

Determinants of Generation Z's Online Loan Application Decisions

Determinan Keputusan Pengajuan Pinjaman *Online* oleh Generasi Z

Muhammad Kadirun^{1*}, Adhitya Bayu Suryantara²

Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

¹muhamadkadirun18@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received : 29 Desember 2025

Revised : 13 Januari 2026

Accepted : 15 Januari 2026

DOI: [https://doi.org/](https://doi.org/10.51510/jakp.v9i1.3096)

10.51510/jakp.v9i1.3096

Abstract

This study aims to determine the influence of financial behavior, trust, risk perception, ease of access, and social influence on the decision to apply for online loans by Generation Z. This study uses a quantitative research method with an associative approach. Respondents used in the study were undergraduate students of the University of Mataram. Data were collected through questionnaires distributed using Google Forms and analyzed using SmartPLS Software. The results of this study indicate that financial behavior and social influence do not influence the decision to apply for online loans by Generation Z. While trust, risk perception, and ease of access have a positive influence on the decision to apply for online loans by Generation Z.

Keywords: *Financial Behavior, Trust, Perceived Risk, Ease of Access, Social Influence*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku keuangan, kepercayaan, persepsi risiko, kemudahan akses dan pengaruh sosial terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online* oleh Generasi Z. penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Responden yang digunakan dalam penelitian ialah mahasiswa S1 Universitas Mataram. Data dikumpulkan melalui kuisioner yang disebarakan menggunakan Google Formulir dan dianalisis menggunakan Software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan dan pengaruh sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online* oleh generasi Z. sementara kepercayaan, persepsi risiko dan kemudahan akses berpengaruh positif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online* oleh generasi Z.

Kata Kunci: *Perilaku Keuangan, Kepercayaan, Persepsi Risiko, Kemudahan Akses, Pengaruh Sosial*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan keuangan di Indonesia telah mengubah lanskap layanan pembiayaan melalui fenomena pinjaman daring (*online*). Sebagai bagian dari teknologi finansial (*fintech*), pinjaman daring menawarkan kemudahan akses dan proses pencairan dana tanpa tatap muka. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), pertumbuhan sektor ini terus menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, di mana angka penyaluran kredit pinjaman daring telah mencapai Rp94,85 triliun pada November 2025. Angka ini mencerminkan lonjakan sebesar 25,45% secara tahunan dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. di mana kelompok usia 19–34 tahun (Generasi Z dan Milenial) mendominasi sekitar 60% dari total pengguna aktif (Rafsanjani & Hannany, 2026).

Namun, kemudahan tersebut membawa risiko finansial yang signifikan. Tingginya angka penggunaan pinjaman *online* di kalangan Generasi Z berbanding lurus dengan tingginya kasus gagal bayar. Selaras dengan pemberitaan menurut OJK mencatat bahwa kelompok

usia ini menyumbang 37,17% dari total kredit macet dengan tingkat wanprestasi di atas 90 hari (Jelita, 2024). Fenomena ini mengindikasikan adanya ketidakselarasan antara akses keuangan yang masif dengan kemampuan pengambilan keputusan finansial yang bijak, yang sering kali dipicu oleh perilaku konsumtif serta rendahnya literasi keuangan.

Penelitian ini memiliki urgensi karena tingginya penggunaan pinjaman *online* di kalangan Generasi Z tidak sebanding dengan tingkat literasi keuangan mereka. Fenomena ini dipicu oleh perilaku konsumtif dan kemudahan akses digital yang sering kali mengabaikan pemahaman risiko (Leong & Nirmala, 2024). Kontradiksi antara akses yang mudah dan tingginya angka gagal bayar menunjukkan adanya ketidakarifan dalam pengambilan keputusan finansial tanpa mempertimbangkan kapasitas keuangan yang realistis. Oleh karena itu, studi ini penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan penggunaan pinjaman *online* guna mendorong perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab.

Meskipun penelitian mengenai *fintech* telah banyak dilakukan, masih terdapat kesenjangan (*research gap*) yang nyata dalam literasi saat ini. Penelitian terdahulu cenderung berfokus pada variabel tunggal atau cakupan yang sangat terbatas, sehingga gagal memberikan gambaran holistik mengenai fenomena pinjaman daring. Sebagai contoh, Irena & Mastan (2024) menyoroti perilaku keuangan sebagai faktor internal dominan, sementara Aprilia & Susanti (2022) lebih menekankan pada faktor eksternal berupa kemudahan akses. Keterbatasan pada penelitian-penelitian tersebut adalah pengabaian terhadap interaksi antarvariabel yang seharusnya saling memengaruhi dalam satu model perilaku yang utuh.

Di sisi lain, terdapat inkonsistensi temuan terkait persepsi risiko dan kepercayaan, sebagaimana ditunjukkan oleh studi Aji & Bagana (2024) yang menemukan pengaruh signifikan, namun bertolak belakang dengan temuan Maulidina & Hermawati (2024) serta Putri & Amin (2024). Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel tersebut mungkin bergantung pada karakteristik subjek atau konteks wilayah tertentu, yang memperkuat urgensi untuk melakukan pengujian ulang pada populasi Generasi Z di Universitas Mataram. Selain itu, faktor pengaruh sosial Maulidina & Hermawati (2024) sering kali hanya diposisikan sebagai variabel pendukung, padahal bagi Generasi Z yang sangat terkoneksi secara digital, tekanan sosial merupakan variabel krusial yang perlu diuji secara terintegrasi dengan faktor risiko dan kepercayaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menawarkan pendekatan terpadu yang menyatukan faktor psikologis, teknis, dan sosial. Studi ini menganalisis bagaimana interaksi antara Perilaku Keuangan, Kepercayaan, Persepsi Risiko, Kemudahan Akses, dan Pengaruh Sosial secara simultan memengaruhi keputusan penggunaan pinjaman *online* pada Generasi Z. Dengan mengintegrasikan berbagai perspektif yang sebelumnya terfragmentasi dalam berbagai studi terdahulu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis yang lebih komprehensif bagi literasi keuangan digital, serta memberikan rekomendasi praktis bagi penyedia layanan dan pembuat kebijakan dalam mendorong perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab di era ekonomi digital.

