

**ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, GAYA HIDUP, PREFERENSI RISIKO, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINTECH LENDING***

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal Pengguna *Paylater*)**

**SKRIPSI**

Oleh:

**Hilda Saskia**

**NPM : 4320600145**

Diajukan Kepada:

**Program Studi Akuntansi**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Universitas Pancasakti Tegal**

**2024**



**ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, GAYA HIDUP, PREFERENSI RISIKO, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINTECH LENDING***

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal Pengguna *Paylater*)**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Menyusun Skripsi pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal

Oleh:

**Hilda Saskia**

**NPM: 4320600145**

Diajukan Kepada:

**Program Studi Akuntansi**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Universitas Pancasakti Tegal**

**2024**



**ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL, GAYA HIDUP, PREFERENSI RISIKO, DAN PENGARUH SOSIAL TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *FINTECH LENDING***

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal Pengguna *Paylater*)**

**SKRIPSI**

Oleh:

**Hilda Saskia**

**NPM: 4320600145**

**Disetujui Untuk Ujian Skripsi**

**Tanggal: 30 Juli 2024**

****

**Pengesahan Skripsi**

Nama : Hilda Saskia

NPM : 4320600145

Judul : Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup, Preferensi Risiko, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal Pengguna *Paylater*)

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian skripsi, yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 30 Juli 2024



**KATA PENGANTAR**

 Puji syukur kepada Allah SWT, berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada kita semua, sehingga kami dapat menyelesaikan proposal penelitian untuk skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup, Preferensi Risiko, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal Pengguna *Paylater*)”.**

 Proposal penelitian untuk skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyusun skripsi pada Program Strata (S1) di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Maka dari itu pada kesempatan ini, kami mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E., M.M., Ak., C.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
2. Dr. Abdullah Mubarok, S.E., M.M., Ak., C.A., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.
3. Dr. Dien Noviany Rahmatika, S.E., M.M., Ak., C.A., selaku Dosen Pembimbing I yang sudah membimbing, memberikan saran dan motivasi kepada peneliti.
4. Eva Anggra Yunita, S.E., M.Acc., Ak., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memotivasi peneliti, memberikan waktu serta saran-saran dalam membantu penyusunan proposal penelitian ini.

 Kami menyadari proposal penelitian untuk skripsi ini tidak lepas dari kekurangan, maka kami mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan proposal penelitian untuk skripsi ini.

 Akhir kata, peneliti berharap proposal penelitian untuk skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Tegal, 20 Juli 2024

Hilda Saskia

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

1. **MOTTO**

“*When you feel like giving up, take a deep breath and remind yourself of your resilience. Don’t let go of hope. Hold on to your dreams. Keep your heart focused on the wonderful possibilities that await you*.”

(Christle)

 Sesungguhnya, sesudah kesulitan akan ada kemudahan

 (QS. Al-Insyirah : 6)

1. **PERSEMBAHAN**

 Segala puji syukur kepada Allah SWT atas berkatnya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Ibu Muslicha dan Bapak Dahlan Sujai. Beliau telah mendidik peneliti, memotivasi, memberikan dukungan hingga peneliti mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana. Terima kasih atas kasih sayang dan pengorbanan serta kerja kerasnya, semoga Allah SWT selalu melindungi.
2. Kakak-kakak peneliti, yaitu Mas Virgiawan Firmansyah, S.E dan Mas Vergiawan Alfiansyah, S.T. Terima kasih sudah menjadi panutan untuk peneliti sehingga peneliti dapat mengetahui baik dan buruknya perkuliahan. Terima kasih atas dukungan finansialnya, semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan rezeki.
3. Keluarga besar peneliti. Terima kasih telah memberi dukungan dan support system kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-teman angkatan 2020 Universitas Pancasakti Tegal yang telah memberi dukungan, motivasi serta bantuannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Hilda Saskia

NPM : 4320600145

Program Studi : Akuntansi

Konsentrasi : Auditing

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“**Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup, Preferensi Risiko, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal Pengguna *Paylater*”**

1. Merupakan hasil karya sendiri, dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan/atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal.

2. Saya mengijinkan untuk dikelola oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal sesuai dengan norma hukum dan etika yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggungjawab.

****

**ABSTRAK**

**Hilda Saskia, 2024. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup, Preferensi Risiko, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending*”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel literasi keuangan digital, gaya hidup, preferensi risiko, dan pengaruh sosial terhadap variabel minat penggunaan *fintech lending*. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal yang berjumlah 1.910 mahasiswa dengan pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat error 10% sehingga diperoleh 100 responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling*. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa pengguna *paylater*. Penelitian ini menggunakan program *software* SPSS *Statistic 22*. Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech lending*. Sedangkan, variabel preferensi risiko dan pengaruh sosial berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan *fintech lending*. Hasil nilai koefisien determinasi adjusted R Square keseluruhan variabel pada penelitian ini berpengaruh sebesar 67,4% dan 32,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Kata Kunci**: *Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup, Preferensi Risiko, Pengaruh Sosial, Minat Penggunaan Fintech Lending*

***ABSTRACT***

**Hilda Saskia, 2024. “*Analysis of the Influence of Digital Financial Literacy, Lifestyle, Risk Preferences, and Social Influence on Interest in Using Fintech Lending*”**

*This study aims to determine the effect of digital financial literacy, lifestyle, risk preferences, and social influence on the interest in using fintech lending. The population of this study were students of the Faculty of Economics and Business, Pancasakti University Tegal, totaling 1,910 students with sampling using the Slovin formula with an error rate of 10% so that 100 respondents were obtained. The sampling technique used proportionate stratified random sampling.*

*This type of research is quantitative with primary data obtained through distributing questionnaires. Respondents in this study were paylater user students. This research uses the SPSS Statistic 22 software program. The data analysis method in this study uses multiple linear regression analysis.*

*The results of this study suggest that financial literacy and lifestyle variables have a positive and significant effect on interest in using fintech lending. Meanwhile, the variables of risk preference and social influence have a negative effect on interest in using fintech lending. The result of the Adjusted R Square coefficient of determination value of all variabels in this study have an effect of 67,4% and the remaining 32,6% is influenced by other variables outside in study.*

**Keyword** : *Digital Financial Literacy, Lifestyle, Risk Preferences, and Social Influence, Interest in Using Fintech Lending*

**DAFTAR ISI**

[HALAMAN JUDUL ii](#_Toc173398563)

HALAMAN LEMBAR [PENGESAHAN SKRIPSI iii](#_Toc173398564)

[MOTTO DAN PERSEMBAHAN vi](#_Toc173398565)

[PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI viii](#_Toc173398566)

[ABSTRAK ix](#_Toc173398567)

[DAFTAR ISI xi](#_Toc173398568)

[DAFTAR TABEL xiii](#_Toc173398569)

[DAFTAR GAMBAR xiv](#_Toc173398570)

[DAFTAR LAMPIRAN xv](#_Toc173398571)

[BAB I PENDAHULUAN 1](#_Toc173398572)

[A. Latar Belakang Masalah 1](#_Toc173398574)

[B. Rumusan Masalah 13](#_Toc173398575)

[C. Tujuan Penelitian 14](#_Toc173398576)

[D. Manfaat Penelitian 14](#_Toc173398577)

[BAB II TINJAUAN PUSTAKA 16](#_Toc173398578)

[A. Landasan Teori 16](#_Toc173398580)

[1. Teori *Planned of Behavior* 16](#_Toc173398581)

[*2.* Minat Penggunaan *Fintech Lending* 18](#_Toc173398582)

[3. Literasi Keuangan Digital 22](#_Toc173398583)

[4. Gaya Hidup 25](#_Toc173398584)

[5. Preferensi Risiko 29](#_Toc173398585)

[6. Pengaruh Sosial 31](#_Toc173398586)

[B. Penelitian Terdahulu 33](#_Toc173398587)

[C. Kerangka Pemikiran Konseptual 45](#_Toc173398588)

[D. Hipotesis 53](#_Toc173398589)

[BAB III METODE PENELITIAN 54](#_Toc173398590)

[A. Jenis Penelitian 54](#_Toc173398592)

[B. Populasi dan Sampel 54](#_Toc173398593)

[C. Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel 58](#_Toc173398594)

[D. Metode Pengumpulan Data 64](#_Toc173398595)

[E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian 65](#_Toc173398596)

[F. Metode Analisis Data 66](#_Toc173398597)

[BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 73](#_Toc173398598)

[A. Gambaran Umum Objek Penelitian 73](#_Toc173398600)

[B. Hasil Penelitian 77](#_Toc173398601)

[C. Pembahasan 100](#_Toc173398602)

[1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending* 101](#_Toc173398603)

[2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending* 103](#_Toc173398604)

[3. Pengaruh Preferensi Risiko Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending* 106](#_Toc173398605)

[4. Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending* 108](#_Toc173398606)

[BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 111](#_Toc173398607)

[A. Kesimpulan 111](#_Toc173398609)

[B. Saran 112](#_Toc173398610)

[DAFTAR PUSTAKA 114](#_Toc173398611)

[KUESIONER 122](#_Toc173398612)

**DAFTAR TABEL**

[Tabel 1. 1 Pengguna Pinjaman Online Aktif Juni 2023 3](#_Toc171026293)

[Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 23](#_Toc161989604)

[Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Mahasiswa FEB UPS Tegal 37](#_Toc165629988)

[Tabel 3. 2 Pembagian Sampel 38](#_Toc165629989)

[Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel 42](#_Toc165629990)

[Tabel 3. 4 Skor Jawaban Kuesioner 45](#_Toc165629991)

[Tabel 3. 5 Rentang Nilai Uji Reliabilitas 46](#_Toc165629992)

[Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 78](#_Toc172834242)

[Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 78](#_Toc172834243)

[Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi 79](#_Toc172834244)

[Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Variabel Y 80](#_Toc172834245)

[Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Variabel X1 81](#_Toc172834246)

[Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel X2 82](#_Toc172834247)

[Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Variabel X3 83](#_Toc172834248)

[Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Variabel X4 84](#_Toc172834249)

[Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Y 85](#_Toc172834250)

[Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel X1 86](#_Toc172834251)

[Tabel 4. 11 Uji Validitas Variabel X2 87](#_Toc172834252)

[Tabel 4. 12 Uji Validitas Variabel X3 87](#_Toc172834253)

[Tabel 4. 13 Uji Validitas Variabel X4 88](#_Toc172834254)

[Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas 89](#_Toc172834255)

[Tabel 4. 15 Analisis Statistik Deskriptif 90](#_Toc172834256)

[Tabel 4. 16 Uji Normalitas 92](#_Toc172834257)

[Tabel 4. 17 Uji Multikolinearitas 93](#_Toc172834258)

[Tabel 4. 18 Uji Heteroskedastisitas 94](#_Toc172834259)

[Tabel 4. 19 Analisis Regresi Linear Berganda 95](#_Toc172834260)

[Tabel 4. 20 Uji F 97](#_Toc172834261)

[Tabel 4. 21 Uji T 98](#_Toc172834262)

[Tabel 4. 22 Koefisien Determinasi 100](#_Toc172834263)

**DAFTAR GAMBAR**

[Gambar 1. 1 Statistik Kredit Macet Pengguna *Fintech Lending* 2023 4](#_Toc169628731)

[Gambar 1. 2 Tingkat Literasi Keuangan 2022 7](#_Toc169628733)

[Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.................................................................................. 53](#_Toc169629148)

[Gambar 4. 1 Struktur FEB UPS Tegal 75](#_Toc172874915)

**DAFTAR LAMPIRAN**

[Lampiran 1 Kuesioner 122](#_Toc173397511)

[Lampiran 2 Identitas Responden 131](#_Toc173397512)

[Lampiran 3 Tabulasi Data Hasil Kuesioner 139](#_Toc173397513)

[Lampiran 4 Hasil Olah Data SPSS 22 152](#_Toc173397514)

[Lampiran 5 Dokumentasi 162](#_Toc173397515)

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Teknologi informasi pada saat ini telah berkembang sangat pesat. Teknologi dan internet tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia karena memiliki peran penting dalam menunjang aktivitas dan memberi kemudahan. Arif (2024) menyebutkan menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia jumlah pengguna internet di Indonesia per tahun 2024 mencapai 221 juta jiwa dari total populasi 278 juta jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Berdasarkan hasil survei tersebut pada tahun 2024, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai angka 79,5%, mengalami kenaikan 1,4% dari tahun sebelumnya.

