair et al., 2011) dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1. SEM-PLS tidak memerlukan asumsi normalitas data sehingga cocok untuk data yang tidak mengikuti distribusi normal. Hal ini membuat SEM-PLS lebih fleksibel dibandingkan metode SEM berbasis kovarians.
2. SEM-PLS memodelkan hubungan kompleks antara variabel laten dan variabel manifes (yang diamati), meskipun ukuran sampel relatif kecil.
3. SEM-PLS sangat berguna untuk penelitian eksplorasi untuk mengembangkan teori baru atau memodifikasi teori yang sudah ada karena pendekatannya yang lebih prediktif.
4. SEM-PLS dapat mengatasi masalah multikolinearitas antar variabel eksogen karena pendekatannya yang berbasis komponen.
5. SEM-PLS mendukung indikator refleksif (indikator dipengaruhi oleh variabel laten) dan formatif (indikator membentuk variabel laten).

6. SEM-PLS dapat digunakan bahkan ketika model berisi banyak variabel atau indikator tanpa mengurangi stabilitas estimasi.

3.5.1. Outer Model

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen. Pengujian validitas konstruk dapat dilakukan dengan mengkorelasikan skor soal dengan skor total. Suatu skala ukur dapat dikatakan valid apabila mengukur dan memberikan pengukuran dengan benar (Sugiyono, 2013). Uji validitas parsial Least Square (PLS) terdiri dari validitas diskriminan dan konvergen.

1. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan berkaitan dengan prinsip bahwa konstruksi yang berbeda tidak boleh berkorelasi tinggi (Ghozali et al., 2015). Pada uji diskriminasi, cross-loading variabel diperkirakan $> 0,7$ (Abdillah, 2015).

2. Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen PLS menggunakan indikator reflektif yang dievaluasi berdasarkan faktor loading (korelasi antara skor produk/skor komponen dan skor konstruk). “Indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk ini adalah aturan validitas konvergen yaitu external loading $> 0,7$,

commonality > 0,5 dan average variance Extracted (AVE) > 0,5” (Abdillah, 2015) .

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ekspresi yang digunakan untuk menentukan konsistensi relatif suatu hasil pengukuran ketika pengukuran diulang dua kali atau lebih(Ovan et al., 2020). Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila dapat mengungkapkan informasi yang dapat dipercaya

Reliabilitas menunjukkan konsistensi kuesioner dengan jawaban responden pada beberapa pengujian pada kondisi berbeda dengan menggunakan kuesioner yang sama. Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach’s alpha. Metode

Cronbach’s alpha digunakan dimana suatu survei dianggap reliabel jika nilai Cronbach’s alpha lebih besar dari 0,60. Rumus yang digunakan untuk Cronbach's alpha adalah sebagai berikut:

$$\tilde{\alpha} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

keterangan :

$\tilde{\alpha}$ = Reliabilitas Instrument

k = Banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma^2$ = Jumlah varians Butir

σ_1^2 = Varians total

3.5.2. Inner Model

a. Uji R Square

Langkah ini dilakukan dengan mengevaluasi nilai R² (koefisien determinasi). Kajian struktural diawali dengan mengkaji nilai R-squared setiap variabel endogen sebagai ukuran daya prediksi model struktural. Standar pengukurannya berkisar antara 0,67 yang tergolong kuat, kemudian 0,33 yang tergolong sedang, dan di bawah 0,19 yang menandakan tingkat varians yang lemah.

b. Uji Hipotesis

Perhatikan nilai uji t, gunakan metode bootstrapping untuk menguji hipotesis penelitian dengan tingkat signifikansi 5%. Jika nilai uji t lebih besar dari 1,96 maka hipotesis yang dihasilkan dapat diterima. Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji-t merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara signifikan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Nilai signifikansi sebesar 0,05 (5%) dengan derajat kebebasan $df = (n - k)$ digunakan untuk menentukan nilai t tabel. Menggunakan kriteria pengujian berikut:

1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternative

H_0 ; $b_1 = 0$, diartikan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y secara individu.

H_a : $b_1 \neq 0$ diartikan bahwa ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y secara individu.

2) Menentukan level of signifikansi $\alpha = 0.05$ Df = ($\alpha / 2; n - k - 1$)

3) Kriteria Pengujian

H0 diterima jika $-t_{hitung} \leq t_{tabel} \leq t_{hitung}$

H0 ditolak jika $-t_{hitung} \leq t_{tabel} \leq t_{hitung}$ atau $t_{hitung} \geq t_{table}$

4) Kesimpulan dari pengujian

Dengan membandingkan hasil yang diperoleh, maka H0 diterima atau ditolak

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data atau Sampel

Kuisisioner ini disebarakan kepada Masyarakat yang berdomisili di Provinsi Yogyakarta, dengan target awal 150 kuisisioner. Kuisisioner yang disebar sebanyak 150 dan kembali dengan jumlah yang sama yaitu 150 kuisisioner, Oleh karena itu, semua data kuisisioner dapat diproses dan dianalisis lebih lanjut. Hal ini menunjukkan tingkat pengembalian kuisisioner sebesar 100%, yang mengindikasikan bahwa dari 150 kuisisioner yang disebarakan, seluruhnya berhasil dikembalikan. Dengan kata lain, tingkat pengembalian mencapai 100%

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan kategori seperti berikut :

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Gender	Perempuan	62	41,3%
		Laki-laki	88	58,7%
2	Usia	17 – 20 Tahun	29	19,3%
		21 – 25 Tahun	86	57,3%
		26 – 30 Tahun	28	18,7%
		31 – 35 Tahun	7	4,7%
3	Domisili	Kota Yogyakarta	89	59,3%
		Kabupaten Sleman	58	38,7%
		Kabupaten Bantul	2	1,3%
		Kabupaten Gunung Kidul	0	0%
		Kabupaten Kulon Progo	1	0,7%
4	Pendidikan Terakhir	SMA Sederajat	44	29,3%
		Diploma (D3)	22	14,7%
		Sarjana (S1) /Sarjana Terapan (D4)	77	51,3%
		Magister (S2)	7	4,7%
		Doktoral (S3)	0	0%
5	Pendapatan Perbulan	< Rp 1.000.000	6	4%
		Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	86	57,3%
		Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000	43	28,7%
		> Rp 5.000.000	15	10%

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Dari kuisioner yang disebar kepada Masyarakat di Provinsi Yogyakarta mendapatkan hasil bahwa yang mengisi kuisioner didominasi oleh Gender Laki-

Laki sebanyak 58,7%. Untuk kategori usia di dominasi Masyarakat dengan kalangan umur 21-25 tahun dengan presentasi 57,3 , sedangkan untuk domisili dengan presentasi sebesar 59,3% berada di kota Yogyakarta. Pendidikan terakhir dengan jumlah responden terbanyak ditempati Sarjana (S1) /Sarjana Terapan (D4) sebanyak 51,3% dan untuk kategori pendapatan perbulan / uang saku berada diangka 1.000.000-3.000.000 Rupiah dengan presentasi 57,3%. Dari hasil data kuisisioner dapat identifikasi bahwa, mayoritas responden adalah laki-laki, usia 21-25 tahun, berdomisili di kota Yogyakarta dengan Tingkat Pendidikan terakhir Sarjana (S1) /Sarjana Terapan (D4), memiliki pendapatan perbulan / uang saku berada diangka 1.000.000-3.000.000 Rupiah.