KAJIAN PUSTAKA

Behavior Finance

Behavioral finance adalah disiplin ilmu yang muncul karena adanya tantangan serius terhadap asumsi rasionalitas dalam teori ekonomi dan keuangan klasik yang dominan sebelum tahun 1970-an. Robert J. Shiller seorang profesor dari Universitas Yale adalah orang yang mempunyai peran yang besar dalam perilaku keuangan karena dia mengungkapkan bahwa pasar tidak sepenuhnya efisien. Landasan utamanya diletakkan oleh

psikolog Daniel Kahneman dan Amos Tversky pada tahun 1979 melalui Teori Prospek (*Prospect Theory*), yang secara empiris membuktikan bahwa manusia tidak selalu rasional dan sangat dipengaruhi oleh bias kognitif (*loss aversion*) dan emosi, bukan hanya perhitungan matematis. Temuan psikologis ini kemudian diintegrasikan oleh para ekonom seperti Robert J. Shiller dan Richard Thaler untuk menjelaskan anomali dan inefisiensi di pasar keuangan, yang pada akhirnya membawa pengakuan penuh dan Hadiah Nobel Ekonomi bagi para pionirnya, menjadikan *Behavioral Finance* sebagai arus utama dalam menjelaskan perilaku keuangan yang sebenarnya (Suriani, 2022). Teori *Behavioral Finance* memiliki relevansi terhadap penelitian ini karena mampu menjelaskan perilaku keuangan Generasi Z yang tidak selalu rasional, melainkan dipengaruhi oleh factor psikologis (seperti mengutamakan kepuasan secara instan), persepsi (kemudahan akses dan kepercayaan) dan pengaruh sosial dalam pengambilan keputusan pengajuan pinjaman *online*.

Theory Reasoned of Goal Pursuit

Theory of reasoned goal pursuit (TRGP) merupakan kerangka teoretis mutakhir yang mengintegrasikan *theory of planned behavior* (TPB) dan *goal systems theory* (GST) untuk menjelaskan mekanisme perilaku manusia secara lebih komprehensif. Berbeda dengan TPB konvensional yang berfokus pada evaluasi kognitif statis, TRGP menekankan bahwa pembentukan niat perilaku (*behavioral intention*) dipicu oleh interaksi antara motivasi individu dengan tujuan-tujuan aktif (*currently active goals*) serta ketersediaan sarana alternative (Ajzen & Kruglanski, 2019). Dalam perspektif ini, perilaku manusia yang disengaja bukan sekadar hasil dari sikap dan norma, melainkan manifestasi dari upaya pencapaian tujuan yang diprioritaskan oleh individu dalam konteks situasional tertentu. (Ajzen & Kruglanski, 2019).

Penerapan TRGP dalam penelitian ini memberikan landasan fundamental untuk membedah determinan keputusan mahasiswa Generasi Z dalam mengajukan pinjaman daring melalui dua dimensi motivasi utama, yakni tujuan pengadaan dan tujuan persetujuan. Pertama, pada dimensi tujuan pengadaan (*acquisition goals*), keputusan ini berkaitan erat dengan kebutuhan fungsional untuk memperoleh sumber daya finansial secara cepat. Perilaku keuangan mahasiswa yang kurang disiplin sering kali menciptakan tekanan finansial, yang kemudian mengaktifkan tujuan mendesak untuk memperoleh dana tambahan, sehingga variabel kemudahan akses dan kepercayaan terhadap platform fintech berperan sebagai fasilitator utama dalam proses tersebut. Mahasiswa cenderung membentuk sikap positif terhadap layanan pinjaman daring karena dianggap sebagai sarana paling efisien untuk memenuhi kebutuhan materiil secara instan.

Kedua, pada dimensi tujuan persetujuan (*approval goals*), keputusan pengajuan pinjaman juga didorong oleh kebutuhan psikososial untuk mendapatkan pengakuan atau menghindari penolakan dari lingkungan sosial. Dalam konteks ini, variabel pengaruh sosial (*peer pressure*) memicu tujuan persetujuan yang membuat mahasiswa merasa perlu mengikuti tren gaya hidup tertentu agar tetap relevan dalam kelompoknya, sehingga mendorong peningkatan niat untuk meminjam meskipun mereka memiliki persepsi risiko yang cukup tinggi. Integrasi variabel penelitian ke dalam kerangka TRGP menunjukkan bahwa keputusan pengajuan pinjaman daring merupakan hasil dari proses kognitif yang mempertimbangkan persepsi kontrol perilaku melalui kemudahan teknologi serta mitigasi risiko demi mencapai keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan finansial mendesak dan tuntutan gaya hidup sosial. Dengan demikian, TRGP mampu menjelaskan secara komprehensif mengapa faktor teknologi, kepercayaan, dan tekanan sosial menjadi determinan signifikan dalam memfasilitasi tujuan-tujuan aktif mahasiswa di era digital.

Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan merupakan kemampuan untuk menangkap pemahaman keseluruhan dampak keputusan keuangan pada keadaan seseorang dan untuk membuat keputusan yang terkait dengan manajemen kas, tindakan pencegahan dan peluang untuk perencanaan anggaran (Irena & Mastan, 2024). Seseorang yang disiplin dalam mengelola keuangannya, seperti mencatat setiap pengeluaran dan menabung. Seseorang tersebut cenderung tidak tertarik dalam menggunakan pinjaman *online*. Hal ini terjadi karena mereka sudah memiliki rencana keuangan yang baik, sehingga kecil kemungkinan mereka merasa perlu mengambil utang berisiko tinggi dengan bunga yang besar.

Penelitian yang dilakukan oleh Irena & Mastan (2024) menemukan bahwa perilaku keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*. Hal ini memperkuat bahwa perilaku keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*.

H1: Perilaku keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*.

Kepercayaan

Kepercayaan adalah ketika satu pihak percaya pada pihak lain dalam hubungan transaksi dan percaya bahwa setiap orang yang dipercaya akan memenuhi kewajibannya dengan baik sesuai dengan harapan yang ada (Winanda, 2024). Kepercayaan merupakan faktor fundamental dalam transaksi keuangan, terutama di lingkungan digital yang penuh dengan potensi risiko penipuan dan kebocoran data. Rasa percaya ini sangat krusial karena ia berfungsi untuk menghilangkan hambatan psikologis dan rasa takut konsumen, sehingga memungkinkan mereka berani mengambil keputusan untuk menggunakan layanan pinjaman *online*.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Aji & Bagana (2024) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh dan positif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*. Hal ini memperkuat argumen bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*.

H2: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pinjaman *online* oleh Generasi Z.

Persepsi Risiko

Persepsi risiko didefinisikan sebagai pandangan atau perasaan seseorang terhadap ketidakpastian dan potensi dampak negatif yang mungkin timbul dari penggunaan layanan pinjaman *online* (Putri & Amin, 2024). Persepsi Risiko ini menjadi faktor penghambat utama dalam pengambilan keputusan Pinjaman *Online*. Semakin tinggi kesadaran Generasi Z terhadap potensi dampak negatif yang ditimbulkan oleh pinjaman *online* seperti bunga yang mencekik, ancaman penagihan, atau risiko penyalahgunaan data maka semakin besar pula hambatan psikologis yang mereka rasakan. Hambatan ini pada akhirnya akan membuat mereka menahan diri dan enggan untuk mengajukan pinjaman.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Andista & Susilawaty (2021) menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*. Hal ini memperkuat argumen bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*.

H3: Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*.

Kemudahan Akses

Kemudahan akses adalah keyakinan pengguna bahwa memakai teknologi (misalnya pinjaman *online*) tidak membutuhkan banyak usaha dan mudah (Saputra, 2024). Pinjaman

Online (Pinjol) sendiri dirancang sebagai alternatif yang cepat dan sederhana untuk mengatasi proses yang birokratis seperti di bank konvensional. Kemudahan akses ini, yang diwujudkan melalui persetujuan instan dan tanpa jaminan rumit, efektif menghilangkan upaya dan waktu yang harus dikeluarkan pengguna. Karena prosesnya yang sangat mudah, Pinjol menjadi solusi keuangan instan yang sangat menarik bagi Generasi Z.

Penelitian yang dilakukan oleh Andista & Susilawaty (2021) menemukan bahwa kemudahan akses memiliki pengaruh dan positif terhadap keputusan pinjaman *online*. Hal ini memperkuat argumen bahwa kemudahan akses berpengaruh positif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*.

H4: Kemudahan Akses berpengaruh positif terhadap keputusan pinjaman *online*

Pengaruh Sosial

Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu memengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan (Safira, 2024). Keputusan dipengaruhi kuat oleh lingkungan sosial. Normalisasi penggunaan pinjaman *online* (Pinjol) oleh teman sebaya atau anggota keluarga menciptakan tekanan sosial atau memberikan validasi. Validasi ini membuat Generasi Z merasa aman dan cenderung menganggap Pinjol sebagai pilihan yang wajar atau bahkan wajib untuk diikuti.

Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Dewanto & Yanti (2025) menemukan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap keputusan pinjaman *online*. Hal ini mendukung argumen yang menyatakan faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pinjaman *online*.

H5: Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk menganalisis hubungan sebab-akibat serta besarnya pengaruh antarvariabel yang diteliti. Semua mahasiswa jenjang S1 yang berada di Universitas Mataram yang berjumlah 32.957 merupakan populasi dalam penelitian ini. Riset ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mendapatkan sampel. Responden dalam penelitian ini dipilih menggunakan beberapa kriteria. Kriteria yang digunakan dalam mempertimbangkan penentuan sampel yaitu: a) Mahasiswa aktif Universitas Mataram, b) Berusia 18-25 tahun, dan c) Pernah mengajukan pinjaman *online* dalam satu tahun terakhir.

Penghitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan software GPower dengan 5 prediktor, *effect size* yaitu 0,15 atau 15 %, level signifikansi 0,05, dan power ($1 - \beta \text{ err prob}$) 0,95. Adapun hasil sampel yang diperoleh dari penghitungan total sampel size dengan GPower yaitu sebesar 138 sampel. Jadi, jumlah sampel yang 138 digunakan dalam penelitian ini sebanyak 138 responden Mahasiswa Universitas Mataram yang telah mengajukan pinjaman *online* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, data didapat melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian (Perilaku Keuangan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Resiko, Kemudahan Akses, Pengaruh Sosial dan Keputusan Pengajuan Pinjaman *Online*). Penyebaran kuesioner menggunakan pertanyaan filter (*screening questions*) untuk memilah responden yang pernah menggunakan pinjaman *online* dan tidak. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2020).

Variabel Penelitian

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Sumber	Skala
Keputusan Pengajuan Pinjaman <i>Online</i> (Y)	a. Persepsi melihat kinerja/performance	(Aji & Bagana, 2024)	Likert
	b. Kepuasan akan kredit yang ditawarkan		
	c. Penyediaan informasi saat diminta		
	d. Kepercayaan terhadap kelompok refrensi		
	e. Pertimbangan pelayanan		
Perilaku Keuangan (X1)	a. Menjaga catatan keuangan	(Manurung, 2018)	Likert
	b. Perencanaan masa depan		
	c. Memilih produk keuangan		
	d. Pengawasan keuangan		
Kepercayaan (X2)	a. Kepercayaan keamanan.	(Hendri Rahmayani Asri dkk., 2022)	Likert
	b. Kepercayaan transaksi keuangan.		
	c. Kepercayaan menggunakan layanan.		
	d. Kepercayaan keamanan data pribadi.		
Persepsi Risiko (X3)	a. Risiko Tertentu	(Salsabila dkk., 2021)	Likert
	b. Mengalami Kerugian		
	c. Pemikiran Bahwa berisiko.		
Kemudahan Akses (X4)	a. Teknologi mudah digunakan.	(Prajogo & Rusno, 2022)	Likert
	b. Teknologi mudah dipelajari.		
	c. Pengoperasionnya mudah.		
Pengaruh Sosial (X5)	a. Kelompok acuan	(Dewanto & Yanti, 2025)	Likert
	b. Keluarga		
	c. Peran serta Status		

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *partial least squares structural equation modeling* (PLS-SEM). Pendekatan ini akan diimplementasi kan dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS. PLS-SEM dipilih untuk menguji hubungan antara variabel-variabel independen (Perilaku Keuangan, Kepercayaan, Persepsi Risiko, Kemudahan Akses, dan Pengaruh Sosial) terhadap variabel dependen (Keputusan Pengajuan Pinjaman *Online*) pada Generasi Z.

Dalam uji PLS-SEM, terdapat dua tahapan yang akan dilakukan yaitu Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*) dan Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 2, diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari angkatan 2021, yaitu sebanyak 61 orang (36,7%). Angkatan 2020 menempati urutan kedua dengan jumlah responden 50 orang (30,1%), diikuti angkatan 2022 sebanyak 24 orang (14,5%) dan angkatan 2019 sebanyak 17 orang (10,3%). Sementara itu, responden dari angkatan 2023 berjumlah 11 orang (6,6%) dan angkatan 2024 hanya 3 orang (1,8%).

Tabel 2. Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Perempuan	53	31,8
		Laki-laki	113	68,2
2.	Angkatan	2019	17	10.3
		2020	50	30.1
		2021	61	36.7
		2022	24	14.5
		2023	11	6.6
		2024	3	1.8

Sumber: *Output data dari G-form, 2025*

Hasil Pengujian Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Validitas Konstruk

Validitas konstruk Menentukan seberapa tepat dan akurat suatu alat ukur (sekumpulan indikator/item pertanyaan) mampu merepresentasikan atau mengukur konsep teoretis (variabel laten) yang seharusnya diukur (Ghozali, 2023). Pengujian validitas konvergen dilakukan melalui analisis *outer loading* masing-masing indikator terhadap konstruk laten. *Outer loading* merupakan suatu nilai yang menerangkan hubungan (korelasi) antara suatu indikator dan variabel latennya. Nilai *outer loading* > 0,7, berarti $0,72 \approx 50\%$ variabilitas dari suatu indikator dapat dijelaskan atau diserap oleh variabel latennya. Secara umum, nilai *outer loading* 0,4-0,7 dapat dipertimbangkan untuk dieliminasi ketika saat dieliminasi meningkatkan nilai *composite reliability* atau *average variance* (Setiabudhi, 2024).

Tabel 3. Validitas Konstruk

	X1.	X2.	X3.	X4.	X5.	Y.
X1.1	0.801					
X1.2	0.794					
X1.3	0.674					
X1.4	0.638					
X1.5	0.717					
X1.6	0.624					
X1.7	0.752					
X2.1		0.814				
X2.2		0.773				
X2.3		0.697				
X2.4		0.600				
X2.5		0.716				
X2.6		0.700				
X3.1			0.779			
X3.2			0.787			
X3.3			0.722			
X3.4			0.722			
X3.5			0.693			
X3.6			0.802			
X4.1				0.785		
X4.2				0.762		
X4.3				0.744		
X4.4				0.754		
X4.5				0.748		

	X1.	X2.	X3.	X4.	X5.	Y.
X4.6				0.780		
X5.1					0.682	
X5.2					0.730	
X5.3					0.683	
X5.4					0.795	
X5.5					0.655	
Y.1						0.812
Y.2						0.772
Y.3						0.771
Y.4						0.739
Y.5						0.759
Y.6						0.729

Sumber: *Output data diolah dengan SmartPLS 4.0, 2025*

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 3, seluruh variabel penelitian yang terdiri dari Perilaku Keuangan (X1), Kepercayaan (X2), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Kemudahan (X4), Pengaruh Sosial (X5), serta Keputusan Pengajuan Pinjaman *Online* (Y) dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen. Hal ini terlihat dari nilai outer loading setiap indikator yang berada di atas 0,6 dan nilai *average variance extracted* (AVE) masing-masing konstruk yang lebih besar dari 0,5. Dengan demikian, semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid untuk mengukur konstruk yang diwakilinya.

Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan adalah sejauh mana sebuah konstruk (variabel laten) benar-benar berbeda dan unik dari konstruk-konstruk lain berdasarkan standar empiris (Ghozali, 2023). Berdasarkan hasil pengujian validitas diskriminan berdasarkan analisis *cross loading*, dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan untuk seluruh konstruk laten (X1, X2, X3, X4, dan X5) telah terpenuhi dengan baik. Kriteria terpenuhi karena setiap indikator menunjukkan nilai *loading* yang paling tinggi pada konstruk latennya sendiri dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada konstruk laten lainnya.

Uji Reliabilitas Konstruk

Uji reliabilitas adalah mengukur apakah jawaban responden konsisten tidak acak. Nilai Reliabilitas data dilihat dari *cronbach's alpha*, *composite realibility* (Rho_a) dan *Composite Reliability* (rho_c) semua nilainya harus > 0,70 yang dianggap konsisten (*reliable*) (Ghozali, 2023).

Tabel 4. Reliabilitas Konstruk

	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	Keterangan
X1.	0.841	0.855	0.880	0.515	<i>Reliable</i>
X2.	0.813	0.826	0.865	0.518	<i>Reliable</i>
X3.	0.846	0.854	0.886	0.565	<i>Reliable</i>
X4.	0.856	0.856	0.893	0.581	<i>Reliable</i>
X5.	0.765	0.782	0.835	0.505	<i>Reliable</i>
Y.	0.857	0.858	0.894	0.584	<i>Reliable</i>

Sumber: *Output data diolah dengan SmartPLS 4.0, 2025*

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada Tabel 4, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,7, dengan rentang 0,765 hingga 0,857. Nilai tersebut telah

memenuhi kriteria reliabilitas yang disarankan oleh Ghozali (2023), yaitu nilai alpha > 0,7 yang menunjukkan bahwa seluruh item dalam variabel memiliki konsistensi internal yang kuat. Guna memperkuat validitas reliabilitas tersebut, penelitian ini juga mengevaluasi nilai *Composite Reliability* (CR). Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai CR di atas 0,8. Dalam konteks *structural equation modeling* (SEM), nilai CR dianggap sebagai indikator yang lebih akurat dibandingkan *Cronbach's Alpha* karena tidak mengasumsikan bobot yang sama pada setiap indikator. Pencapaian nilai di atas 0,8 ini mengonfirmasi bahwa seluruh konstruk memiliki derajat reliabilitas yang tinggi (Ghozali, 2023).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel Keputusan Pengajuan Pinjaman *Online*, Perilaku Keuangan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan telah memenuhi uji reliabilitas dan dapat digunakan pada analisis model struktural berikutnya.

Hasil Pengujian Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R-Square</i>)	Kriteria
Keputusan Pengajuan Pinjaman <i>Online</i>	0.661	Kuat

Sumber: *Output* data diolah dengan SmartPLS 4.0, 2025

Hasil pengujian koefisien determinasi pada Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai *R-Square* sebesar 0,661. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Perilaku Keuangan, Kepercayaan, Persepsi Risiko, Kemudahan Akses, dan Pengaruh Sosial mampu menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen yaitu Keputusan Pengajuan Pinjaman *Online* sebesar 66,1%, sedangkan sisanya sebesar 33,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 6. Relevansi Prediktif

Pengujian	Hasil Uji	Kriteria
Keputusan Pengajuan Pinjaman <i>Online</i>	0.371	Kuat

Sumber: *Output* data diolah dengan SmartPLS 4.0, 2025

Hasil pengujian Relevansi Prediktif (Q^2) menunjukkan bahwa model struktural yang diusulkan memiliki kekuatan prediktif yang sangat baik. Nilai (Q^2) dihitung untuk variabel laten endogen (terikat), yaitu Y, menggunakan prosedur *blindfolding*. Nilai (Q^2) yang diperoleh untuk variabel Y adalah 0.371.

Pengujian Hipotesis (*Bootstrapping*)

Tabel 7. Uji Hipotesis (*Bootstrapping*)

		<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
Perilaku Keuangan terhadap Pengajuan Pinjaman <i>Online</i>	Keputusan	0.073	0.078	0.939	0.348
Kepercayaan terhadap Pengajuan Pinjaman <i>Online</i>	Keputusan Pengajuan	0.308	0.313	4.193	0.000
Persepsi Risiko terhadap Pengajuan Pinjaman <i>Online</i>	Keputusan	0.200	0.193	1.990	0.047
Kemudahan Akses terhadap Pengajuan Pinjaman <i>Online</i>	Keputusan	0.384	0.377	4.388	0.000
Pengaruh Sosial terhadap Pengajuan Pinjaman <i>Online</i>	Keputusan	-0.052	-0.034	0.758	0.448

Sumber: *Output* data diolah dengan SmartPLS 4.0, 2025

Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Pengajuan Pinjaman Online

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai T-statistics sebesar 0.939 ($< 1,96$) dan P value 0.348 ($> 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun responden memiliki perilaku keuangan tertentu dalam mengatur pendapatan, pengeluaran, dan tabungan, faktor tersebut tidak menjadi pertimbangan utama dalam menentukan keputusan untuk mengajukan pinjaman *online*. Dengan kata lain, keputusan untuk menggunakan layanan pinjaman *online* lebih dipengaruhi oleh faktor lain di luar kebiasaan pengelolaan keuangan pribadi.