 Adanya kemudahan akses internet di Indonesia, membuat perubahan pada pemanfaatan teknologi digital. Pemanfaatan teknologi digital di Indonesia sangat berdampak pada beberapa sektor, salah satunya sektor keuangan. Perkembangan teknologi di sektor keuangan di Indonesia adalah *financial technology* (*fintech*). *Fintech* merupakan salah satu inovasi yang melibatkan teknologi modern di bidang keuangan (Kamaruddin, 2022). Dengan kata lain, *fintech* menjadikan transaksi jual beli dan sistem pembayaran menjadi lebih efisien dan ekonomis namun tetap efektif.

 Klasifikasi *fintech* antara lain *crowdfunding* dan *peer to peer lending*, *market aggregator*, *risk and investment management* dan *payment*, *settlement* dan *clearing* (Dara & Mariah, 2020). Salah satu contoh inovasi *fintech* yang beberapa tahun ini banyak diperbincangkan yaitu *fintech lending* atau pinjaman online.Menurut Peraturan OJK No.77/POJK.01/2016, *fintech lending* merupakan layanan pinjam meminjam uang dalam mata uang rupiah secara langsung antara kreditur/*lender* (pemberi pinjaman) dan debitur/*borrower* (penerima pinjaman) berbasis teknologi informasi. Berdasarkan data yang diperoleh dari Otoritas Jasa Keuangan (2023) total penyelenggara *fintech lending* yang terdaftar dan berizin yaitu sebanyak 101 perusahaan per 9 Oktober 2023. Masih terdapat beberapa perusahaan yang masih dalam proses perizinan sehingga jumlah *fintech* ini juga akan terus bertambah (Sitompul, 2018).

 Masuknya *fintech lending* ini menjadi terobosan baru terhadap aspek-aspek bisnis di Indonesia menjadi lebih efisien dan mudah. *Fintech lending* menawarkan berbagai manfaat dan kemudahaan bagi pemberi pinjaman dan peminjam, seperti fitur yang mengakomodasi pemberi pinjaman, proses yang sederhana dan cepat (*quick funding*), sebagai sarana pemasaran usaha dan bisnis, serta sebagai sarana investasi bagi investor. *Fintech lending* juga menawarkan

bunga pinjaman yang relatif rendah dan jangka waktu pinjaman yang bervariasi, mulai dari pembayaran harian hingga beberapa tahun, serta membantu peminjam yang tidak mempunyai rekening bank untuk mendapatkan pinjaman.

 Selain manfaat dan kemudahan yang ditawarkan, *fintech lending* juga memiliki kerentanan terhadap penipuan dan kelemahan dalam mengakses teknologi bagi individu yang belum memiliki informasi atau pengalaman dalam menggunakan internet. Perkembangan *fintech* yang merajalela, membuat beberapa perusahaan mengeluarkan produk pinjaman online tanpa agunan. Beberapa individu tertarik dengan promosi tersebut karena sedang membutuhkan dana serta tawaran bunga rendah dengan tenor pinjaman yang lebih lama. Namun, dari berbagai kemudahan yang ditawarkan terdapat pula beberapa kelemahan, seperti adanya risiko gagal bayar karena beberapa individu memiliki keterbatasan finansial. Apabila peminjam gagal melakukan pembayaran, maka ada kemungkinan pihak perusahaan *fintech lending* akan melakukan penagihan ke lapangan.

**Tabel 1. 1**

**Pengguna Pinjaman Online Aktif Per Juni 2023**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Usia** | **Jumlah Pengguna** | **Nilai Pinjaman** |
| 19-34 Tahun | 10.914.970 | Rp26,87 Triliun |
| 35-54 Tahun | 6.489.965 | Rp17,98 Triliun |
| > 54 Tahun | 686.354 | Rp1,99 Triliun |

 Sumber: Data OJK, 2023

 Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa pengguna *fintech lending* di Indonesia mayoritas merupakan anak muda atau biasa disebut dengan gen Z. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan pada riset Finaka & Nurhanisah (2023) menyebutkan bahwa jumlah rekening penerima pinjaman online aktif terbanyak yaitu gen Z pada rentang usia 19-35 tahun mencapai 10,91 juta pengguna dengan nilai pinjaman sebesar 26,87 triliun per Juni 2023. Angka tersebut mengalami kenaikan sebesar 2,6% dibandingkan bulan sebelumnya.

****

*Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023*

 **Gambar 1. 1**

**Statistik Kredit Macet Pengguna *Fintech Lending* 2023**

 Berdasarkan gambar 1.1 mengenai statistik kredit macet, nilai kredit macet pinjaman online secara nasional mencapai 1,73 triliun pada Juni 2023. OJK memantau kredit macet tersebut berdasarkan tingkat wanprestasi (TWP) >90 hari. Artinya, suatu kredit dikategorikan macet jika peminjamnya gagal membayar utang lebih dari 90 hari sejak tanggal jatuh tempo.

Jika ditelisik berdasarkan kelompok usia peminjamnya, kasus kredit macet pinjaman online didominasi oleh kelompok usia 19-34 tahun. Kelompok usia yang terdiri dari generasi Z dan milenial tersebut memiliki nilai akumulasi gagal bayar utang sebesar Rp763,65 miliar, atau berkontribusi sekitar 44,14% dari total kredit macet pinjaman online nasional. OJK juga mencatat, kelompok usia tersebut konsisten jadi penyumbang nilai kredit macet pinjaman online terbesar sepanjang paruh pertama 2023. Di urutan berikutnya ada kelompok peminjam usia 35-54 tahun yang memiliki kredit macet pinjaman online senilai Rp541,26 miliar, setara 31,29% dari total kredit macet pinjaman online nasional. Kemudian peminjam dari kelompok usia di atas 54 tahun memiliki kredit macet pinjaman online sebesar Rp43,67 miliar. Diikuti kelompok usia di bawah 19 tahun yang nilainya mencapai Rp1,44 miliar.

 Generasi Z (usia 19-35 tahun) menjadi penyumbang terbesar kedua pengguna *paylater* di Indonesia. *Paylater* merupakan layanan pinjaman online tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen membayar suatu transaksi di kemudian hari, baik itu dengan sekali bayar maupun dengan mencicil (Novendra & Aulianisa, 2020). Menurut data PT Pefindo Biro Kredit (2024) pengguna *paylater* gen z mencapai rata-rata 1,62 juta debitur per bulan. Dari sisi kredit macet, gen z menyumbang sekitar Rp460 miliar dari total kredit macet per Desember 2023 yang mencapai total Rp2,12 triliun. Hal ini dikarenakan *paylater* tidak ada toleransi untuk pembayaran yang terlambat, apabila menghadapi pembayaran yang terlambat, maka akan ada denda yang harus dibayar. Suku bunga *paylater* berkisar antara 0% sampai 2,95% per bulan. Dengan ketentuan bunga cicilan 20 hari pertama bunga 0%, lalu 2-3 bulan berikutnya bunga cicilan mencapai 2,95% per bulannya (Ayu et al., 2022).

 *Fintech* sebagai platform penyedia layanan keuangan *online*, situs belanja online atau *marketplace* hingga layanan dompet digital menawarkan diversifikasi produk ke ranah pembiayaan kredit. Sampai saat ini, berbagai jenis *e-commerce* dan *e-wallet* telah menggandeng *fintech* untuk pengajuan pinjaman. Beberapa *e-wallet* seperti GoPay dan OVO menyedikan fitur *paylater*. Hal ini juga dilakukan oleh berbagai perusahaan *marketplace* atau *e-commerce* seperti Traveloka, Shopee, Tokopedia, Bilbli dan beberapa platform lainnya yang juga menyediakan layanan *paylater* kepada para penggunanya (Novendra & Aulianisa, 2020).

Seseorang memiliki opsi untuk melakukan transaksi paling praktis saat menggunakan *paylater.* Mahasiswa terutama pada generasi Z menyukai penggunaan *paylater* karena memungkinkan mereka meyisihkan uang setiap bulan sesuai batas minimum yang ditentukan untuk membayar cicilan *paylater*. Berdasarkan data dari Katada Insight Center (2023), gen Z telah menggunakan *paylater* sebanyak 35% per Desember 2023. Hal ini tentunya menarik perhatian bahwa ada dorongan untuk menggunakan *paylater*. Menurut seorang Chief Marketing Office perusahaan *fintech lending*, mengatakan bahwa target pasar untuk pengguna *paylater* adalah usia 17-25 tahun yang sudah memiliki KTP dimana itu merupakan usia para mahasiswa yang belum memiliki pekerjaan namun dapat menggunakan layanan *paylater* (Prayusi & Ingriyani, 2023).

 Literasi keuangan digital pada sektor jasa keuangan masih tergolong rendah. Beberapa individu belum memahami tentang risiko dan dampak dari penggunaan *fintech* lending. Literasi keuangan digital merupakan pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan kompetensi untuk menggunakan produk dan layanan keuangan digital dengan aman untuk membuat keputusan keuangan yang baik. Tingkat literasi keuangan masyarakat di Indonesia dapat dilihat berdasarkan survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2022) mengenai tingkat literasi keuangan di Indonesia.



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2022

 **Gambar 1. 2**

 **Indeks Literasi Keuangan Sektor Jasa Keuangan 2019 dan 2020**

 Berdasarkan gambar di atas, hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2019 dan 2022, tingkat literasi keuangan berdasarkan sektor jasa keuangan terutama pada *fintech* masih tergolong rendah dibandingkan sektor jasa keuangan lainnya yaitu pada angka 10,90%. Hal ini menunjukkan bahwa baik dari sisi pemahaman maupun penggunaan produk atau layanan teknologi keuangan masih terbilang rendah. Angka ini menunjukkan bahwa masih terdapat ruang untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terkait konsep-konsep keuangan, investasi, dan pengelolaan keuangan yang efektif (Kahar Muzakkar et al., 2024).

 Literasi keuangan merupakan dukungan yang sangat penting bagi stabilitas keuangan dan ekonomi individu. Menurut Lubis (2020) berpendapat bahwa kepedulian untuk meningkatkan edukasi keuangan publik akan meningkat seiring berjalannya evolusi pasar keuangan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan literasi keuangan penting untuk meningkatkan kestabilan ekonomi. Salah satu penyebab kegagalan dalam mengelola keuangan bermula dari pemahaman yang kurang baik tentang literasi keuangan. Tujuan literasi keuangan adalah meningkatkan kualitas seseorang dalam berpikir dan mengambil keputusan untuk mencapai kesejahteraan pada keuangan. Pentingnya perguruan tinggi dalam membentuk literasi keuangan mahasiswa untuk dapat menjadi acuan mahasiswa dalam mengambil keputusan keuangannya dalam menghadapi berbagai masalah yang berkaitan dengan keuangannya dimasa yang akan datang.