4.3 Outer Model

Outer model, disebut juga dengan evaluasi model pengukuran dan pada hakikatnya bertujuan untuk menguji indikator berdasarkan variabel laten. Dengan kata lain tujuannya adalah untuk mengevaluasi sejauh mana indikator (item) dapat menjelaskan variabel laten. Ukuran yang digunakan meliputi validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas. Di bawah ini gambar model penelitian yang diolah dengan Smart PLS:

4.3.1 Uji Validitas Konvergen

Efektivitas validitas konvergen dapat diverifikasi dengan menggunakan nilai loading factor. Nilai loading factor ini mencerminkan hubungan antara item

pengukuran dengan variabel laten. Validitas konvergen dianggap terpenuhi ketika outer loading setiap item melebihi 0,70 dan ketika rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) untuk setiap konstruk mencapai 0,50 atau lebih tinggi. Berikut hasil uji validitas konvergen berdasarkan nilai loading factor setiap item dari masing-masing indikator pada penelitian ini:

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Konvergen

Variabel	Item	Outer Loading	AVE	Keterangan
Literasi Keuangan	X1.1	0.793	0.685	VALID
	X1.2	0.856		
	X1.3	0.868		
	X1.4	0.790		
Persepsi tentang pinjaman online	X2.1	0.889	0.814	VALID
	X2.2	0.919		
	X2.3	0.899		
Perilaku konsumtif	X3.1	0.855	0.755	VALID
	X3.2	0.857		
	X3.3	0.881		
	X3.4	0.883		
Keputusan penggunaan pinjaman online	Y1	0.772	0.656	VALID
	Y2	0.849		
	Y3	0.843		
	Y4	0.773		
	Y5	0.808		

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa nilai outer loading, item pada kuesioner penelitian ini berada diatas 0,7. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kuesioner ini memenuhi syarat validitas konvergen. Hal ini menunjukkan bahwa uraian variabel laten dalam penelitian ini dapat dipahami oleh responden sesuai dengan tujuan peneliti. Selain itu, nilai AVE (average variance Extraction) penelitian ini juga lebih besar dari 0,5 yang sesuai dengan kriteria AVE. Dapat

disimpulkan bahwa seluruh item kuesioner penelitian ini memenuhi kriteria validitas konvergen.

4.3.2 Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan digunakan untuk mengukur dan membuktikan bahwa pernyataan setiap variabel laten tidak menimbulkan kebingungan pada responden saat menjawab kuesioner, terutama dalam memahami maksud pernyataan tersebut.

Kriteria pengukuran validitas diskriminan adalah nilai cross-loading. Nilai cross-loading menunjukkan besarnya korelasi antara masing-masing variabel dengan indikatornya serta indikator dari building block lainnya. Suatu indikator dikatakan valid apabila nilai korelasinya dengan konstraknya lebih besar dibandingkan nilai korelasinya dengan konstruk lainnya Indrawati (2018). Terlihat dari table dibawah nilai korelasi setiap variabel dengan elemen-elemennya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner penelitian ini memenuhi validitas diskriminan.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Diskriminan

		Literasi Keuangan	Persepsi Tentang Pinjaman Online	Perilaku Konsumtif	Keputusan Penggunaan Pinjaman Online
Literasi Keuangan	X1.1	0.793	0.501	0.590	0.545
	X1.2	0.856	0.440	0.578	0.585
	X1.3	0.868	0.388	0.624	0.611
	X1.4	0.790	0.314	0.574	0.614
Persepsi Tentang Pinjaman Online	X2.1	0.462	0.889	0.371	0.408
	X2.2	0.414	0.919	0.425	0.453
	X2.3	0.459	0.899	0.376	0.489
	X3.1	0.611	0.407	0.855	0.666
Perilaku Konsumtif	X3.2	0.600	0.325	0.857	0.603
	X3.3	0.605	0.390	0.881	0.620
	X3.4	0.666	0.381	0.883	0.672
	Y1	0.602	0.269	0.614	0.772
Keputusan Penggunaan Pinjaman Online	Y2	0.561	0.521	0.601	0.849
	Y3	0.562	0.398	0.583	0.843
	Y4	0.551	0.403	0.497	0.773
	Y5	0.606	0.432	0.676	0.808

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

4.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian diperlukan untuk mengetahui apakah item atau instrumen penelitian yang digunakan berulang kali untuk mengukur fenomena yang sama tetap konsisten. Reliabilitas diuji menggunakan *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Untuk mengukur konsistensi internal. *Cronbach's alpha* digunakan untuk menilai batas bawah reliabilitas konstruk, dan *composite reliability* digunakan untuk menilai reliabilitas aktual konstruk. Nilai reliabilitas *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* yang dianggap standar adalah 0,7 untuk penelitian deskriptif dan 0,8 atau lebih tinggi untuk penelitian yang lebih kompleks Indrawati (2018).

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability
X1	0.846	0.848
X2	0.886	0.892
X3	0.892	0.894
Y	0.868	0.871

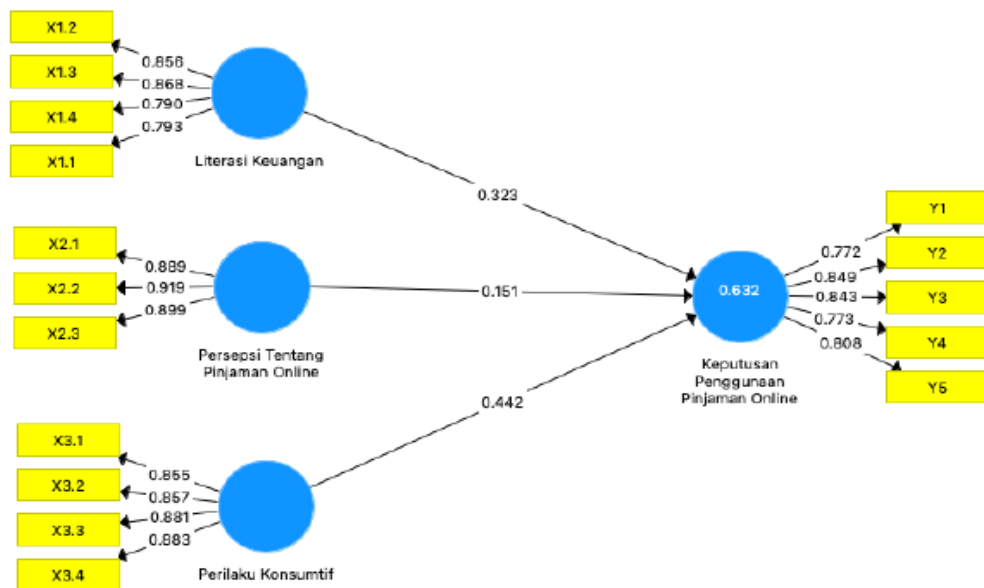
Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Hasil dari composite reliability penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas, nilai composite reliability setiap variabel lebih tinggi dibandingkan nilai Cronbach alpha setiap variabel. Nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha untuk setiap variabel semuanya lebih besar dari 0,7, meskipun standar yang diterima untuk Cronbach's alpha adalah 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Cronbach alpha berada pada kategori reliabel. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas.