Berdasarkan teori *Behavioral Finance* yang menyatakan bahwa keputusan rasional tidak selalu menjadi indikator utama dalam pengambilan keputusan keuangan, melainkan dipengaruhi oleh pengaruh psikologis dan bias pribadi sehingga variabel perilaku keuangan menjadi tidak berpengaruh. Hasil ini diperkuat oleh *Theory Of Reasoned Goals Pursuit* (TRGP) keputusan pengajuan pinjaman berorientasi pada tujuan yang ingin dicapai. Hal ini lebih banyak dipengaruhi oleh tujuan, motivasi dan norma social yang mendesak, bukan oleh manajemen risiko jangka panjang.

Hasil ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Leong & Nirmala (2024) yang menyimpulkan bahwa salah satu pendorong utama pengajuan pinjaman *online* ialah perilaku konsumtif yang didukung dengan teknologi informasi dan kemudahan akses. Perilaku konsumtif ini, yang sering kali didorong oleh kebutuhan status sosial daripada kebutuhan mendesak, menunjukkan bahwa Generasi Z menggunakan pinjaman *online* sebagai alat untuk mencapai tujuan cepat (sesuai dengan *Theory Reasoned Goal Pursuit*) dan bukan sebagai bagian dari proses manajemen keuangan yang bijak.

Kepercayaan terhadap Keputusan Pengajuan Pinjaman Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*, dengan nilai T-statistics sebesar 4.193 ($> 1,96$) dan P value 0.000 ($< 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan responden terhadap penyedia layanan pinjaman *online*, baik dari sisi keamanan data pribadi, transparansi informasi, maupun komitmen perusahaan dalam memenuhi kewajiban, akan meningkatkan keyakinan mereka untuk mengajukan pinjaman. Dengan demikian, kepercayaan menjadi salah satu faktor kunci dalam mendorong keputusan penggunaan layanan pinjaman *online*.

Hasil ini juga memperkuat asumsi *behavioral finance* bahwa keputusan keuangan didominasi oleh faktor psikologis, bukan semata-mata perhitungan rasional. Kepercayaan berfungsi sebagai bias emosional yang secara efektif meminimalkan rasa takut individu akan risiko kerugian (*Loss Aversion*) terkait penyalahgunaan data atau biaya tersembunyi, sehingga membuat mereka berani mengambil keputusan finansial yang secara objektif berisiko. Berdasarkan *theory of reasoned goal pursuit* (TRGP), kepercayaan dapat dipahami sebagai salah satu faktor yang memperkuat niat individu dalam mencapai tujuannya. Menurut TRGP, perilaku terbentuk karena adanya tujuan yang ingin dicapai serta evaluasi terhadap norma dan kontrol perilaku. Dalam hal ini, Generasi Z yang memiliki tujuan finansial tertentu (misalnya memenuhi kebutuhan mendesak atau konsumtif) akan lebih terdorong menggunakan pinjaman *online* jika mereka percaya pada penyedia layanan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Zakaria dkk., 2025). Penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan penggunaan Pinjol. Konsistensi ini memperkuat

validitas bahwa kepercayaan merupakan faktor penting dalam memengaruhi keputusan individu menggunakan layanan pinjaman *online*.

Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pengajuan Pinjaman Online

Persepsi risiko juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online* dengan nilai T-statistics sebesar 4.388 ($> 1,96$) dan P value 0.000 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat risiko tertentu, seperti bunga tinggi atau keterlambatan pembayaran, responden tetap mempertimbangkannya dalam keputusan pengajuan. Menariknya, arah pengaruhnya positif, yang dapat diartikan bahwa selama risiko yang dirasakan masih dalam batas yang dapat diterima, maka responden tidak mengurungkan niat untuk mengajukan pinjaman, bahkan menjadikannya sebagai bagian dari pertimbangan rasional dalam mengambil keputusan.

Dalam perspektif *Behavioral Finance*, hasil ini menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak selalu menghalangi individu untuk bertindak. Teori ini menjelaskan bahwa keputusan keuangan dipengaruhi oleh persepsi psikologis dan bias kognitif, termasuk cara individu mengevaluasi risiko dan keuntungan. Generasi Z yang terbiasa dengan layanan digital mungkin memiliki tingkat toleransi risiko lebih tinggi, sehingga risiko yang seharusnya menjadi penghalang justru dilihat sebagai konsekuensi wajar dari kemudahan yang mereka peroleh. Sementara berdasarkan *Theory of Reasoned Goal Pursuit* (TRGP), persepsi risiko dapat dipahami sebagai faktor evaluatif yang memengaruhi niat dan tujuan individu. *Theory of Reasoned Goal Pursuit* menekankan bahwa perilaku terbentuk dari tujuan yang ingin dicapai, dengan mempertimbangkan faktor penguat maupun penghambat. Dalam hal ini, Generasi Z tetap memutuskan mengajukan pinjaman *online* meskipun menyadari adanya risiko, karena tujuan yang hendak dicapai (misalnya memenuhi kebutuhan mendesak atau gaya hidup) dinilai lebih penting daripada hambatan tersebut.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Aji & Bagana (2024) yang menyatakan bahwa risiko berpengaruh signifikan. Konsistensi ini menunjukkan bahwa persepsi risiko merupakan faktor kritis yang selalu dipertimbangkan individu dalam proses pengambilan keputusan, meskipun arah pengaruhnya dapat bervariasi.