 Berhasil tidaknya literasi keuangan dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti pertumbuhan ekonomi, pendapatan perkapita, distribusi pendapatan, tingkat kemiskinan, tingkat pendidikan, kelompok usia produktif penduduk, dan pemanfaatan teknologi informasi (OJK, 2013). Institusi perguruan tinggi berperan penting dalam mempengaruhi literasi keuangan mahasiswa, yang akan berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan mereka di masa depan saat menghadapi tantangan keuangan. Oleh karena itu, dengan adanya literasi keuangan yang baik, maka mahasiswa akan lebih siap untuk menerapkan dan mempertanggungjawabkan hasil tindakan mereka. Selain itu, menurut Salisa (2021) menyebutkan faktor lain seperti faktor demografi, preferensi risiko, dan karakteristik investasi juga dapat mempengaruhi literasi keuangan. Sementara itu, faktor penentu perilaku keuangan menurut Mudzingiri (2018) yaitu preferensi risiko, pengetahuan keuangan, dan kepercayaan diri serta karakteristik pribadi. Beberapa faktor seperti gaya hidup individu yang tinggi serta dari pengaruh sosial juga mempengaruhi seseorang untuk menggunakan layanan *fintech lending* maupun *paylate*r.

 Gaya hidup modern yang cenderung serba cepat dan mobilitas tinggi dapat mempengaruhi minat penggunaan *fintech lending* ataupun *paylater*. Gaya hidup ialah model aksi yang membedakan individu satu dengan individu yang lainnya (Kurniasari & Fisabilillah, 2021). Sebagai mahasiswa kebutuhannya akan semakin beragam entah itu kebutuhan pokok maupun kebutuhan untuk memenuhi gaya hidupnya. Kehadiran layanan *paylater* cenderung menjadi opsi karena fitur ini sangat membantu mahasiswa yang memiliki kesulitan finansial untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidupnya yang cenderung meningkat. Menurut survei yang dilakukan oleh Nur (2023) mengemukakan bahwa gen Z yang merupakan mahasiswa menggunakan fitur *paylater* untuk memenuhi berbagai kebutuhan seperti pakaian, pulsa, *makeup*, dan *gadget*. hal ini membuat para mahasiswa mengubah gaya hidup yang dulunya takut untuk menggunakan pinjaman menjadi pengguna setia layanan *paylater*. Fenomena ini dibuktikan dengan survei dari Jakpat yang menyatakan bahwa generasi ini mendapat predikat “*buy now, paylater generation*”.

 Gaya hidup memegang peran penting dalam menganalisis bagaimana konsumen berperilaku ketika memutuskan untuk melakukan pembelian. Seorang individu cenderung memilih produk, layanan atau aktivitas tertentu karena dipengaruhi oleh faktor-faktor khusus dalam gaya hidup mereka (Wardoyo & Andini, 2017). Faktor-faktor gaya hidup menurut Kurniasari & Fisabilillah (2021) antara lain faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berupa sikap, pengalaman, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi. Sedangkan faktor eksternalnya yaitu meliputi referensi, keluarga, pengaruh sosial dan kebudayaan.

 Banyak keputusan keuangan yang berhubungan dengan risiko. Selain untuk perilaku investasi, preferensi risiko juga digunakan untuk kredit konsumen. Preferensi risiko ialah bagian integral dari proses pengambilan keputusan. Dalam beberapa kasus, risiko tidak dianggap sebagai risiko secara objektif, tetapi tergantung interpretasi orang terhadap informasi yang relevan dengan risiko. Menurut Maivalinda (2023) preferensi risiko merupakan penentu pentingnya tingkat utang yang diperoleh rumah tangga dengan menghindari risiko yang berfungsi untuk mengurangi tingkat utang yang diakumulasi oleh rumah tangga. Industri yang dianggap berisiko tinggi yaitu industri pinjaman online dan *paylater*. Preferensi risiko dipengaruhi oleh literasi keuangan. Penelitian tersebut menyebutkan bahwa apabila seseorang menerima informasi maka dia akan berpikir kritis dan literasi keuangan terkait risiko *fintech lending* dan *paylater* akan membantu seseorang dalam membuat keputusan terhadap perilaku keuangannya.

 Pengaruh sosial seperti rekomendasi dari teman, keluarga, *influencer* di media sosial, dapat memainkan peran penting dalam membentuk minat individu terhadap penggunaan *fintech lending*. Pengaruh sosial menurut Solomon (2004) dalam penelitian (Agustina et al., 2020) merupakan pengaruh orang lain terhadap perilaku konsumen. Kelompok referensi merupakan sumber kelompok pengaruh sosial yang penting. Yang termasuk dalam kelompok ini adalah individu atau kelompok yang ditemui sehari-hari atau di dunia maya yang memiliki pengaruh signifikan pada evaluasi, aspirasi, atau perilaku seseorang. Pengalaman yang dibagikan oleh orang-orang terdekat dapat memberikan dorongan tambahan bagi individu untuk mencoba dan menggunakan layanan *fintech lending* maupun *paylater*.

 Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TBP). Menurut Ajzen (1985) teori ini menyatakan bahwa manusia cenderung bertindak sesuai dengan intensi dan persepsi pengendalian melalui perilaku tertentu, dimana intensi dipengaruhi oleh tingkah laku, norma subjektif serta pengendalian perilaku. Teori ini digunakan untuk menjelaskan variabel minat pada penggunaan *financial technology lending* atau *paylater*.

 Penelitian ini memiliki acuan yang menjadi dasar dalam menjelaskan pengaruh beberapa variabel penelitian. Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maivalinda et al., (2023) menyebutkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pinjaman online. Namun, preferensi risiko tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan pinjaman online. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Abdillah (2019) menyebutkan bahwa preferensi risiko juga tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Maharani & Noor (2023) menjelaskan bahwa variabel gaya hidup dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech lending*, dalam hal ini penggunaan Spaylater.

 Penelitian yang dilakukan oleh Mudzingiri, (2018) menyimpulkan bahwa kepercayaan diri, preferensi risiko dan persepsi literasi keuangan secara signifkan mempengaruhi *financial behavior* dari subjek yang dikategorikan. Mudzingiri menyebut bahwa seseorang yang memiliki literasi keuangan yang rendah, lebih percaya diri, lebih suka mengambil risiko, dan lebih tidak sabar. Preferensi risiko secara signifikan mempengaruhi perilaku seseorang untuk berhutang. Sementara itu, memberikan pendidikan literasi keuangan dapat meningkatkan kepercayaan diri, preferensi risiko dan pilihan preferensi risiko.

 Ada beberapa perbedaan mengenai penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Adapun perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Maivalinda (2023) dengan penelitian ini, yaitu penelitian ini tidak menggunakan variabel moderasi faktor demografi, penelitian ini juga menambahkan variabel gaya hidup dan pengaruh sosial untuk mengukur apakah dalam penambahan variabel mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan *fintech lending*. Perbedaan lain juga terdapat pada objek penelitian dan tahun penelitian ini dibuat.

 Mengingat banyaknya permasalahan yang ditimbulkan akibat menggunakan *fintech lending* dan *paylater*, maka penulis ingin melakukan penelitian kembali guna mengetahui faktor yang membuat minat penggunaan *fintech lending* maupun *paylater* menjadi tinggi. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup, Preferensi Risiko, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal Pengguna *Paylater*)**”.

1. **Rumusan Masalah**

 Berdasarkan latar belakang yang telah diidentifikasi tersebut, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan digital terhadap minat penggunaan *fintech lending*?
2. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap minat penggunaan *fintech lending*?
3. Apakah terdapat pengaruh preferensi risiko terhadap minat penggunaan *fintech lending*?
4. Apakah terdapat pengaruh pengaruh sosial terhadap minat penggunaan *fintech lending*?
5. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka tujuan yang hendak dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh literasi keuangan digital terhadap minat penggunaan *fintech lending.*
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh gaya hidup terhadap minat penggunaan *fintech lending.*
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh preferensi risiko terhadap minat penggunaan *fintech lending.*
4. Untuk menganalisis adanya pengaruh pengaruh sosial terhadap minat penggunaan *fintech lending.*
5. **Manfaat Penelitian**

Penelitian dapat bermanfaat jika rumusan masalah dan tujuan penelitian dapat terpecahkan secara tepat dan akurat. Oleh sebab itu, manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta informasi di bidang keuangan, khususnya mengenai pengaruh literasi keuangan digital, gaya hidup, preferensi risiko dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan *fintech lending.* Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pembaca dalam rangka untuk lebih berhati-hati dalam menggunakan pinjaman online atau yang disebut *fintech lending* tersebut.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi atau kajian bagi peneliti selanjutnya, khususnya pada bidang keuangan yang berkaitan dengan *fintech lending.*

**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

1. **Landasan Teori**
2. **Teori *Planned of Behavior***

 *Theory Planned of Behavior* atau teori perilaku terencana yang dikembangkan oleh Ajzen (1985) bertujuan untuk memahami dan menjelaskan berbagai perilaku individu. *Planned behavior theory* menurut Seni & Ratnadi (2018) menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan hal yang dapat memprediksi suatu perilaku yang penting. Namun, perlu dipertimbangkan sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsi orang tersebut. *Theory planned of behavior* juga untuk menjelaskan mengenai intensi minat penggunaan *fintech lending*. Sebab, teori ini mengemukakan bahwa niat individu dalam berperilaku merupakan penentu langsung dari perilaku tersebut (Syarfi & Asandimitra, 2020). Faktor utama yang mempengaruhi individu berperilaku adalah intensi atau sering disebut dengan niat atau minat. Menurut Minat seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu:

1. *Attitude Toward Behavior* (Sikap)

 *Attitude toward behavior* ialah sikap terhadap perilaku yang ditentukan oleh beberapa kepercayaan individu yang berhubungan dengan evaluasi subjektif individu berkenaan pada lingkungan sekelilingnya (Syarfi & Asandimitra, 2020). *Attitude toward behavior* berhubungan dengan emosi, afeksi, dan kognisi kemudian menjadi evaluasi perasaan seseorang yang menempatkan pada keputusan menerima atau menolak investasi (Ajzen, 2005). Sikap merupakan faktor pertama yang mempengaruhi minat atau niat berperilaku. Apabila seorang individu menghargai aspek positif dari suatu perilaku, maka ia memiliki niat untuk melakukan perilaku tertentu. Keyakinan terhadap suatu tindakan dipengaruhi oleh keyakinan atau kepercayaan (*behavioral beliefs*) sebagai akibat dari tindakan yang diakukan. Dalam penelitian ini, maka individu akan berkeinginan untuk menggunakan platfrom *fintech lending* jika mereka mempunyai kepercayaan positif bahwa menggunakan platform *fintech lending* dapat memberikan manfaat bagi mereka. Sedangkan, minat seorang individu akan cenderung rendah apabila mereka merasa hal itu akan merugikan mereka.

1. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

 *Subjective norm* atau norma subjektif ialah persepsi individu terhadap perilaku tertentu dan bersumber dari anggapan orang lain terhadap perilaku tersebut. Perilaku tersebut dapat berupa dorongan yang kuat atau persetujuan orang lain sehingga terbentuk niat atau intensi investasi (Ajzen, 2005). Norma subjektif merupakan manfaat yang mempunyai dasar terhadap keyakinan atau kepercayaan yang disebut dengan istilah *normative beliefs*. *Normative beliefs* merupakan kepercayaan terhadap kesepahaman ataupun ketidaksepahaman seseorang ataupun kelompok yang mempengaruhi individu pada suatu perilaku. Pengaruh sosial menjadi bagian dari norma subjektif. Pengaruh sosial ini terdiri dari *reward* atau *punishment* yang disampaikan oleh individu terhadap individu lainnya, rasa senang individu terhadap individu tersebut, seberapa besar dianggap sebagai seseorang yang berpengalaman serta keinginan dari individu tersebut.