4.4 Inner Model

Inner model pada PLS mengacu pada struktur hubungan antar variabel laten dalam model. Inner model menggambarkan bagaimana variabel laten saling mempengaruhi. Berikut ilustrasi hasil keluaran bootstrap untuk model penelitian ini:

Gambar 4. 1 Jalur Inner Model



Sumber : Data Primer Diolah, 2024

4.4.1 Uji R-Square

R-squared menunjukkan seberapa kuat pengaruh variabel dependen dan digunakan untuk menilai kekuatan model penelitian. nilai R^2 sebesar 0,67 atau lebih tinggi dianggap kuat, nilai R^2 sebesar 0,33 dianggap sedang, dan nilai R^2 sebesar 0,19 dianggap lemah Ghozali (2018). Terlihat dari table di bawah ini bahwa nilai R^2 penelitian ini mempunyai nilai sebesar 0,632, ini menandakan variabel dependen penelitian ini masuk dalam kategori sedang.

Tabel 4. 5 R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Penggunaan Pinjaman Online	0.632	0.625

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

4.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan kriteria T-statistik \geq T-tabel (1,96) atau nilai p-value $<$ alpha signifikan 5% atau 0,05 maka terdapat pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Berikut adalah table pengujian hipotesis dari penelitian ini

Tabel 4. 6 Path Coefficients

	Original semple (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P value
X1->Y	0.323	0.334	0.093	3.482	0.001
X2->Y	0.151	0.154	0.073	2.059	0.040
X3->Y	0.442	0.435	0.087	5.096	0.000

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan table diatas dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online

Dari tabel terlihat bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online. Pengaruh tersebut terlihat dari nilai P-values sebesar $0,000 < 0,05$ dan T-statistic $3,526 > 1,96$. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan hasil dari hipotesis pertama (H1) yaitu Literasi

Keuangan berpengaruh signifikan dari Keputusan Penggunaan Pinjaman Online **diterima**.

2. Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online

Dari tabel terlihat bahwa Perilaku Konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online. Pengaruh tersebut terlihat dari nilai P-values sebesar $0,000 < 0,05$ dan T-statistic $5,247 > 1,96$. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan hasil dari hipotesis kedua (H2) yaitu Perilaku Konsumtif berpengaruh signifikan dari Keputusan Penggunaan Pinjaman Online **diterima**

3. Pengaruh Persepsi Tentang Pinjaman Online terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online

Dari tabel terlihat bahwa Persepsi Tentang Pinjaman Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online. Pengaruh tersebut terlihat dari nilai P-values sebesar $0,040 < 0,05$ dan T-statistic $2,060 > 1,96$. Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat disimpulkan hasil dari hipotesis ketiga (H3) yaitu Persepsi Tentang Pinjaman Online berpengaruh signifikan dari Keputusan Penggunaan Pinjaman Online **diterima**

4.6 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan kepada Masyarakat Provinsi Yogyakarta, dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa demografi pada responden mayoritas adalah laki-laki sebanyak 88 orang dengan usia antara 21-25 tahun sebanyak 86 orang. Berdomisili di Kota Yogyakarta sebanyak 89 orang, dengan gelar Sarjana (S1)/Sarjana Terapan (D4) sebanyak 77 orang dan ada 86 orang yang memiliki pendapatan perbulan/uang saku sebesar 1.000.000-3.000.000 Rupiah.

4.6.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Penggunaan

Pinjaman Online

Hipotesis pertama penelitian ini adalah hubungan antara Literasi Keuangan dengan Keputusan Penggunaan Pinjaman Online saling berkaitan dan berdampak positif. Dengan kata lain, semakin tinggi pengetahuan keuangan seseorang maka semakin tepat pula perilakunya dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Literasi keuangan adalah kemampuan memahami dan menerapkan konsep-konsep keuangan seperti pengelolaan uang, investasi, dan perkreditan, yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku keuangan. Literasi keuangan yang baik memungkinkan individu untuk membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas, seperti mengambil pinjaman online. Besarnya pengaruh positif signifikan literasi keuangan terhadap keputusan mengambil pinjaman online dapat dijelaskan oleh beberapa faktor seperti kemampuan manajemen risiko, orang dengan literasi

keuangan yang tinggi cenderung lebih memahami risiko yang terkait dengan pinjaman online.

Literasi keuangan yang lebih tinggi akan membantu untuk lebih memahami syarat dan ketentuan pinjaman online, hal ini meningkatkan keamanan dalam menggunakan produk pinjaman online secara bertanggung jawab. Orang yang cerdas secara finansial dapat mengelola utangnya dengan lebih bijak, memilih pinjaman hanya jika benar-benar diperlukan, dan memastikan untuk melunasi utangnya tepat waktu. Literasi keuangan juga berkaitan dengan pemahaman tentang teknologi finansial (FinTech). Masyarakat dengan literasi keuangan yang lebih tinggi lebih nyaman menggunakan platform fintech, termasuk pinjaman online, dan memahami cara kerjanya yang lebih cepat dan efisien.

Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan berdampak langsung pada peningkatan kualitas pengambilan keputusan dalam penggunaan pinjaman online. Masyarakat yang cerdas secara finansial akan dapat lebih berhati-hati memilih platform pinjaman online yang sesuai dengan kebutuhan dan mengelola utang dengan lebih cerdas. Pemahaman yang lebih baik tentang risiko, biaya, dan persyaratan pinjaman online akan membantu dalam membuat keputusan yang lebih tepat dan bertanggung jawab selama proses pengajuan dan pembayaran utang.

Hasil dari penelitian ini selaras dengan temuan (Lusardi et al., 2014) yang menyatakan bahwa pentingnya literasi keuangan dalam konteks perekonomian global. Menunjukkan bahwa literasi keuangan memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan keuangan pribadi, termasuk perencanaan pensiun, pengelolaan utang, investasi, dan tabungan. Penelitian ini mengungkap bagaimana

literasi keuangan mempengaruhi perilaku keuangan, termasuk pengambilan keputusan penting terkait perencanaan keuangan jangka panjang, partisipasi pasar modal, dan manajemen risiko. Secara keseluruhan, jurnal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap keamanan finansial dan pengambilan keputusan seseorang, serta memberikan landasan teoritis dan bukti empiris tentang pentingnya mengembangkan literasi keuangan di Masyarakat.

Hal ini juga didukung oleh (Xiao et al., 2016) yang menunjukkan bahwa masyarakat yang memiliki pendidikan keuangan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang produk dan layanan keuangan serta lebih percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat. Temuan utamanya adalah bahwa pendidikan keuangan yang diterapkan sejak usia muda, baik di rumah, di sekolah, atau di masyarakat, memiliki dampak positif dalam mengembangkan kebiasaan keuangan yang sehat dan meningkatkan kesejahteraan keuangan jangka panjang. Xiao menekankan bahwa pendidikan keuangan bukan hanya tentang pengetahuan, namun tentang mengubah sikap dan perilaku keuangan.