Kemudahan Akses terhadap Keputusan Pengajuan Pinjaman Online

Kemudahan Akses terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*. Hal ini terlihat dari nilai T-statistics sebesar 4.388 ($> 1,96$) dan P value 0.000 ($< 0,05$). Artinya, semakin mudah proses pengajuan pinjaman *online*, maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk memutuskan menggunakan layanan tersebut. Kemudahan yang dimaksud dapat berupa prosedur yang sederhana, akses yang cepat, hingga penggunaan aplikasi yang *user-friendly*, sehingga membuat responden terdorong untuk mengambil keputusan pengajuan pinjaman.

Temuan ini menandakan bahwa semakin mudah proses pengajuan pinjaman *online*, baik dari sisi prosedur, kemudahan akses maupun tampilan aplikasi semakin pula kemungkinan individu, terutama generasi z untuk mengajukan pinjaman *online*. Oleh karena itu, Kemudahan Akses menjadi faktor situasional yang memiliki daya tarik yang lebih kuat daripada evaluasi rasional terhadap risiko utang atau manajemen keuangan jangka panjang.

Temuan ini juga mendukung teori *Behavioral Finance* bahwa individu sering kali mengambil keputusan keuangan bukan hanya berdasarkan perhitungan rasional melainkan dipengaruhi factor psikologis dan persepsi pribadi. Sementara Temuan ini juga sesuai dengan *Theory of Reasoned Goal Pursuit* (TRGP). Kemudahan prosedur dan kecepatan aplikasi (Akses) bertindak sebagai jalan pintas yang membuat individu, terutama Generasi

Z, melihat pinjol sebagai cara tercepat untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan saat itu juga. Bagi mereka yang memiliki tujuan mendesak (konsumtif atau sosial), Kemudahan Akses ini menguatkan motivasi untuk segera bertindak.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Andista & Susilawaty, 2021). Penelitian ini menemukan bahwa pengaruh kemudahan akses berpengaruh positif terhadap keputusan pengajuan pinjaman. Hal ini menegaskan konsistensi kemudahan akses dalam keputusan pengajuan pinjaman *online* oleh generasi Z.

Persepsi Sosial terhadap Keputusan Pengajuan Pinjaman Online

Persepsi sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengajuan pinjaman *online*. Hal ini terlihat dari nilai T-statistics sebesar 0.758 ($< 1,96$) dan P value 0.448 ($> 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, atau komunitas, tidak secara langsung menentukan keputusan individu dalam mengajukan pinjaman *online*. Keputusan tersebut cenderung bersifat personal dan lebih dipengaruhi oleh faktor internal, seperti kemudahan, kepercayaan, dan penilaian terhadap risiko, dibandingkan pengaruh sosial dari orang lain.

Jika dikaji dari perspektif *Behavioral Finance*, hasil ini menegaskan bahwa keputusan keuangan tidak selalu dipengaruhi oleh norma sosial atau tekanan lingkungan. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku keuangan individu dapat dipengaruhi oleh persepsi dan bias psikologis yang bersifat personal. Dalam konteks Generasi Z, penggunaan pinjaman *online* sering kali merupakan keputusan spontan dan individual, didorong oleh kebutuhan atau keinginan pribadi. Sementara itu, menurut *theory of reasoned goal pursuit* (TRGP), perilaku individu terbentuk dari interaksi antara tujuan yang ingin dicapai, niat yang dibentuk, serta evaluasi terhadap norma sosial dan kontrol perilaku. Namun, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks pinjaman *online*, norma sosial tidak cukup kuat untuk memengaruhi keputusan Generasi Z. Hal ini mungkin disebabkan karena tujuan pribadi, seperti memenuhi kebutuhan konsumtif atau mendesak, lebih dominan dibandingkan pertimbangan terhadap pendapat orang lain. Temuan ini juga menunjukkan perbedaan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Dewanto & Yanti, 2025). Penelitian tersebut justru menemukan bahwasanya pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pinjaman *online* dikalangan mahasiswa.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis menggunakan SmartPLS, penelitian ini menyimpulkan bahwa keputusan Generasi Z di Universitas Mataram dalam mengajukan pinjaman *online* ditentukan secara signifikan oleh tiga faktor utama, yaitu kemudahan, kepercayaan, dan persepsi risiko. Tingginya aksesibilitas teknologi dan rasa aman terhadap platform (kepercayaan) menjadi pendorong kuat, sementara adanya persepsi risiko tidak menghalangi niat mereka karena dianggap masih dalam batas toleransi. Sebaliknya, perilaku keuangan pribadi dan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar terbukti tidak memiliki dampak signifikan terhadap keputusan tersebut. Hal ini menegaskan bahwa bagi mahasiswa Generasi Z, penggunaan layanan pinjaman *online* lebih didorong oleh faktor fungsionalitas teknologi dan keyakinan pribadi daripada pola pengaturan keuangan atau tekanan dari orang lain. Implikasi teoritis dari temuan ini memberikan kontribusi pada literatur perilaku konsumen dengan memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* (TAM), di mana aspek kemudahan penggunaan tetap menjadi determinan utama dalam adopsi teknologi finansial. Selain itu, penelitian ini memberikan perspektif baru terhadap teori persepsi risiko, yang menunjukkan bahwa pada kelompok Generasi Z, risiko tidak lagi menjadi penghambat (*barrier*) melainkan variabel yang dikelola secara sadar dalam batas tertentu. Sementara itu,

pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan mengindikasikan adanya pergeseran ke arah pengambilan keputusan finansial yang lebih individualistik dan berbasis pengalaman pengguna pada era digital. Secara implikasi praktis, hasil ini memberikan masukan berharga bagi penyedia layanan *fintech* untuk terus mengoptimalkan fitur kemudahan dan transparansi guna menjaga kepercayaan pengguna. Di sisi lain, temuan ini menjadi peringatan penting bagi regulator seperti OJK dan lembaga pendidikan untuk memperkuat edukasi literasi keuangan yang lebih menekankan pada manajemen risiko jangka panjang. Mahasiswa perlu diarahkan untuk tidak hanya terpaku pada aspek fungsionalitas dan kemudahan teknologi, tetapi juga mulai mengintegrasikan perilaku keuangan pribadi yang sehat agar terhindar dari perilaku konsumtif dan jebakan utang digital yang tidak terencana.

REFERENSI

- Aji, N. M. B., & Bagana, B. D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, dan Risiko terhadap Minat Menggunakan Pinjaman *Online*: Studi Kasus pada Mahasiswa PTN dan PTS di Kota Semarang. *Journal of Administration and Educational Management (ALIGNMENT)*, 7(1). <https://doi.org/10.31539/alignment.v7i1.9234>
- Ajzen, I., & Kruglanski, A. W. (2019). Reasoned action in the service of goal pursuit. *Psychological Review*, 126(5), 774–786. <https://doi.org/10.1037/rev0000155>
- Andista, D. R., & Susilawaty, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko terhadap Minat Pengguna dalam Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman *Online*. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 12.
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan *E-Wallet* Dana di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)*, 4(3), 399–409. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v4i3.121>
- Dewanto, P. A., & Yanti, H. B. (2025). Pengaruh Faktor Ekonomi, Sosial, dan Teknis terhadap Penggunaan Pinjaman *Online* di Kalangan Mahasiswa. 21(1).
- Ghozali, I. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Hendri Rahmayani Asri, Ekaning Setyarini, & Hantoro Arief Gisijanto. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Peer to Lending. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(03), 01–09. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i03.99>
- Irena, F., & Mastan, S. A. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Financial Inclusion, Financial Behavior terhadap Keputusan Melakukan Pinjaman *Online*. 8(3).
- Jelita, I. N. (2024, September 7). 37% Gagal Bayar Pinjol Disumbang Milenial dan Gen Z. *metrotvnews.com*. <https://www.metrotvnews.com/read/kqYCx9qD-37-gagal-bayar-pinjol-disumbang-milenial-dan-gen-z>
- Manurung, P. (2018). Analisis Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan pada Karyawan RSU Imelda Pekerja Indonesia. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Maulidina, S., & Hermawati, R. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Kota Jakarta terhadap Pinjaman *Online* Ceria BRI. 13(2).
- Prajogo, U., & Rusno, R. (2022). Persepsi risiko terhadap minat melakukan pinjaman *online* dengan kemudahan penggunaan sebagai variabel moderasi. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 22–32. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6680>
- Putri, T. G., & Amin, M. N. (2024). Pengaruh Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Fintech Pinjaman *Online* dengan Kemudahan Penggunaan sebagai

- Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 175–184.
<https://doi.org/10.25105/jet.v4i2.19793>
- Rafsanjani, K., & Hannany, Z. (2026, Januari 9). Utang pinjol melesat 25% ke Rp94,85 triliun, gagal bayar meningkat. *idn financials*.
<https://www.idnfinancials.com/id/news/60295/utang-pinjol-melesat-25-ke-rp94-85-triliun-gagal-bayar-meningkat>
- Safira, N. (2024). Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi, Sosial dan Budaya terhadap Penggunaan Pinjaman *Online* pada Generasi Muslim Milenial Kota Banda Aceh. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Saputra, P. S. D. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Minat Melakukan Pinjaman pada *Fintech Peer-to-Peer Lending* (Studi Kasus pada Pelaku UMKM di Kabupaten Buleleng).
- Setiabudhi, H. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4*. Borneo Novelty Publishing.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2 ed.). Alfabeta Bandung, CV.
- Suriani, S. (2022). *Financial Behavior*. Yayasan Kita Menulis.
- Winanda, Z. K. (2024). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Fintech Peer to Peer Lending Syariah (Studi Kasus pada UMKM Kota Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Leong, E. D. Y. ., & Nirmala, T. . (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pinjaman *Online* di Indonesia. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 4(1), 218–229.
<https://doi.org/10.53067/ijebef.v4i1.153>
- Zakaria, F., Panjaitan, R., & Mahmud, M. (2025). Pengaruh Keputusan Generasi Z terhadap Pinjaman *Online*: Peran Kemudahan Penggunaan sebagai Moderasi. *jesya*, 8(2), 822–829. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i2.1990>