1. *Perceived Behavior Control* (Kontrol Perilaku)

 *Perceived behavioral control* merupakan persepsi individu terhadap sulit atau tidaknya untuk mewujudkan perilaku tertentu yang dapat diakibatkan oleh faktor internal maupun faktor eksternal. Kontrol perilaku mengacu pada kesulitan atau kemudahan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu.

1. **Minat Penggunaan *Fintech Lending***
2. **Definisi Minat Penggunaan *Fintech Lending***

Minat menurut Suartana & Witami (2019) merupakan kecenderungan untuk memusatkan perhatian dan ingatan seseorang pada suatu topik dalam jangka waktu yang lama, dengan hasil akhir berupa rasa senang dan puas setelah tujuannya dapat tercapai. Minat merupakan suatu fenomena psikologis yang memperlihatkan fokus ketertarikan terhadap objek tertentu dikarenakan ada rasa bahagia setelah terpenuhi. Ajzen (2019) mendefinisikan minat sebagai pengaturan perbuatan yang apabila terdapat waktu dan kesempatan yang cocok maka akan diwujudkan dalam bentuk tindakan. Sementara itu, menurut Slameto (2003:180) minat ialah suatu rasa suka dan rasa tertarik pada suatu hal tanpa ada dorongan dari siapapun.

*Fintech lending* merupakan layanan lending berbasis teknologi informasi yang dapat memfasilitasi adanya transaksi antara pemberi dan penerima pinjaman tanpa kontak secara langsung (Destianti et al., 2021). Istilah *fintech lending* atau pinjaman online merupakan salah satu jenis *fintech* yang meminjamkan uang atau mengumpulkan uang melalui *crowd funding.* Menurut Faradila & Rafik (2022) pinjaman online merupakan layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi informasi yang memudahkan masyarakat umum untuk memperoleh pembiayaan berupa barang dan uang yang dapat diakses dengan cepat dan mudah melalui gadget yang terhubung dengan internet.Secara garis besar, *fintech lending* yaitu layanan pinjam meminjam antara pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melalui sistem teknologi informasi tanpa bertemu secara langsung. Dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan *fintech lending* adalah ketertarikan atau kecenderungan individu atau kelompok untuk menggunakan layanan pinjaman yang disediakan oleh perusahaan teknologi finansial (Destianti, 2021; Faradila & Rafik, 2022; Peraturan OJK, 2016; Wahyuningsih, 2019).

 Jenis-jenis *fintech lending* yang dilansir dariAsosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (2024)ada lima, antara lain:

1. *Payment, Clearing, and Settlement*
2. Sekuritas
3. *Aggregator*
4. *Crowdfunding*
5. *Peer to Peer Lending*

Cara kerja layanan *paylater* ini sama seperti menggunakan layanan *fintech lending*, cara kerjanya menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yaitu sebagai berikut:

1. Registrasi keanggotaan. Pengguna (baik peminjam maupun yang memberi pinjaman) melakukan registrasi secara online.
2. Bagi peminjam (*borrower*), mereka mengajukan pinjaman.
3. Platform *fintech lending* kemudian menganalisa dan memilih borrower layak untuk mengajukan pinjaman, termasuk menetapkan tingkat risiko borrower tersebut.
4. *Borrower* terpilih akan ditempatkan oleh platform *fintech lending* dalam marketplace tersebut secara online beserta dengan informasi komprehensif tentang profil dan risiko *borrower* tersebut.
5. Kemudian investor *fintech lending* maupun *paylater* melakukan analisa dan seleksi atas borrower yang tercntum dalam marketplace *fintech lending* yang disediakan platform *fintech lending* tersebut.
6. Investor *fintech lending* melakukan pendanaan ke borrower yang dipilih melalui platform *fintech lending*.
7. Borrower mengembalikan dana pinjaman yang telah disetujui berikut bunganya serta sesuai dengan jadwal pengembalian pinjaman ke platform *fintech lending*.
8. Investor *fintech lending* menerima dana pengembalian pinjaman dari borrower melalui platform.
9. **Indikator Minat Penggunaan *Fintech Lending***

Terdapat beberapa indikator minat menurut Nur, Arsa, dan Firman (2023) yaitu:

1. Minat eksploratif, menggambarkan perilaku seseorang yang terus menerus mencari informasi mengenai suatu produk keuangan digital yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung manfaat dari produk tersebut.
2. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk keuangan digital.
3. Komitmen berkelanjutan, mencerminkan kesediaan seseorang untuk terus menggunakan atau mengikuti produk atau layanan tersebut dalam jangka waktu yang lama dan mempertahankan keterlibatanya dalam penggunaanya.
4. **Literasi Keuangan Digital**
5. **Definisi Literasi Keuangan Digital**

 Literasi keuangan atau *financial literacy* merupakan sikap dan perilaku serta tingkat pemahaman yang dimiliki seseorang sehubungan dengan produk dan layanan keuangan, dan juga terkait dengan seberapa baik seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya.Sementara itu, platform digital merupakan segala sesuatu (perpaduan perangkat lunak dan keras) dengan menggunakan teknologi komputer dan internet.

 Literasi keuangan digital atau *digital financial literacy* merupakan kombinasi dari dua konsep, yaitu *financial literacy* (literasi keuangan) dan platform digital.Pengertian literasi keuangan digital menurut Otoritas Jasa Keuangan (2023) adalah sebuah pengetahuan atau wawasan terkait kegiatan pelayanan keuangan atau metode pembayaran yang memanfaatkan teknologi yang dilakukan secara digital. Literasi keuangan digital merupakan tingkat pemahaman seseorang tentang pembelian online, pembayaran online dengan berbagai mode pembayaran dan sistem perbankan online (Prasad, 2018). Literasi keuangan digital didefinisikan sebagai bentuk keterampilan yang kompleks dan menyangkut keterampilan baru yang harus dimiliki manusia ketika berhadapan dengan lingkungan digital saat ini (Maivalinda et al., 2023).

 Kematangan literasi keuangan mampu menentukan keputusan dalam mengambil pinjaman online dengan keputusan yang terencana. Tingkat literasi seseorang pastinya berbeda-beda. Perbedaan ini menyebabkan adanya perbedaan individu dalam mengelola keuangan. Hal ini dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Beberapa faktor-faktor yang menyebabkan tingkat literasi keuangan seseorang berbeda-beda diantaranya karakteristik demografi seseorang, latar belakang keluarga, kekayaan, preferensi waktu, faktor personal (inteligensi dan kemampuan kogntif), sosial dan ekonomi (Frederica et al., 2023). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital yaitu pemahaman seseorang tentang pengetahuan atau wawasan mengenai layanan keuangan digital dan pemahaman risiko serta dampak dari penggunaan layanan tersebut (Prasad, 2018; Maivalinda, 2023; Frederica, 2023).

1. **Indikator Literasi Keuangan Digital**

 Terdapat empat indikator literasi keuangan pada pemanfaatan teknologi

keuangan digital menurut Peter et al., (2019) diantaranya:

1. Pengetahuan Tentang Keuangan Umum dan Produk Layanan Keuangan Digital

 Pengetahuan umum meliputi pemahaman tentang keuangan pribadi secara umum. Misalnya, manajemen keuangan pribadi yang tersusun dari perencanaan, analisa, serta pengendalian keuangan. Lalu, pemahaman tentang produk-produk layanan keuangan digital, contohnya:

1. Metode pembayaran seperti *e-money, e-wallet, crypto assets*, dan *paylater.*
2. Manajemen aset meliputi internet banking dan investasi online.
3. Keuangan alternatif, contonya *crowdfunding, peer to peer (P2P), online balance sheet lending*, serta masih banyak lagi.
4. Asuransi seperti layanan asuransi online.
5. Pengetahuan Kesadaran akan Risiko Keuangan Digital

 Pemahaman tentang potensi ancaman risiko yang bisa terjadi pada saat menggunakan layanan *fintech lending* maupun *paylater*. Berikut beberapa potensi risiko penggunaan teknologi keuangan digital:

1. *Phising*, yaitu tindak kejahatan yang dilakukan untuk membocorkan informasi data pribadi pengguna, seperti nama, kata sandi, maupun alamat rumah.
2. *Pharming* yaitu virus yang disebabkan arahan dari web atau halaman palsu otomatis yang menyebabkan bocornya informasi data pribadi.
3. *Spyware* yaitu aplikasi yang terpasang pada perangkat seperti ponsel pengguna sehingga memungkinkan peretas mentransmisi data pribadi.
4. *SIM Card Swap* yaitu kartu SIM pengguna diambil oleh peretas atau seseorang untuk mendapatkan informasi pribadi.
5. *Profiling* yaitu pengguna dibatasi akses terhadap layanan tertentu berdasarkan data dan aktivitas online.
6. *Hacking* yaitu pencurian data yang dilakukan hecker dari berbagai aktivitas online di sosial media.
7. Pengetahuan Tentang Risiko Keuangan dan Hak-Hak Pengguna

 Pemahaman pengguna tentang perlindungan dari risiko yang disebabkan oleh penggunaan *fintech lending* ataupun *paylater*. Pengguna layanan tersebut harus memahami tata cara penggunaan layanan, dapat menghindari *spaming, phising*, serta dapat melindungi kerahasiaan *personal identification number* (PIN) dan informasi saat menggunakan layanan keuangan digital.

1. Pengetahuan Prosedur Ganti Rugi.

 Pengguna harus memahami hak-hak dan mengetahui tempat untuk pelaporan atau pengaduan kerugian untuk mendapatkan ganti rugi apabila pengguna menjadi korban atas hal-hal yang tidak diinginkan. Serta memahami mengenai kewajiban dan hak-hak pribadi pengguna dan bagaimana prosedur ganti rugi.

1. **Gaya Hidup**
2. **Definisi Gaya Hidup**

 Menurut Saputra & Sudarwanto (2023) gaya hidup atau *lifestyle* merupakan cara seseorang menjalani hidupnya yang dapat dilihat dalam pilihan mereka, kecenderungan mereka, dan sikap mereka terhadap situasi tertentu. Gaya hidup dapat berubah tergantung pada keinginan individu atau perkembangan zaman. Gaya hidup merupakan tata cara hidup individu yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya (Wardoyo & Andini, 2017). Gaya hidup dibentuk melalui interaksi sosial. Gaya hidup sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap, dan konsumsi serta harapan. Gaya hidup mendorong kebutuhan sikap individu dan mempengaruhi aktivitas serta penggunaan produk. Sebagai pendorong yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk, gaya hidup dikelompokkan menjadi bagian klasifikasi gaya hidup (Sahir, 2016).

1. **Indikator Gaya Hidup**

 Menurut Kotler & Keller (2019) indikator variabel gaya hidup yaitu sebagai berikut:

1. *Activity*

*Activity* (aktivitas) merupakan cara individu mempergunakan waktunya

yang berwujud tindakan nyata dalam kegiatan yang bertujuan untuk mencari kesibukan dengan konsekuensi yang cukup besar. Aktivitas merupakan suatu tindakan nyata dari konsumen yang merupakan karakteristik dalam kehidupan sehari-hari. Aktivitas ini dapat berupa bekerja, hobi, acara sosial, liburan, hiburan, keanggotaan perkumpulan, jelajah, internet, dan berbelanja.

1. *Interest*

*Interest* atau minat merupakan faktor pribadi konsumen yang mempengaruhi proses keputusan pembelian dimana konsumen mengeluarkan waktu dan uang untuk hal yang mereka anggap menarik.