4.6.2 Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online

Hipotesis kedua penelitian ini adalah hubungan antara Perilaku Konsumtif dengan Keputusan Penggunaan Pinjaman Online, perilaku konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pinjaman online. Masyarakat yang memiliki perilaku konsumtif cenderung lebih sering menggunakan penawaran pinjaman online untuk melakukan pembelian segera,

terutama ketika tidak memiliki cukup dana, sehingga menyebabkan peningkatan frekuensi belanja konsumen dan ketergantungan pada pinjaman ini.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli barang dan jasa berdasarkan dorongan emosi dan keinginan sesaat tanpa mempertimbangkan kebutuhannya yang sebenarnya. Perilaku seperti ini seringkali menyebabkan individu mengeluarkan uang terlalu banyak bahkan melebihi pendapatan dan anggarannya. Dalam konteks ini, perilaku konsumen sangat relevan dengan keputusan mengambil pinjaman online. Orang yang terlibat dalam perilaku konsumtif sering kali merasakan dorongan untuk segera membeli sesuatu tanpa berfikir panjang. Perilaku konsumtif juga meningkatkan kecenderungan meminjam, terutama karena pinjaman online mudah didapat dan tidak memerlukan banyak syarat. Karena lebih fokus pada pemenuhan kebutuhan jangka pendek, individu mengambil pinjaman online tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang seperti tingginya suku bunga dan kemampuan membayar. Oleh karena itu, perilaku konsumtif berperan penting dan aktif dalam keputusan mengambil pinjaman online karena individu lebih sering menggunakannya untuk memenuhi gaya hidup konsumtifnya.

Penelitian dari (Zheng et al., 2018) mendukung hasil penelitian ini dengan menemukan bahwa meskipun pengetahuan keuangan yang baik umumnya membantu dalam membuat keputusan keuangan yang bijaksana, perilaku konsumtif dapat menjadi faktor mediasi yang menyebabkan individu lebih sering meminjam, seperti dalam bentuk pinjaman online. menganalisis bagaimana perilaku konsumtif memoderasi dampak positif literasi keuangan terhadap

pengelolaan utang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat dengan literasi keuangan yang tinggi namun memiliki perilaku konsumtif yang kuat cenderung lebih sering menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan belanjanya. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan bukti bahwa terdapat hubungan kompleks antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif yang mempengaruhi keputusan terkait utang, terutama dalam konteks pinjaman online.

Ada pula penelitian dari (D'Alessio et al., 2016) yang menyatakan bahwa bagaimana kebiasaan belanja yang konsumtif berkontribusi terhadap peningkatan utang, terutama dengan pesatnya peningkatan penggunaan pinjaman online. Perilaku konsumen yang impulsif dan tidak terencana secara signifikan meningkatkan risiko terlilit hutang dari pinjaman online, terutama ketika konsumen menggunakan pinjaman untuk kebutuhan yang tidak penting. Kesimpulan dari penelitian ini adalah perilaku konsumtif berperan signifikan dalam peningkatan keterlilitan utang melalui pinjaman online, dan pentingnya langkah-langkah pencegahan, seperti pendidikan keuangan dan regulasi pasar, untuk mengurangi risiko utang berlebih.

4.6.3 Pengaruh Persepsi Tentang Pinjaman Online terhadap Keputusan

Penggunaan Pinjaman Online

Hipotesis ketiga penelitian ini adalah hubungan antara Persepsi Tentang Pinjaman Online dengan Keputusan Penggunaan Pinjaman Online. Persepsi Tentang Pinjaman Online terhadap berpengaruh positif dan signifikan, mungkin disebabkan oleh tersedianya layanan karena masyarakat yang memandang pinjaman online sebagai solusi yang mudah, cepat, dan aman lebih cenderung

menyatakan minatnya untuk menggunakan pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan finansialnya berdampak pada keputusan penggunaan.

Persepsi seseorang terhadap pinjaman online sangat mempengaruhi keputusannya dalam memanfaatkan layanan. Persepsi ini mungkin berdasarkan pengalaman pribadi, informasi yang diterima, atau iklan dari platform penyedia pinjaman online. Ada beberapa faktor utama yang menjelaskan mengapa persepsi positif terhadap pinjaman online berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaannya, diantaranya : akses mudah dan proses cepat, persepsi biaya dan transparansi, kenyamanan dan fleksibilitas. Secara keseluruhan, persepsi terhadap pinjaman online menimbulkan keyakinan bahwa layanan tersebut aman, mudah, dan menguntungkan sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan.

Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Malhotra et al., 2011) yang menemukan bahwa persepsi konsumen terhadap keamanan dan keandalan layanan keuangan online sangat penting dalam menentukan kesediaan untuk menggunakan layanan tersebut. Konsumen yang merasa layanannya aman dan dapat diandalkan lebih cenderung menggunakan layanan keuangan online. Ketika konsumen merasa platform layanan keuangan online mudah digunakan dan tidak merepotkan, kemungkinan besar konsumen akan terus menggunakan layanan tersebut. Studi ini juga menemukan bahwa persepsi signifikan antara konsumen dari latar belakang budaya yang berbeda, dan faktor budaya dapat mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen terhadap adopsi layanan keuangan digital. Menyoroti pentingnya memahami persepsi konsumen mengenai

penerapan layanan keuangan online dan perlunya penyedia layanan untuk mempertimbangkan faktor budaya dalam strategi pemasaran. Hasil ini memberikan wawasan berharga bagi pengembang dan penyedia layanan keuangan untuk meningkatkan penerimaan dan penggunaan layanan di pasar global.

Ada pula penelitian lain yang mendukung hal ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Lee et al., 2018) Studi ini menunjukkan bahwa beberapa faktor penting yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan kredit digital meliputi persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan terhadap platform pinjaman, dan persepsi nilai layanan. Konsumen yang percaya bahwa platform pinjaman digital aman dan dapat diandalkan lebih cenderung menggunakan layanan ini. Studi ini menyoroti pentingnya penyedia kredit digital meningkatkan kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan menawarkan nilai tambah yang jelas untuk menarik lebih banyak konsumen. Secara keseluruhan, hasil ini memberikan wawasan penting bagi pemangku kepentingan industri pinjaman digital untuk memahami dan meningkatkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adopsi layanan oleh konsumen.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, literasi keuangan, perilaku konsumen dan persepsi tentang pinjaman online mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pinjaman online, hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1. Literasi keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mengambil pinjaman online dengan P-value sebesar 0,000 dan T-statistic sebesar 3,526. Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung membuat keputusan pinjaman online yang lebih cerdas, memahami risiko dan manfaat, serta lebih mampu mengelola utangnya
2. Perilaku konsumtif juga mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan mengambil pinjaman online, dengan nilai P-value sebesar 0,000 dan T-statistik sebesar 5,247. Hasil ini menunjukkan bahwa individu dengan kebiasaan belanja yang kuat lebih cenderung menggunakan pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan pembelian segera tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang dari hutang.
3. Persepsi terhadap pinjaman online mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mengambil pinjaman online dengan nilai P-value sebesar 0,040 dan T-statistic sebesar 2,060. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat

yang memiliki pandangan positif terhadap pinjaman online (misalnya karena masyarakat melihat pinjaman online sebagai solusi cepat dan mudah) lebih cenderung menggunakan layanan tersebut.