1. *Opinion*

Opini atau pendapat merupakan pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global. Opini merupakan cara pandang seseorang dalam mempertahankan gaya hidup, opini menjelaskan apa saja hal-hal yang diperlukan atau harus dilakukan untuk menunjang gaya hidupnya.

1. **Klasifikasi Gaya Hidup**

Kotler & Amstrong (2019) mengklasifikasikan gaya hidup berdasarkan tipologi *values* dan *lifestyle* (VALS) dari Stanford Research Internasional yang dijelaskan sebagai berikut:

1. *Actualizes* yakni orang memiliki pendapatan paling tinggi dengan banyak sumber daya yang ada mereka sertakan dalam suatu orientas diri.
2. *Believers* yakni konsumen konservatif, kehidupan mereka berpusat pada keluarga, agama, masyarakat, dan bangsa.
3. *Achievers* yakni orang-orang yang sukses, berorientasi pada pekerjaan, konservatif dalam politik yang melibatkan kepuasan dari keluarga dan pekerjaan mereka.
4. *Strivers* yakni orang-orang dengan nilai-nilai yang sama seperti achievers tetapi sumber daya ekonomi, sosial dan psikologisnya lebih sedikit.
5. *Experiences* yakni konsumen yang berkeinginan besar untuk menyukai sesuatu hal yang baru.
6. *Makers* yakni orang yang suka mempengaruhi lingkungan mereka dengan cara yang praktis.
7. *Strugglers* yakni orang yang berpenghasilan rendah dan terlalu kecil sumber dayanya untuk dimasukkan ke dalam orientasi konsumen yang manapun degan segala keterbatasannya, mereka cenderung menjadi konsumen yang loyal pada mereka.

 Terbentuknya gaya hidup karena dua faktor yaitu secara demografis misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, dan karakteristik kepribadian yang berasal dari psikografis yang mempengaruhi gaya hidup individu. Gaya hidup berkaitan dengan motivasi hedonism karena ketika aktivitas pengguna terpenuhi melalui penggunaan suatu teknologi, pengguna akan merasa senang dan nyaman menggunakan teknologi tersebut. Motivasi hedonism juga digunakan sebagai alat untuk memprediksi perilaku konsumen terkait penggunaan suatu teknologi (Venkatesh, 2012). Para peneliti yang menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel AIO atau aktivitas, interest, dan opini (Sahir, 2016; Saputra & Sudarwanto, 2023; Wardoyo & Andini, 2017).

1. **Preferensi Risiko**
2. **Definisi Preferensi Risiko**

Menurut Weber dan Hsee (1998) preferensi risiko merupakan label yangmendeskripsikan pilihan seseorang ketika dihadapkan pada dua pilihan/opsi dengan nilai yang diharapkan sama atau seimbang tetapi berbeda dimensi yang diasumsikan untuk mempengaruhi keberisikoan dari pilihan (Maivalinda et al., 2023). Preferensi risiko juga merupakan bagian integral dari pengambilan keputusan.

 Menurut Probo (2011) setiap individu memiliki preferensi risiko yang berbeda. Preferensi risiko akan mempengaruhi seorang individu dalam pengambilan keputusan keuangan. Risiko merupakan suatu faktor yang dapat menghalangi seseorang untuk bertindak. Terdapat dua macam sikap menghadapi risiko, yaitu takut mengambil risiko (*risk averse*) dan yang berani mengambil risiko (*risk taker*). Faktor ini yang diduga mampu mempengarui minat penggunaan *fintech lending* (Weber & Hsee, 1998; Maivalinda, 2023; Probo, 2011).

1. **Jenis Preferensi Risiko**

Menurut Probo (2011) preferensi risiko merupakan kecenderungan seorang individu untuk memilih opsi dalam mengahadapi risiko. Menurut Sembel (2007) dilihat dari kesediaannya menanggung risiko, dikategorikan menjadi dua tipe, yakni:

1. *Risk Taker*

Tipe seseorang yang berani mengambil risiko disebut *risk lover* atau *risk seeker*. Seseorang dengan tipe ini merupakan seorang yang berani mengambil risiko. Widoatmojo (2011) mengungkapkan bahwa seseorang yang berpreferensi risiko tinggi sangat mengamati risiko.

1. *Risk Averse*

Tipe seseorang yang takut atau enggan menanggung risiko yang disebut *risk aveter* atau *risk aversion*. Menurut Sembel (2011) seseorang dengan tipe ini termasuk dalam kategori preferensi risiko rendah, memiliki kecenderungan menggunakan pendekatan investasi yang konservatif atau mengutamakan keamanan.

1. **Indikator Preferensi Risiko**

Menurut Asri dan Susanti (2018) indikator preferensi risiko dalam penggunaan transaksi online atau menggunakan layanan *fintech lending* sebagai berikut:

1. Risiko Keuangan

Risiko keuangan merupakan risiko yang kemungkinan terjadi dan berdampak merugikan keuangan pengguna.

1. Risiko Privasi

Risiko privasi merupakan risiko yang kemungkinan terjadi karena penyalahgunaan informasi pribadi yang disebabkan oleh perusahaan *fintech lending* ataupun *paylater* kepada penggunanya.

1. Risiko Psikologis

Risiko psikologis merupakan risiko yang kemungkinan terjadi karena ketidaknyamanan secara psikologis karena penggunaan *paylater*.

1. Risiko Keamanan

Rsisiko keamanan ialah risiko yang kemungkinan terjadi karena perusahaan *paylater* maupun *fintech lending* merupakan perusahaan *ilegal* dan memiliki reputasi yang tidak bagus.

1. **Pengaruh Sosial**
2. **Definisi Pengaruh Sosial**

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai dukungan pribadi dari luar dan lingkungan sosial yang bisa mengubah tindakan dan keyakinan individu sehingga dapat menjalani suatu aksi yang berkaitan dengan pemakaian suatu teknologi (Kurniasari & Fisabilillah, 2021). Faktor sosial atau pengaruh sosial adalah keterlibatan masyarakat yang membentuk perilaku konsumen individu. Adanya rekomendasi dan ajakan atau pengaruh dari orang lain, teman, kelompok, bahkan keluarga mampu mempengaruhi seseorang untuk turut menggunakannya.

 Informasi dan dorongan yang diberikan oleh orang lain akan berpengaruh pada kesadaran seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi. Menurut Agustina et al., (2018) pengaruh orang lain terhadap perilaku konsumen seseorang disebut dengan pengaruh sosial. Hal ini didasari pada konsep norma subjektif dan citra sosial di mana seseorang dianggap memperoleh perilaku yang diterima dan dipilih oleh rekan sosial dan orang lain dianggap penting baginya dalam penggunaan suatu teknologi. Oleh karena itu, pengaruh sosial mengarah pada sejauh mana seseorang terpengaruh oleh lingkungan di sekitarnya dalam pembentukan nilai masyarakat terkait penggunaan sistem teknologi (Kurniasari & Fisabilillah, 2021; Agustina, 2018).

1. **Indikator Pengaruh Sosial**

Faktor sosial terbagi menjadi kelompok acuan, keluarga dan status atau peran. Dalam penelitian Philip Kotler (2009) terdapat beberapa indikator pengaruh sosial diantaranya yaitu:

1. Kelompok Acuan

Kelompok acuan yakni seseorang yang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau seseorang. Seorang individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan melalui tiga cara. Kelompok acuan membuat seseorang menjalani perilaku dan gaya hidup baru serta mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang. Kelompok acuan menuntut orang supaya mengikuti kebiasaan kelompok sehingga dapat mempengaruhi pilihan seseorang akan produk dan merek aktual.

1. Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen paling penting dalam masyarakat dan menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga menjadi pengaruh yang lebih langsung terhadap perilaku pembelian sehari-hari.

1. Peran dan status

Seseorang yang berpartisipasi kedalam banyak kelompok sepanjang hidupnya dapat peran dan statusnya. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran tersebut dapat menghasilkan status. Orang-orang memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka kepada banyak orang.

1. **Penelitian Terdahulu**

 Penelitian ini mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya. Berikut beberapa penelitian terdahulu.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Maivalinda, Sulistianingsih, & Riski (2023) dengan judul penelitian Mengukur Perilaku Pinjaman Online Melalui Literasi Keuangan Digital, Preferensi Risiko, dan Faktor Demografi sebagai Variabel Moderasi bertujuan untuk mngukur perilaku keuangan pinjaman online melalui variabel literasi keuangan digital, preferensi risiko dan faktor demografi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis *Structural Equation Modelling Partial Least Square* (SEM PLS). Hasil penelitian mengemukakan bahwa literasi keuangan digital dan faktor demografi berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pinjaman online. Literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pinjaman online namun faktor demografi tidak berpengaruh terhadap preferensi risiko. Preferensi risiko tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan pinjaman online. Faktor demografi memoderasi literasi keuangan digital dan perilaku keuangan, tetapi faktor demografi tidak memoderasi preferensi risiko terhadap perilaku keuangan pinjaman online.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Samuel Martono (2021) tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *fintech lending* bertujuan untuk menguji faktor-faktor pada kerangka kerja yang merupakan pengembangan dari Technology Acceptance Model (TAM). Peneliti menggunakan metode *stratified random sampling* dan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap *fintech lending*. Sementara itu, *perceived usefulness, relative advantage* dan *perceived cost* berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech lending*.
3. Penelitian tentang Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee Paylater Masyarakat Kota Surabaya” yang diteliti oleh Valdi Ramadhan Jaya Saputra, dan Tri Sudarwanto (2023) bertujuan untuk mengetahui variabel gaya hidup, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh secara simultan atau mempengaruhi secara bersama terhadap keputusan pembelian menggunakan Spaylater. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu semua pengguna Spaylater di Kota Surabaya dengan metode pengambilan sampel “*non-probability sampling*” dengan menggunakan rumus *Lemeshow*. Hasil penelitian menujukkan variabel gaya hidup, kepercayaan, dan kemudahan memiliki pengaruh signifikan secara parsial serta simultan terhadap pembelian menggunakan Spay Later.
4. Penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat *Financial Technology P2P Lending* (Pinjaman Online) dilakukan oleh Malikah et al., (2022). Subjek penelitiannya pada mahasiswa manajemen 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang. Penelitian yang dilakukan oleh Inas, Dedi, dan Santi (2022) menunjukkan hasil penelitian yaitu secara parsial variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat *fintech peer to peer lending*, persepsi risiko tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat *fintech peer to peer lending*, persepsi kepercayaan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat *fintech peer to peer lending*, dan persepsi kenyamanan memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat *fintech peer to peer lending*. Serta, seluruh variabel independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh secara simultan terhadap *fintech peer to peer lending* (pinjaman online).
5. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Mirati (2022) menunjukkan hasil penelitian bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater*. Sedangkan gaya hidup berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater*. Serta secara simultan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater*. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner pada generasi millenial di Jakarta. Penelitian menggunakan teknik *non probability purposive sampling* dan didapatkan 100 responden.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Tirta Dewi et al., (2022) yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi Penggunaan *Fintech Lending* Pada Generasi Milenial” bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai determinan penggunaan *fintech lending* pada generasi milenial ditengah perkembangan sistem informasi berbasis teknologi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah populasi 400 responden yag tersebar di Provinsi Bali. Data diolah menggunaan alat statistik SEM PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat yang dirasakan pengguna sistem *fintech lending*, manfaat ekonomi, kecepatan transaksi, dan kenyamanan berpengaruh positif pada penggunaan *fintech lending*. Sementara itu, persepsi risiko yng dirasakan pengguna *fintech lending*, risiko keuangan, risiko keamanan, dan risiko operasional berpengaruh negatif terhadap penggunaan *fintech lending*.
7. Sebuah jurnal penelitian oleh Putri et al., (2023) tentang pengaruh literasi keuangan dan *technology acceptance model* terhadap minat menggunakan *paylater* pada mahasiswa menggunakan pendekatan penelitian asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh tingkat literasi keuangan dan *technology acceptance model* terhadap minat menggunakan SpayLater. Riset ini menunjukkan hasil bahwa secara signifikan variabel literasi keuangan tidak mempengaruhi minat penggunaan Spaylater. Namun, variabel *technology acceptance model* mmpengaruhi variabel minat penggunaan spaylater.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Adinda & Lini (2023) tentang pengaruh literasi keuangan, pesepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan shopeepay later bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan spaylater pada mahasiswa PNJ. Metode analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 29. Hasil penelitian didapat bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan *spaylater*. Persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan spaylater. Pada hasil uji F didapat bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan berpengaruh simultan terhadap minat menggunakan *spaylater*.
9. Penelitian tentang pengaruh literasi keuangan dan faktor lainnya terhadap niat masyarakat menggunakan pinjaman online yang dilakukan oleh Diana Frederica, Febriani Cristina, Gatot Gunarso, Caroline Anastasia, Hilaria D (2023) bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan delapan faktor lainnya terhadap niat masyarakat menggunakan pinjaman online. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner. Populasi penelitian adalah masyarakat yang menggunakan pinjaman online. Sampel penelitian adalah masyarakat pengguna pinjaman online yang berada di wilayah DKI Jakarta. Data diolah menggunakan *software* SmartPLS. Hasil penelitian mengemukakan bahwa literasi keuangan dan risiko yang dirasakan signifikan berpengaruh positif terhadap niat masyarakat menggunakan pinjaman online. Sementara faktor lainnya tidak terbukti berpengaruh terhadap niat masyarakat menggunakan pinjaman online.
10. Penelitian yang dilakukan oleh Vita Hasna Izdi (2021) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan fitur *spaylater* pada aplikasi shopee dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan fitur SpayLater dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Indonesia yang menggunakan SpayLater. Penelitian ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, dan Familiaritas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan SPayLater. Sementara itu, Penggunaan SpayLater berpengaruh positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

**Tabel 2. 1**

**Penelitian Terdahulu**

| **No.** | **Judul** | **Nama Peneliti****(Tahun)** | **Hasil Penelitian** |
| --- | --- | --- | --- |
| 1. | Mengukur Perilaku Pinjaman Online Melalui Literasi Keuangan Digital, Preferensi Risiko, dan Faktor Demografi sebagai Variabel Moderasi | Maivalinda, Henny Sulistianingsih, Tri Rachmat Riski (2023) | Literasi keuangan digital dan faktor demografi berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pinjaman online. Literasi keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan pinjaman online namun faktor demografi tidak berpengaruh terhadap preferensi risiko. Preferensi risiko tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan pinjaman online. Faktor demografi memoderasi literasi keuangan digital dan perilaku keuangan, tetapi faktor demografi tidak memoderasi preferensi risiko terhadap perilaku keuangan pinjaman online. |
| 2. | Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Fintech Lending* | Samuel Martono. (2021) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived risk* tidak berpengaruh terhadap fintech lending. Sementara itu, *perceived usefulness, relative advantage* dan *perceived cost* berpengaruh terhadap minat menggunakan *fintech lending.* |
| 3. | Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan, dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Shopee *Paylater* Masyarakat Kota Surabaya | Valdi Ramadhan Jaya Saputra, dan Tri Sudarwanto (2023) | Hasil penelitian menunjukkan gaya hidup, kepercayaan, dan kemudahan memiliki pengaruh signifikan secara parsial serta simultan terhadap pembelian menggunakan SPayLater |
| 4. | Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat *Financial Technology P2P Lending* (Pinjaman Online) Pada Mahasiswa Manajemen 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang | Inas Maulidina Malikha, Dedi Mulyadi, dan Santi Pertiwi Hari Sandi (2022) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi yangcukup kuat dan positif antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko, terdapat korelasiyang cukup kuat dan positif antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kepercayaan, terdapatkorelasi yang cukup kuat dan positif antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kenyamanan,terdapat korelasi yang sangat rendah dan positif antara variabel persepsi risiko dan persepsi kepercayaan,terdapat korelasi yang sangat rendah dan positif antara variabel persepsi risiko dan persepsi kenyamanan, danterdapat korelasi yang sangat kuat dan positif antara variabel persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan. |
| 5 | Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee *Paylater* Pada Generasi Millenial | Gina Rahmawati dan Elly Mirati (2022) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater*. Sedangkan gaya hidup berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater*. Serta secara simultan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna shopee *paylater*. |
| 6 | Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *Fintech Lending* Pada Generasi Milenial | Ni Putu Aprilianti T.D, I Ketut Yadnyana, Gerianta Wirawan Y, I Gede Ary W.(2022) | Hasil penelitian menunjukkan persepsi manfaat, manfaat ekonomi, kecepatan transaksi, dan kenyamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan fintech lending. Sedangkan persepsi risiko, risiko keuangan, risiko keamanan, dan risiko operasional berpengaruh negatif pada penggunaan fintech lending. |
| 7 | Pengaruh Literasi Keuangan dan *Technology Acceptance Model* Terhadap Minat Menggunakan *Paylater* Pada Mahasiswa | Sukhesy Eka Putri, Heni Safitri, dan Dedi Hariyanto (2023) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara positif terhadap minat penggunaan *SpayLater*. Sedangkan variabel *technology acceptance model* secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap variabel minat. |
| 8 | Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Shopee *Paylater* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta) | Adinda Dwi Prayusi dan Lini Ingriyani (2023) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki hubungan negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan s*paylater*. Persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *spaylater*. Persepsi risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *spaylater.* Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *spaylater*. |
| 9 | Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Lainnya Terhadap Niat Masyarakat Menggunakan Pinjaman Online | Diana Frederica, Febriani Cristina, Gatot Gunarso, Caroline Anastasia, Hilaria D (2023) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan risiko yang dirasakan signifikan berpengaruh positif terhadap niat masyarakat menggunakan pinjaman online. Sedangkan faktor lainnya tidak berpengaruh terhadap niat masyarakat meggunakan pinjaman online. |
| 10 | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Fitur SpayLater Pada Aplikasi Shopee dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumif | Vita Hasna I.A (2021) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial, gaya hidup, dan familiaritas berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan SpayLater. Penggunaan SpayLater berpengaruh positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. |

**Sumber: diolah peneliti 2024**

1. **Kerangka Pemikiran Konseptual**

 Kerangka pemikiran konseptual atau kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Penelitian ini menggunakan lima variabel yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Literasi Keuangan Digital (X1), Gaya Hidup (X2), Preferensi Risiko (X3), dan Pengaruh Sosial (X4). Sedangkan variabel dependennya adalah Minat Penggunaan *Fintech Lending* (Y).

1. **Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending***

 Literasi keuangan digital merupakan sebuah pengetahuan atau wawasan terkait dengan kegiatan pelayanan keuangan atau metode pembayaran yang memanfaatkan teknologi yang dilakukan secara digital (Halim, 2023). Rochaniah & Sari (2017) menjelaskan peningkatan literasi keuangan digital dapat meningkatkan kemampuan konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang tepat. Pada penelitian Murti et al., (2022) menyatakan apabila tingkat literasi keuangan pada mahasiswa meningkat, maka dapat memotivasi mereka untuk menggunakan teknologi baru seperti *fintech lending paylater*.

 Dalam penelitian Frederica et al., (2023) berpendapat layanan keuangan digital memberikan proses jasa keuangan yang lebih cepat dan mudah. Literasi keuangan terdiri dari pengetahuan dan keterampilan yang dapat mempengaruhi sikap dalam mengambil keputusan terutama untuk pengelolaan keuangan agar dapat mensejahterakan kehidupannya, terutama saat keadaan mendesak. Pada penelitian Dwiwansi et al., (2023) dikatakan mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, sehingga cenderung memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi dalam hal perkuliahannya yang mengharuskan mereka untuk bisa mengatur keuangan dengan baik walaupun menggunakan *paylater*. Ketika tingkat literasi keuangan mahasiswa tinggi, maka menjadi dorongan mereka untuk menggunakan fitur teknologi baru seperti *paylater*. Dengan adanya paylater, maka mahasiswa dapat memenuhi kebutuhan yang semakin meningkat dan harus dipenuhi ketika dalam keadaan belum mempunyai uang dan pemasukan.

 Literasi keuangan bertujuan agar mereka dapat mengelola keuangannya dengan baik.*.* Sehingga, pemahaman mengenai literasi keuangan akan sangat penting dalam membentuk perilaku konsumtif seseorang. Literasi keuangan digital seseorang dapat dilihat dari cara mereka membuat dan mengelola keuangannya dengan baik. Semakin baik pengetahuan mengenai literasi keuangan digital, maka akan semakin baik juga perilaku konsumsi seseorang. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Rachmah & Aufa (2023) yang mengatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan keuangan digital yaitu *fintech lending* berupa  *paylater*. Jadi, penggunaan teknologi seperti *paylater* akan meningkat seiring dengan meningkatnya literasi keuangan digital.

 Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh dengan arah positif. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan digital yang dimiliki seorang individu, maka akan meningkatkan minat mereka terhadap penggunaan *fintech lending* *paylater* (Halim, 2023; Rochaniah & Sari, 2023; Murti et al., 2022; Frederica, 2023; Dwiwansi et al., 2023; Rachmah & Aufa, 2023).

1. **Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending***

 Maharani et al., (2023) mengemukakan faktor pribadi yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen pada proses pengambilan keputusan yaitu gaya hidup. Ketika gaya hidup seorang individu berubah maka kebutuhan dan aktivitas mereka dapat turut berubah. Hal itu mengakibatkan perubahan pada perilaku penggunaan atau konsumsi seseorang. Gaya hidup dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *fintech lending* atau *paylater*. Dalam hal ini contohnya seseorang yang memiliki gaya hidup konsumtif dan suka berbelanja barang atau gadget terbaru cenderung lebih tertarik menggunakan layanan *fintceh lending* atau *paylater* sebagai opsi pembayaran karena memungkinkan mereka untuk membeli barang tanpa harus membayar pada saat itu (Maharani & Noor, 2023).

 Berdasarkan pada penelitian Gina dan Elly (2022) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki hubungan dengan arah positif terhadap perilaku konsumtif penggunaan *fintech lending.* Artinya, gaya hidup memiliki hubungan yang searah, dimana apabila gaya hidup meningkat maka akan berpengaruh pada meningkatnya perilaku konsumtif penggunaan *fintech lending*. Sejalan dengan penelitian Saputra & Sudarwanto (2023) yang menyebutkan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian menggunakan *fintech lending*. Dari hasil penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa gaya hidup seorang individu cenderung selalu mengikuti mode tren terkini seperti pakaian, produk kecantikan maupun *gadget*. Dimana hal tersebut dapat mendorong peningkatan minat pada penggunaan *fintech lending.*

 Penelitian lain yang dilakukan oleh Nur, Arsa, & Firman (2023) dikemukakan hasil yang menunjukkan semakin tinggi tingkat gaya hidup yang dimiliki seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan seseorang dalam penggunaan suatu jasa atau produk tertentu, dalam hal ini produk tersebut yaitu *fintech lending*. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah (2023) yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pinjaman online. Hal ini menunjukkan bahwa platform *fintech lending* merupakan suatu alat yang diandalkan para pengguna dalam memenuhi kebutuhan dan memberikan kemudahan seiring dengan gaya hidup mereka yang tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan *fintech lending* dan *paylater* dapat dipengaruhi oleh variabel gaya hidup (Maharani, 2023; Gina & Elly, 2022; Saputra & Sudarwanto, 2023; Nur, Arsa & Firman, 2023; Indah, 2023).