5.2 Saran

1. Bagi Masyarakat

Meningkatkan literasi keuangan sangat penting untuk membantu masyarakat lebih memahami pengelolaan keuangan pribadi, termasuk ketika mengambil keputusan pinjaman online. Pemahaman yang lebih baik dapat membantu individu mengelola pengeluarannya dengan bijak dan meminimalkan risiko mengandalkan pinjaman online. Oleh karena itu, perlu adanya peningkatan kesadaran mengenai perilaku konsumtif dan pentingnya perencanaan keuangan yang bijaksana. Perencanaan keuangan dan kampanye pengelolaan utang yang baik adalah langkah awal untuk mengembangkan kebiasaan keuangan yang lebih sehat.

2. Bagi pemerintah dan penyedia jasa keuangan: Pemerintah dan lembaga keuangan mempunyai peran penting dalam meningkatkan program pendidikan dan literasi keuangan di masyarakat. Penyedia pinjaman online harus fokus pada transparansi, keamanan, dan keandalan layanannya untuk membangun kepercayaan masyarakat. Penyedia pinjaman online harus fokus pada transparansi, keamanan, dan keandalan layanannya untuk membangun kepercayaan masyarakat. Selain itu, iklan juga diperlukan untuk menjelaskan manfaat dan risiko pinjaman online sehingga konsumen

dapat mengambil keputusan yang tepat dan bertanggung jawab dalam menggunakan layanan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amrullah, Arif, Sugeng Hadi Utomo, Universitas Negeri Malang, and Financial Inclusion. 2023. "Financial Literacy Level Of Gojek Drivers In Malang City Online Loans User As An Effort To Improve Welfare." *International Journal of Education, Language, Literature, Arts, Culture, and Social Humanities* 1(1):1–13.
- Aritonang, Mangihut Parlindungan, Isfenti Sadalia, and Chairul Muluk. 2023. *The Effect of Financial Literacy and Financial Inclusion on MSMEs Performance*. Vol. 057. Atlantis Press International BV.
- Basyirah, Luthfiana, Amilis Kina, and Athi' Hidayati. 2022. "Open Innovation for Sustainable Development Goals: Learning from GoTo Group." *Journal of Innovation in Business and Economics* 6(01):55–74. doi: 10.22219/jibe.v6i01.21745.
- Batunanggar, Sukarela. 2019. "Fintech Development and Regulatory Frameworks in Indonesia." *ADB Working Paper* (1014):1–12.
- CHEMMANUR, THOMAS J., MICHAEL B. IMERMAN, HARSHIT RAJAIYA, and QIANQIAN YU. 2020. "Recent Developments in the Fintech Industry." *Journal of Financial Management, Markets and Institutions* 8(1):1–31. doi: 10.1142/S2282717X20400022.
- Cwynar, Andrzej, Wiktor Cwynar, Kamil Wais, and Radosław Parda. 2016. "Loan Perception and Loan-Related Attitude of Poles: Evidence from the Field." *Forum Scientiae Oeconomia* 4(nr 2):37–58.
- Diana Silaswara, and Agus Kusnawan. 2022. "Analisa Persepsi Masyarakat Terhadap Penggunaan Aplikasi Pinjaman Online." *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis* 20(3):1–11.
- Dinya Solihati, Keisha, Muhammad Rizki, and Nurmita Sari. 2023. "The Role of The Government to Improve Financial Literacy in Efforts to Prevent The Use of Illegal Online Loans." *KnE Social Sciences* 2023:670–87. doi: 10.18502/kss.v8i11.13581.
- Fahmi, T. A. ..., Mas Nur Mukmin, Y. .. Hutomo, and D. A. Putri. 2022. "Analisis Indikator Persepsi Mahasiswa Pada Kegunaan Teknologi Keuangan." *Jurnal Akunida* 8(2):99–109. doi: 10.30997/jakd.v8i2.6835.
- Fathy El Dessouky, Naglaa, and Asmaa Al-Ghareeb. 2020. "Human Resource Management and Organizational Resilience in the Era of COVID-19: Theoretical Insights, Challenges and Implications." *2020 2nd International Sustainability and Resilience Conference: Technology and Innovation in*

- Building Designs* (2014). doi: 10.1109/IEEECONF51154.2020.9319967.
- Fauziah, Nailah, and Nining Nurhasanah. 2020. "The Effect of the Perception of Electronic Money on Consumptive Behavior of Stei Sebi Students." *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8(1):63–84. doi: 10.46899/jeps.v8i1.176.
- Feroz, Abdul Karim, Hangjung Zo, and Ananth Chiravuri. 2021. "Digital Transformation and Environmental Sustainability: A Review and Research Agenda." *Sustainability (Switzerland)* 13(3):1–20. doi: 10.3390/su13031530.
- Florentina, Elida, Sinaga Simanjorang, Anita Sri, Rejeki Hutagaol, and Emul Mulyana. 2023. "The Linkage of Perceptions of Online Loans and Financial Literacy to Interest in Online Loans with Lifestyle as a Moderating Variable." 11(September 2022):166–75.
- Hair, Joe F., Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt. 2011. "PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet." *Journal of Marketing Theory and Practice* 19(2):139–52. doi: 10.2753/MTP1069-6679190202.
- HAYYINUN, WAFA. 2020. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK DI BANK SYARIAH MANDIRI YOGYAKARTA."
- Hendri Rahmayani Asri, Ekaning Setyarini, and Hantoro Arief Gisijanto. 2022. "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Peer To Lending." *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1(03):01–09. doi: 10.56127/jukim.v1i03.99.
- Henseler, Jörg, Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt. 2015. "A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling." *Journal of the Academy of Marketing Science* 43(1):115–35. doi: 10.1007/s11747-014-0403-8.
- isnaini putri, Salsabila, and Hero Prianto. 2024. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN, SOSIAL, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PENGGUNA APLIKASI PINJAMAN ONLINE." 14(5):1–23.
- Kalmykova, Ekaterina, and Anna Ryabova. 2016. "FinTech Types." *SHS Web of Conferences* 28 01051(2015):4–8.
- Kirana Khiba, Fahlevy, and Sri Utami Ady. 2023. "Financial Literacy, Risk Perceptions, and Consumptive Behavior on Interest in Using Online Loans." *Journal of Economics, Finance and Management Studies* 06(11):5322–33. doi: 10.47191/jefms/v6-i11-07.
- Kurniawati, putri. 2018. "PERSEPSI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)."

Universitas Nusantara PGRI Kediri 01:1–7.