1. **Pengaruh Preferensi Risiko terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending***

 Risiko merupakan persepsi pengguna terhadap adanya ketidakpastian dan konsekuensi negatif membeli, menggunakan atau memakai barang dan jasa (Setiawan et al., 2020). Preferensi risiko berperan untuk mengurangi minat seseorang untuk mengambil bagian dari transaksi. Semakin tinggi risiko yang dihasilkan, maka individu akan menghindari penggunaan platform *fintech lending*. Pada penelitian yang dilakukan oleh Putu (2022) menunjukkan bahwa variabel risiko pengguna *fintech lending* berpengaruh negatif, dimana penilaian negatif seseorang terhadap sistem *fintech lending* akan mempengaruhi perilaku pengguna untuk menggunakan sistem teknologi tersebut.

 Risiko keuangan, risiko keamanan, dan risiko operasional yang dirasakan pengguna *fintech lending* dapat mengurangi minat penggunaan *fintech lending* (Tirta Dewi et al., 2022). Menurut penjelasan Siti (2022) semakin tinggi tingkat risiko yang didapat oleh seorang individu, maka semakin rendah tingkat kepercayaan individu tersebut dalam memutuskan menggunakan platform *fintech lending paylater*. Sebaliknya, semakin rendah tingkat risiko yang didapat oleh individu, maka akan semakin tinggi tingkat kepercayaan individu dalam menggunakan *fintech lending*. Sehingga, risiko yang besar pada sebuah teknologi finansial seperti *paylater* menjadi pertimbangan seseorang dalam menggunakan teknologi tersebut. (Setiawan, 2020; Putu, 2022; Tirta, 2022; Siti 2022).

1. **Pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan *Fintech Lending***

 Penggunaan teknologi dapat dipengaruhi oleh pengaruh sosial karena dorongan individu dari orang lain maupun lingkungan sosial dapat mengubah sikap dan keyakinan sehingga mereka mengambil tindakan untuk menggunakannya. Pengaruh sosial mengacu pada sejauh mana seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya dan membentuk nilai-nilai masyarakat mengenai penggunaan sistem teknologi. Slade (2015) berpendapat bahwa seorang individu cenderung menanyakan kepada orang-orang di sekitarnya ketika mereka akan menggunakan suatu teknologi terbaru. Lalu, pengaruh dari orang-orang tersebut dapat mempengaruhinya untuk menggunakan teknologi terbaru itu. Dalam hal ini, teknologi tersebut yaitu *fintech lending*.

 Menurut penelitian Maharani et al., (2023) faktor sosial seperti kelompok sosial, keluarga serta peran dan status sosial merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pertimbangan dalam perilaku pembelian maupun penggunaan suatu teknologi seperti *fintech lending*. Penelitian yang dilakukan oleh Oktafani & Sisilia (2023) juga mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan pengaruh sosial berasal dari orang lain dan orang-orang di sekitarnya yang merekomendasikan karena telah menggunakan dan merasakan manfaat dari penggunaan teknologi tersebut, sehingga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap suatu teknologi.

 Pada penelitian Agustina et al., (2018) dikemukakan bahwa *sosial influence* (pengaruh sosial) berpengaruh positif secara signifikan terhadap intensi meminjam melalui *fintech lending*. Artinya, penyelenggara *platform fintech lending* berhasil memanfaatkan berbagai koneksi untuk memperkenalkan layanan *fintech lending*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hananda Linuwih (2022) yang menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh sosial maka minat penggunaan *fintech lending* semakin meningkat, karena dengan adanya ajakan serta pengaruh dari kelompok di sekitarnya dapat mempengaruhi perilaku serta pola pikir individu untuk menggunakan *fintech lending* tersebut.

 Adanya beberapa individu di sekitarnya yang menggunakan dan membantu dalam penggunaan fitur platform *fintech lending* ini memberikan keinginan terhadap minat seseorang dalam menggunakan *fintech lending* karena memberikan manfaat kepada pengguna. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa pengaruh sosial dapat mendorong perilaku seseorang untuk menggunakan layanan *fintech lending* (Slade, 2015; Oktafani, 2023; Maharani, 2023; Agustina, 2018; Hananda, 2022).

 Berdasarkan uraian sebelumnya dan landasan teori, maka variabel yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat dilihat pada kerangka pemikiran. Gambar di bawah merupakan kerangka bagian yang diteliti pada penelitian ini dengan menganalisis apakah variabel independen seperti literasi keuangan digital, gaya hidup, preferensi risiko, dan pengaruh sosial berpengaruh pada satu variabel dependen yaitu minat penggunaan *fintech lending*.



**Gambar 2. 1**

**Kerangka Berpikir**

1. **Hipotesis**

 Menurut KBBI, hipotesis merupakan sesuatu yang dianggap benar untuk alasan atau pengutaraan pendapat (teori, proposisi, dan sebagainya) walaupun kebenarannya masih harus dibuktikan. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Jadi, hipotesis dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2015). Penelitian ini akan menjelaskan tentang pengaruh literasi keuangan digital, gaya hidup, preferensi risiko, dan pengaruh sosial terhadap minat seseorang dalam menggunakan layanan *fintech lending*. Berikut hipotesis yang penulis rumuskan:

H1: Literasi keuangan digital diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech lending*

H2: Gaya hidup diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech lending*

H3: Preferensi risiko diduga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan *fintech lending*

H4: Pengaruh sosial diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *fintech lending*

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

 Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dengan cara-cara mengikuti kaidah keilmuan yaitu konkrit/empiris, objektif terukur, rasional dan sistematis, dengan data hasil penelitian yang diperoleh berupa angka-angka serta analisis menggunakan statistika (Masturoh & Anggita, 2018). Penelitian ini menggunakan jenis dan sumber data primer yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal yang menggunakan *fintech lending* *paylater*.

1. **Populasi dan Sampel**
2. **Populasi**

Populasi menurut Sugiyono (2015) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti

Tegal dengan jumlah total 1.916 mahasiswa.

**Tabel 3. 1**

**Jumlah Populasi Mahasiswa FEB UPS Tegal Tahun 2023/2024**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Program Studi** | **Tahun** | **Semester** | **Jumlah Mahasiswa** | **Total** |
| S1 Akuntansi | 2020202120222023 | 8642 | 147132162107 | 548 |
| S1 Manajemen | 2020202120222023 | 8642 | 308296333260 | 1.197 |
| D3 Manaj. Perpajakan | 202120222023 | 642 | 373639 | 112 |
| S1 Bisnis Digital | 202120222023 | 642 | 103019 | 59 |
| **Jumlah** | **1.916** |

***Sumber: data yang diolah (2024)***

1. **Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini rumus slovin dengan toleransi error 10%.

**Rumus Slovin** $ n =\frac{N}{1+N(e)^{2}} $

$$ n =\frac{1916}{1+1916\left(0,1\right)^{2}} $$

$ n=95,03$ (dibulatkan menjadi **100**)

Keterangan:

*n* = ukuran sampel atau jumlah responden

N = ukuran populasi

*e* = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1.

 Maka diketahui jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni *proportionate stratified random sampling*. Teknik ini digunakan pada kondisi dimana populasi memiliki anggota yang heterogen dan tidak terstratifikasi secara proporsional. Pada penelitian ini penulis mengumpulkan data jumlah mahasiswa dalam setiap program studi dan menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan pada setiap bagian dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$N= \frac{Jumlah mahasiswa tiap prodi}{Populasi} ×Sampel$$

Dari perhitungan tersebut didapat pembagian sampel sesuai kelompok tingkatnya. Kemudian, pembagian sampelnya disajikan dalam tabel seperti di bawah ini**.**

**Tabel 3. 2**

**Pembagian Sampel**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Program Studi** | **Tahun** | **Semester** | **Populasi** | **Sampel** |
| S1 Akuntansi | 2020202120222023 | 8642 | 147132162107 | 7785 |
| S1 Manajemen | 2020202120222023 | 8642 | 308296333260 | 16151713 |
| D3 Manajemen Perpajakan | 202120222023 | 642 | 373639 | 222 |
| S1 Bisnis Digital | 202120222023 | 642 | 103019 | 222 |
| **Jumlah** | **1916** | **100** |

*Sumber: diolah, 2024*

Responden dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan beberapa kriteria. Kriteria yang digunakan dalam mempertimbangkan penentuan sampel yaitu:

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal;
2. Berusia 18 - 25 tahun;
3. Memiliki setidaknya satu aplikasi *e-commerce* dalam *smartphone* nya;
4. Pernah menggunakan *paylater* sebagai alat pembayaran *e-commerce* setidaknya satu kali dalam satu tahun terakhir;
5. **Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel**

 Penelitian ini terdapat lima variabel, yaitu satu variabel dependen dan empat variabel independen. Variabel independennya yaitu literasi keuangan digital, gaya hidup, preferensi risiko, dan pengaruh sosial. Sedangkan variabel dependennya yaitu minat penggunaan *fintech lending*.

1. Literasi Keuangan Digital

 Literasi keuangan digital merupakan pengetahuan dan pemahaman seseorang terkait dengan produk dan layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi digital. Literasi ini mencakup pengetahuan mengenai pembelian dan pembayaran online, serta sistem perbankan digital. Literasi keuangan digital tidak hanya melibatkan pemahaman tentang cara menggunakan layanan fintech lending maupun layanan keuangan lainnya, tetapi juga mencakup kesadaran tentang risiko dan dampak dari penggunaan layanan digital (Prasad, 2018; Maivalinda, 2023; Pinto, 2022; Frederica, 2023).

1. Gaya Hidup

 Gaya hidup merupakan pola tindakan yang membedakan satu orang dengan orang lainnya, dinyatakan dalam bentuk kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam menggunakan dan mengalokasikan uang serta waktu yang dimiliki. Kehadiran faktor-faktor gaya hidup tertentu cenderung mempengaruhi seseorang untuk memilih produk, menggunakan layanan, atau aktivitas tertentu. Indikator variabel gaya hidup seseorang yaitu kegiatan, minat, dan pendapat (Sahir, 2016; Saputra & Sudarwanto, 2023; Wardoyo & Andini, 2017).

1. Preferensi Risiko

 Risiko adalah hasil dari imbalan antara potensi keuntungan dan kerugian di masa depan, memiliki beentuk ketidakpastian tentang hasil yang mungkin terjadi. Hal ini dapat memberikan dampak baik (keuntungan) ataupun dampak buruk (kerugian) terhadap tujuan-tujuan tertentu. Preferensi risiko adalah istilah yang menggambarkan bagaimana seseorang membuat pilihan di antara opsi-opsi yang memiliki nilai yang diharapkan setara tetapi berbeda dalam hal tingkat ketidakpastian yang diasumsikan akan mempengaruhi risiko dari pilihan tersebut (Weber & Hsee, 1998; Maivalinda, 2023; Probo, 2011).

1. Pengaruh Sosial

 Pengaruh sosial mengacu pada sejauh mana persepsi individu terhadap apa yang diyakini orang lain terkait dengan penggunaan teknologi atau tekanan dari pihak eksternal. Dalam hal ini, faktor eksternal juga dianggap berpengaruh dalam membangkitkan minat individu untuk menggunakan *fintech lending* maupun *paylater*. Dengan kata lain, pengaruh sosial didefinisikan sejauh mana orang percaya bahwa mereka dipengaruhi oleh perkataan dan pendapat orang lain dalam menggunakan teknologi (Aditya & Mahyuni, 2022; Kurniasari & Fisabilillah, 2021; Agustina, 2018).

1. Minat Penggunaan *Fintech Lending*

 Minat merupakan suatu fenomena psikologis yang memperlihatkan fokus ketertarikan terhadap objek tertentu dikarenakan ada rasa bahagia setelah terpenuhi. Minat penggunaan *fintech lending* adalah ketertarikan atau kecenderungan individu atau kelompok untuk menggunakan layanan pinjaman yang disediakan oleh perusahaan teknologi finansial (Destianti, 2021; Haikal & Chandra, 2021; Peraturan OJK, 2016; Wahyuningsih, 2019).

Berikut disajikan tabel operasionalisasi variabel.

**Tabel 3. 3**

**Operasionalisasi Variabel**

| **Variabel** | **Dimensi** | **Indikator** | **No Item** | **Skala** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Minat Penggunaan *Fintech Lending* (Y)**(Maharani et al., 2023)  | Minat Eksploratif | 1. Mencari informasi mengenai produk keuangan digital.
2. Mencari informasi untuk mendukung manfaat dari produk layanan keungan digital.
 | 1,2 | Interval |
| Minat Transaksional | 1. Ketertarikan untuk menggunakan produk keuangan digital.
2. Ketertarikan untuk menggunakan pembayaran digital.
 | 3,4 |
| Komitmen Berkelanjutan | 1. Kesediaan untuk terus menggunakan layanan keuangan digital.
2. Kecenderungan mempertahankan keterlibatan dalam penggunaan layanan keuangan digital.
 | 5,6 |
| **Literasi Keuangan Digital (X1)**(Rahayu, 2022) | Pengetahuan Keuangan Umum dan Produk Layanan Keuangan Digital | 1. Pemahaman tentang metode pembayaran leuangan digital.
2. Pemahaman tentang keuangan alternatif seperti *crowdfunding* dan *fintech lending.*
 | 7,8 | Interval |
| Pengetahuan Kesadaran Akan Risiko Keuangan Digital | 1. Pemahaman tentang ancaman risiko saat menggunakan layanan *paylater*.
2. Pemahaman mengenai risiko seperti *phising* dan *hacking.*
 | 9,10 |
| Pengetahuan Tentang Hak-Hak Pengguna dan Prosedur Ganti Rugi | 1. Pemahaman tentang hak-hak pengguna *paylater.*
2. Pemahaman tentang pelaporan atau pengaduan apabila pengguna dirugikan.
 | 11,12 |
| **Gaya Hidup (X2)**(Islamia, 2022) | Aktivitas | 1. Penggunaan layanan paylater untuk mengikuti gaya tren terbaru.
2. Penggunaan layanan *paylater* sebagai alat pembayaran.
 | 13,14 | Interval |
| Minat | 1. Ketertarikan menggunakan layanan *paylater* karena dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.
2. Ketertarikan menggunakan layanan *paylater* karena persyaratan cenderung mudah.
 | 15,16 |
| Opini | 1. Layanan *paylater* memberi fasilitas pelayanan yang baik.
2. Penilaian terhadap kualitas produk layanan keuangan yang dipakai.
 | 17,18 |
| **Preferensi Risiko (X3)**(Martono, 2021) | Risiko Keuangan | 1. Memahami aturan pendanaan *paylater*.
2. Memahami dampak penggunaan *paylater.*
 | 19,20 | Interval |
| Risiko Privasi dan Psikologis | 1. Rasa aman dalam memberikan informasi yang sensitif ke dalam platform.
2. Psikologis terganggu akibat menunggak pembayaran cicilan.
 | 21,22 |
| Risiko Keamanan | 1. Kekhawatiran pengguna terhadap kemungkinan pihak lain mengakses informasi pribadi.
2. Rasa tidak aman dalam memberikan informasi pribadi yang rahasia.
 | 23,24 |
| **Pengaruh Sosial (X4)**(Agustina et al., 2020) | Pengaruh teman dan keluarga | 1. Teman terdekat merekomendasikan untuk menggunakan *paylater*.
2. Keluarga mempengaruhi untuk menggunakan *paylater.*
 | 24,25 | Interval |
| Pengaruh media sosial dan iklan | 1. Iklan dari media sosial yang menawarkan bunga lebih rendah.
2. Iklan dari media sosial menawarkan proses pencairan cepat.
 | 26,27 |
| Pengaruh budaya dan tren | 1. Adanya budaya beli sekarang bayar nanti*.*
2. Tren *fomo* mempengaruhi penggunaan *paylater.*
 | 31,32 |

*Sumber : diolah peneliti, 2024*

1. **Metode Pengumpulan Data**

 Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Menurut Sugiyono (2015) kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner ini dalam bentuk *google form docs* yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis yang kemudian disebarkan pada subjek penelitian terkait topik yang diteliti. Kuesioner digunakan untuk mengetahui bagaimana tanggapan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *fintech lending* dalam hal ini penggunaan layanan *paylater.*

 Metode skala interval merupakan metode yang digunakan dalam pengumpulan pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini karena skala interval merupakan skala yang biasa digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Jawaban dari setiap indikator instrumen yang menggunakan skala interval memiliki gradasi dari nilai yang tertinggi sampai terendah. Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala interval 5 poin dimana masing-masing jawaban diberi skor sebagai berikut.

**Tabel 3. 4**

**Skor Jawaban Kuesioner**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Item Instrumen** | **Skor** |
| 1. | Sangat Setuju | 5 |
| 2. | Setuju | 4 |
| 3. | Kurang Setuju | 3 |
| 4. | Tidak Setuju | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju | 1 |

1. **Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian**
2. **Uji Validitas**

 Menurut Sugiyono (2016) validitas merupakan tingkat ketelitian antara data peneliti dengan data dalam objek penelitian. Data yang sama yang peneliti laporkan dengan data sebenarnya yang terjadi pada objek penelitian dianggap sebagai data yang valid. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan alat ukur yang digunakan (kuisioner). Uji validitas dilakukan pada responden sebanyak 100 individu pengguna *paylater* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasakti Tegal. Rumus yang dipakai guna menguji validitas instrumen yaitu *Product Moment* oleh Karl Pearson melalui tingkat signifikan 5%. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.0 *for windows* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika r hitung > r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

2. Jika r hitung < r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

1. **Uji Reliabilitas**

 Pengujian reliabilitas merupakan pengujian yang menegaskan bahwa item yang termasuk dalam pengujian adalah item yang valid dan mengukur konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan tentang indikator kuisioner. Untuk menguji reliabilitas kuisioner, peneliti menggunakan Cronbach Alpha dengan bantuan SPSS versi 22.0. Untuk rentang penelitiannya dapat dinyatakan sebagai berikut.

**Tabel 3. 5**

**Rentang Nilai Uji Reliabilitas**

|  |  |
| --- | --- |
| **Rentang Nilai** | **Keterangan** |
| *Cronbach Alpha* > 0,9 | Sangat Baik |
| 0,9 > *Cronbach Alpha* > 0,7 | Baik |
| 0,7 > *Cronbach Alpha* > 0,5 | Sedang |
| 0,5 ≥ *Cronbach Alpha* | Rendah |

1. **Metode Analisis Data**
2. **Statistik Deskriptif**

 Statistik deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan tujuan mendeskripsikan karakteristik atau sifat-sifat dasar dari data yang telah diumpulkan. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas dan komprehensif tentang data, tanpa bermaksud menarik kesimpulan atau membuat generalisasi yang lebih luas. Dengan statistik deskriptif, peneliti dapat memahami distribusi, pola, dan variasi secara lebih terinci.

1. **Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik dilakukan guna memastikan bahwa multikolinearitas dan heterokedastisitas tidak terdapat dalam penelitian ini atau data yang dihasilkan terdistribusi normal. Tetapi, jika hal itu tidak ditemukan maka asumsi klasik regresi telah terpenuhi. Pengujian asumsi klasik terdiri dari:

1. **Uji Normalitas**

Uji distribusi normal merupakan uji yang berguna untuk mengukur apakah data yang diuji memiliki distribusi normal atau tidak sehingga dapat digunakan dalam ststistik parametrik. Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut ada variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018).

1. **Uji Multikoelinearitas**

Menurut Ghozali (2018) uji multikolinearitas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Guna mendeteksi adanya multikolinearitas, nilai *Variace Inflation Factor* harus tidak melebihi 10 maka model terbebas dari multikolinearitas. Variance Inflation Factor atau VIF merupakan suatu estimasi berapa besar multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. Rumus VIF dalam mencari multikolinearitas yaitu sebagai berikut:

$$IFV=\frac{1}{Tol}$$

Keterangan:

IFV = *Inflation Factor Variance*

Tol = *tolerance*

1. **Uji Heterokedastisitas**

 Uji heterokedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain atau tidak. Dikatakan tidak terdapat heterokedastisitas apabila:

1. Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola;
2. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0;
3. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
4. **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan dua atau lebih variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Tujuan analisis ini adalah untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan memperkirakan nilai X dan Y. Analisis regresi linear berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian memenuhi syarat lolos dari asumsi klasik. Syaratnya yaitu data harus terdistribusi normal, tidak mengandung multikolinearitas dan heterokedastisitas. Persamaan umum regresi linear berganda yang digunakan yakni sebagai berikut.

***Y* = *α* + b1x1 + b2x2 + b3x3 + b4x4 + *e***

Keterangan :

Y = variabel terikat

α = bilangan konstanta

b = koefisien regresi

X1 = variabel literasi keuangan digital

X2 = variabel gaya hidup

X3 = variabel preferensi risiko

X4 = variabel pengaruh sosial

e = *error of term*

1. **Pengujian Hipotesis**
2. **Uji Simultan (Uji F)**

Menurut Sugiyono (2013) uji F digunakan untuk memperoleh informasi jika ada variabel independen yang dimasukkan ke dalam model memiliki efek secara simultan terhadap variabel dependen. Jika ditetapkan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dengan nilai signifikansi < 0,05 dan nilai Fhitung > Ftabel, maka adanya pengaruh yang signifikan secara bersamaan antar variabel independen pada variabel dependen. Namun, jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) antara variabel independen terhadap variabel dependen.

1. **Uji Signifikasi Statistik Secara Parsial (Uji T)**

Uji signifikansi parameter secara individual (Uji T) dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel bebas secara individu dalam menerangkan variabel terikat. Dalam hal ini pengujian secara parsial menggunakan uji T. Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengujian yaitu dengan menyusun hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (H1). Menurut Ghozali (2018) menetapkan kriteria pengujian sebagai berikut.

1. Bila signifikan > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila signifikan < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

 Kriteria lain yang digunakan yaitu apabila t-test lebih besar dari t-tabel (t-test > t-tabel) misalnya pada tingkat signifikansi 5%, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak, artinya variabel independen secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai t-test < t-tabel (lebih kecil) misalnya pada tingkat signifikan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh secara parsial dari semua variabel independen terhadap variabel dependen.

1. **Uji Koefisien Determinasi (R2)**

 Koefiesien determinasi (R2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Untuk mengetahui berapa besar presentase pengaruh variabel bebas (X1, X2, X3, dan X4) terhadap variabel terikat (Y), jika (R2) semakin besar atau mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas (X1, X2, X3, dan X4) adalah besar terhadap variabel terikat (Y), hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika (R2) semakin kecil atau mendekati nol, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X1, X2, X3, dan X4) terhadap variabel terikat (Y) semakin kecil. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.