- Litvinenko, V. S. 2020. “Digital Economy as a Factor in the Technological Development of the Mineral Sector.” *Natural Resources Research* 29(3):1521–41. doi: 10.1007/s11053-019-09568-4.
- Mardikaningsih, Rahayu, Ella Anastasya Sinambela, Didit Darmawan, Dita Nurmalasari, Program Studi Manajemen, and Universitas Mayjen Sungkono. 2020. “Hubungan Perilaku Konsumtif Dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online.” *Jurnal Simki Pedagogia* 3(6):98–110.
- Otunaiya, A. O., O. A. C. Ologbon, and E. O. Akerele. 2014. “Analysis of Agricultural Loan Use Decision among Poultry Farmers in Oyo State, Nigeria.” *International Journal of Poultry Science* 13(2):108–13. doi: 10.3923/ijps.2014.108.113.
- Panos, Georgios A., and John O. S. Wilson. 2020. “Financial Literacy and Responsible Finance in the FinTech Era: Capabilities and Challenges.” *European Journal of Finance* 26(4–5):297–301. doi: 10.1080/1351847X.2020.1717569.
- Prihatini, Novi. 2023. “ANALYSIS OF THE IMPACT OF ONLINE LENDING.” *ANALYSIS OF THE IMPACT OF ONLINE LENDING* 2(2):47–62. doi: 10.59827/jfeb.v2i2.90.
- PUTRA, Bagas Laksana, Arfian Ambar RIFQI, and Samdan AL-MASYHURI. 2023. “A Low Financial Literacy On The Desire To Do Online Loans (Case Study Of Muhammadiyah Surabaya University Students).” *Journal of Entrepreneurial and Business Diversity* 1(1):55–58. doi: 10.38142/jebd.v1i1.45.
- Rif’ah, Badiatur, and Nur Anita Yunikawati. 2024. “The Effect of the Use of Fintech and Lifestyle on the Consumptive Behavior of Economic MGMP Teachers During the Covid-19 Pandemic.” *KnE Social Sciences* 2024:478–95. doi: 10.18502/kss.v9i4.15096.
- Riwayati, Hedwigis Esti, Aviliani Aviliani, and Wilda Lumban Tobing. 2023. “The Influence of Financial Technology Services on Customer Decisions in Choosing Online Loan Funds.” 06(07):101–9.
- Romanova, Olga A., Grigoriy B. Korovin, and Evgeny A. Kuzmin. 2017. “Analysis of the Development Prospects for the High-Tech Sector of the Economy in the Context of New Industrialization.” *Espacios* 38(59).
- Sari, M. W., and A. Novrianto. 2020. “Analysis of Factors Affecting Community Decisions to Apply for Online Loans (Fintech).” *International Journal of Advanced Science and ...* 29(9):4850–59.

- Sartika, D., F. Tan, A. Adrimas, and ... 2021. "Development of Financial Technology (Fintech) in Indonesia and Its Affecting Factors." *Journal of Positive ...* 5(4):469–83.
- Setyorini, Retno, Candra Wijayangka, Fikri Haikal, and Nugraha Nugraha. 2021. "The Relationship Between Financial Literation Towards Users Of Loan Transacted Applications In The Millennial Generation." *Jurnal Manajemen Indonesia* 21(3):238. doi: 10.25124/jmi.v21i3.3571.
- Situmorang, Exaudi, Saparuddin Muchtar, and Harya Kuncara. 2023. "The Effect of Financial Literacy On Consumptive Behaviour: A Theoretical Approach."
- Syahputri, Addini Zahra, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri. 2023. "Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif." *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran* 2(1):160–66.
- Uthaileang, Wasan, and Supaporn Kiattisin. 2023. "Developing the Capability of Digital Financial Literacy in Developing Countries: A Case of Online Loan for Small Entrepreneurs." *Heliyon* 9(12):e21961. doi: 10.1016/j.heliyon.2023.e21961.
- Wati, Siska, and Parulian Tambunan. 2024. "THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL ATTITUDES, AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON THE USE OF FINTECH DANA CITA PENDIDIKAN." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 1(April):3969–90.
- Wei, Liuchuang, and Ping Wei. 2019. "Analysis of University Student Campus Loan Phenomenon and Countermeasures." 34(Isemss):603–6. doi: 10.2991/iseemss-19.2019.119.
- Widyakto, Adhi, Ziyana Wahyu Liyana, and Tri Rinawati. 2022. "The Influence of Financial Literacy, Financial Attitudes, and Lifestyle on Financial Behavior." *Diponegoro International Journal of Business* 5(1):33–46. doi: 10.14710/dijb.5.1.2022.33-46.
- Abdillah, W. 2015. *Partial Least Square*.
- Kumar, A., & Kaur, R. (2021). Business Innovation in the Digital Age: A Study on E-commerce and Automation. *Journal of Business Studies*
- Wang, J., & Liu, T. (2021). AI and Autonomous Vehicles: A Comprehensive Overview. *Journal of Transportation Research*.
- Perez, M., & Johnson, L. (2019). The Evolution of Entertainment: Virtual Reality and Digital Media. *Entertainment Technology Review*.

Kurniawati, R. (2018). "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Persepsi Individu dalam Lingkungan Kerja." *Jurnal Psikologi Terapan*, 7(2), 123-137.

Santoso, B. & Wibowo, A. (2020). "Pengaruh Latar Belakang Sosial Budaya Terhadap Persepsi Masyarakat." *Jurnal Sosiologi dan Antropologi*, 14(1), 33-47.

Litvinenko, V. (2020). Digital Transformation of Industries: Big Data, Artificial Intelligence, and Internet of Things as the Key Enablers. *Journal of Engineering and Technology*.

Firdaus, F., & Harahap, M. (2023). "The Role of Digital Financial Literacy in Preventing Overconsumption." *Jurnal Ekonomi & Keuangan*, 10(2), 120-135.

J. Jama. 1990. "Populasi Dan Sempel." *J. Jama* 13:1–11.

Kurniawati, putri. 2018. "PERSEPSI MASYARAKAT KOTA MEDAN TERHADAP PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY (FINTECH)." *Universitas Nusantara PGRI Kediri* 01:1–7.

Lenaini, Ika. 2021. "Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling." *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah* 6(1):33–39.

Lusardi, A., & Mitchell, O.S. (2017). "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence." *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.

OECD. (2023). "Financial Literacy and Inclusion: Impacts on Economic Well-Being." *OECD Economic Studies*, 43(1), 34-58.

Mardikaningsih, Rahayu et al. 2020. "Hubungan Perilaku Konsumtif Dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online." *Jurnal Simki Pedagogia* 3(6):98–110.

Muhamad, Nabilah. 2024. "Penyaluran Pinjol Di Indonesia Naik Jadi Rp22,76 Triliun Pada Maret 2024." *Databoks*. Retrieved

Napitupulu, H. & Harahap, E. (2023). "Regulatory Framework and Consumer Protection in Online Lending in Indonesia." *Journal of Law and Financial Regulation*, 8(1), 45-60.

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/05/14/penyaluran-pinjol-di-indonesia-naik-jadi-rp2276-triliun-pada-maret-2024>).

OJK. 2024. "Financial Technology-P2P Lending-Pinjaman Online Berizin Di OJK." *Otoritas Jasa Keuangan*. Retrieved (<https://www.ojk.go.id/waspadainvestasi/id/berita/Pages/Financial-Technology-P2P-Lending-Pinjaman-Online-Berizindi-OJK.aspx>).
Prihatini, Novi. 2023. "ANALYSIS OF THE IMPACT OF ONLINE LENDING." *ANALYSIS*

OF THE IMPACT OF ONLINE LENDING 2(2):47–62. doi: 10.59827/jfeb.v2i2.90.

Sugiyono. 2013. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.

ATTITUDES, AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON THE USE OF FINTECH DANA CITA PENDIDIKAN." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 1(April):3969–90.
Countermeasures." 34(Isemss):603–6. doi: 10.2991/iseemss-19.2019.119.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.

Xiao, J. J., & O'Neill, B. (2016). Consumer financial education and financial capability. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 712-721.

Zheng, H., & Houston, J. (2018). *Exploring the Link between Financial Literacy and Borrowing Behaviors: The Mediating Role of Consumerism*. *Journal of Consumer Affairs*, 52(3), 528-546.

D'Alessio, M., & Iezzi, S. (2016). *Consumption Behavior and Over-indebtedness in the Online Lending Market*. *Journal of Financial Education*, 42(1), 15-32.

Lee, J., & Rhee, K. (2018). *Understanding Factors Influencing Consumers' Intention to Use Digital Loans: An Empirical Study*. *Journal of Financial Services Marketing*, 23(2), 120-130.

Malhotra, N. K., & Dash, S. (2011). *The Role of Consumer Perception in Adoption of Online Financial Services: A Cross-cultural Study*. *International Journal of Electronic Finance*, 5(1), 22-35.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : kuisisioner penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr/I

Di tempat

Assalamualaikum wr wb, Perkenalkan saya mahasiswa dari Universitas Islam Indonesia Fakultas Bisnis & Ekonomika Yogyakarta Program Studi Magister Manajemen yang sedang mengadakan penelitian “ Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Tentang Pinjaman Online dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online Pada Masyarakat Yogyakarta ”. Kali ini, saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuisisioner. Berikut kuisisioner yang saya akukan, mohon kepada Bapak/Ibu/Sudara/I untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan keadaan sebenarnya. Adapun jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan tidak akan berpengaruh pada diri Bapak/Ibu/Saudara/I karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediaannya saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Ningsih Djamsi

22911031

A. Karakteristik Responden

Petunjuk: Pilihlah satu jawaban yang telah disediakan atas pertanyaan berikut berilah tanda check list (√) pada pilihan yang telah disediakan.

Petunjuk: jawablah pertanyaan dibawah ini dan berilah tanda pada pertanyaan yang tersedia di pilihan jawabannya.

Jenis Kelamin ?

- a. Perempuan
- b. Laki-laki

Usia ?

- a. 17 – 20 Tahun
- b. 21 – 25 Tahun
- c. 26 – 30 Tahun
- d. 31 – 35 Tahun

Domisili ?

- a. Kota Yogyakarta
- b. Kabupaten Sleman
- c. Kabupaten Bantul
- d. Kabupaten Gunung Kidul
- e. Kabupaten Kulon Progo

Pendidikan Terakhir ?

- a. SMA Sederajat
- b. Diploma (D3)
- c. Sarjana (S1) /Sarjana Terapan (D4)
- d. Magister (S2)
- e. Doktoral (S3)

Pendapatan Perbulan

- a. < Rp 1.000.000
- b. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
- c. Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000
- d. > Rp 5.000.000

Petunjuk Pengisian Angkat

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Pertanyaan Kuisisioner

1. Literasi Keuangan (X1)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya paham betul cara mengatur keuangan sehingga terhindar dari segala penipuan					
2	Saya selalu membuat anggaran pengeluaran dan belanja setiap bulannya					
3	Saya merasa menabung memudahkan untuk memenuhi kebutuhan di masa depan					
4	Saya merasa perlu menyisihkan uang untuk berinvestasi					

2. Persepsi Tentang Pinjaman online (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Proses pinjaman online sangat mudah					
2	Keberadaan pinjaman online sangat membantu					
3	Saya percaya data-data pribadi saya aman pada aplikasi pinjaman online tersebut					

3. Perilaku Konsumtif (X3)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan membeli suatu produk jika produk tersebut sedang dijual atau menawarkan hadiah dari pembelian					
2	Saya sering membeli produk karena saya selalu tertarik dengan produk baru dan trendi					
3	Saya membeli beberapa jenis produk yang sama padahal saya sudah memilikinya					
4	Saya selalu mempertimbangkan harga satu produk sebelum membelinya					

4. Keputusan Penggunaan Pinjaman Online (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya memilih menggunakan produk di Pinjaman Online untuk mengatasi masalah keuangan					
2	Saya menggunakan Pinjaman Online karena saya yakin akan kebenaran yang disampaikan melalui media massa (online/cetak)					
3	Saya menggunakan Pinjaman Online karena sesuai dengan kebutuhan saya					
4	Saya menggunakan Pinjaman Online dikarenakan mudah menjadi nasabah dari Pinjaman Online					
5	Saya menggunakan Pinjaman Online karena pelayanan yang diberikan efektif dan cepat					

Lampiran 2: Tabulasi Data Mentah

1. Literasi Keuangan (X1)

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

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

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

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

2. Persepsi Tentang Pinjaman online

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

5	5	5
5	4	4
5	5	5
5	5	5
4	4	4
5	5	4
4	4	4
4	4	3
5	5	5
4	4	4
5	4	4
4	5	5
5	4	5
5	5	5
4	3	4
5	5	5
5	5	5
4	4	4
3	3	4
5	5	5
3	3	3
5	5	5
4	4	4
4	4	4
5	5	4
5	4	5
5	5	4
5	5	4
3	4	3
5	5	4
5	5	5
5	5	4
5	5	5
4	4	4
3	4	4
4	4	5
4	4	4
3	4	4
5	5	5

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

4	3	3
5	5	5
4	5	4
5	5	5
4	5	5
5	5	5
5	4	5
5	5	5
4	4	4
4	3	3
4	4	4
5	5	5
5	5	5
5	5	5
4	4	5
5	5	5
3	4	4
4	4	4
4	4	4
4	4	4
3	4	4
5	5	5
4	4	4
5	5	5
4	5	3
5	5	5
5	5	4
3	4	4
4	4	4
5	5	5
5	4	5
4	5	4
4	4	4
5	5	4
4	5	5
5	4	5

3. Perilaku Konsumtif

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

4	4	4	4
4	4	4	3
4	4	4	3
4	4	4	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	5	5	5
4	5	4	4
5	5	5	5
4	4	4	3
3	4	4	5
5	4	4	3
4	4	4	4
3	4	3	4
5	5	5	5
4	4	5	3
4	4	4	3
3	3	4	3
5	5	5	5
3	4	4	4
4	4	3	3
4	4	4	4
4	3	4	4
4	5	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	5	4	4
4	4	4	4
4	5	5	4
5	5	5	5
4	5	4	3
4	4	3	3
4	4	5	4
4	4	4	4
4	5	5	4
3	5	5	3
4	5	4	4
5	5	5	4

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

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

4. Keputusan Penggunaan Pinjaman Online

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

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

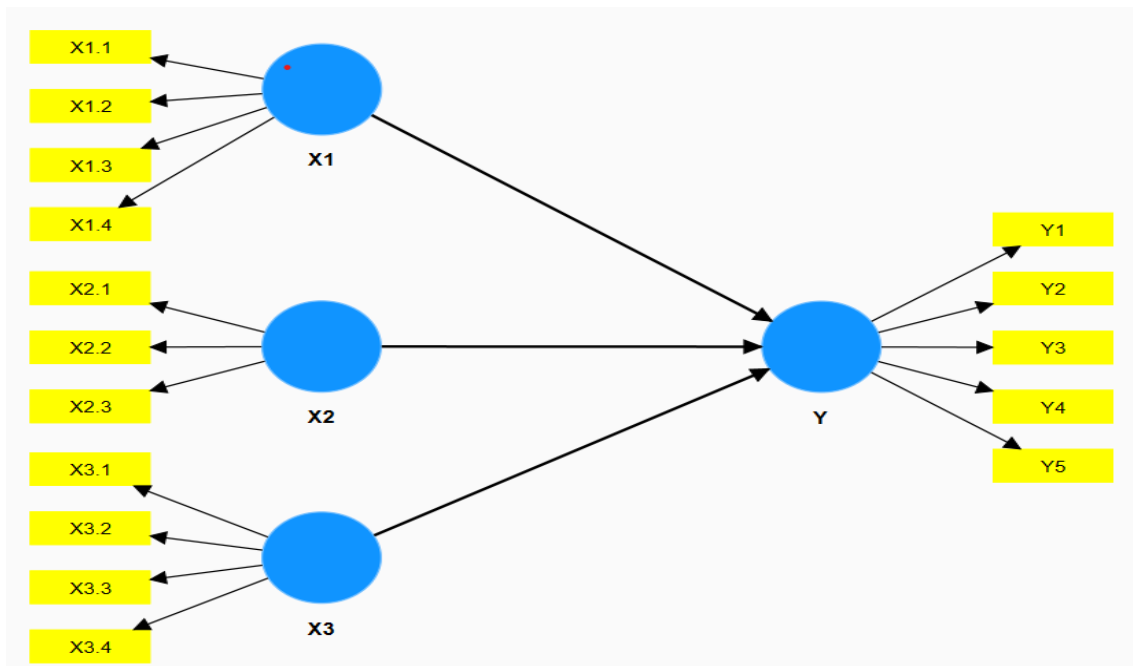
4	4	3	4	4
4	5	5	4	4
3	4	5	3	4
4	5	3	4	5
4	5	5	5	4
4	3	4	3	4
4	4	5	5	3
4	3	3	4	5
2	3	3	4	3
2	1	1	2	2
3	3	3	3	4
4	5	4	3	4
3	5	5	5	4
4	5	4	4	5
3	2	3	4	3
4	4	4	4	4
5	5	4	5	5
4	5	4	5	4
3	4	4	5	3
4	5	5	4	5
4	4	4	2	4
4	3	4	5	3
2	2	2	2	3
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
3	3	3	3	4
3	4	4	4	5
5	5	3	3	5
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5
4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

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

Lampiran 3 : Hasil Outer Loadings

Outer loadings - Matrix				
	X1	X2	X3	Y
X1.1	0.793			
X1.2	0.856			
X1.3	0.868			
X1.4	0.790			
X2.1		0.889		
X2.2		0.919		
X2.3		0.899		
X3.1			0.855	
X3.2			0.857	
X3.3			0.881	
X3.4			0.883	
Y1				0.772
Y2				0.849
Y3				0.843
Y4				0.773
Y5				0.808

Lampiran 4 : Outer model



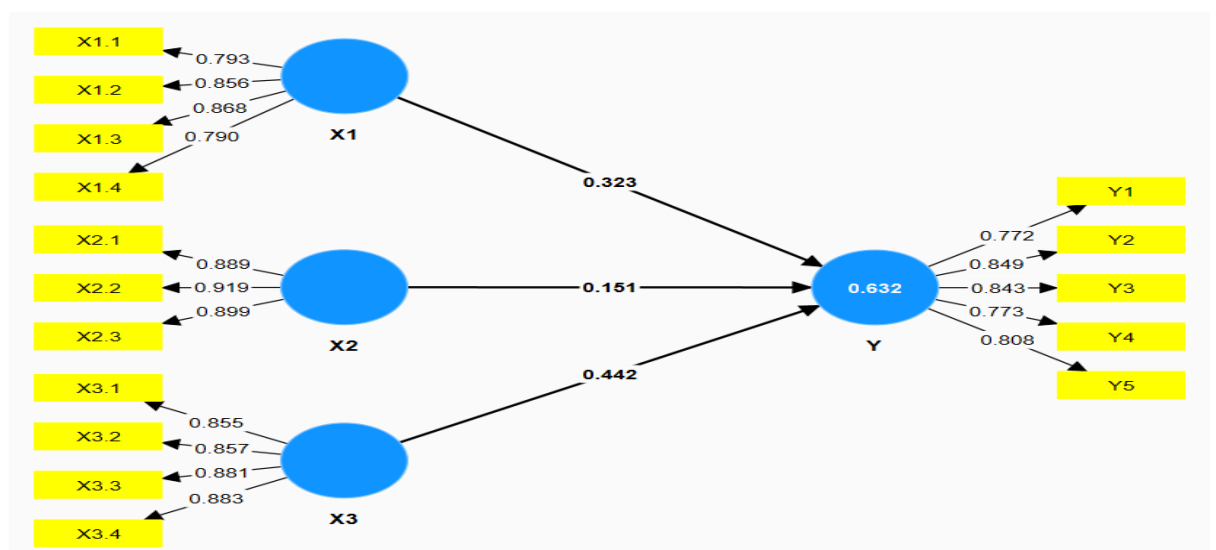
Lampiran 5 : Hasil Average Variance Extracted (AVE)

Construct reliability and validity - Overview					
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)	
X1	0.846	0.848	0.897	0.685	
X2	0.886	0.892	0.929	0.814	
X3	0.892	0.894	0.925	0.755	
Y	0.868	0.871	0.905	0.656	

Lampiran 6 : Hasil Composite Reliability dan Croanbach's Alpha

Construct reliability and validity - Overview		
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
X1	0.846	0.848
X2	0.886	0.892
X3	0.892	0.894
Y	0.868	0.871

Lampiran 7 : Gambar Inner Model



Lampiran 8 : Hasil R square

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
Y	0.632	0.625

Lampiran 9 : Path Coeficients

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1->Y	0.323	0.334	0.093	3.482	0.001
X2->Y	0.151	0.154	0.073	2.059	0.040
X3->Y	0.442	0.435	0.087	5.096	0.000