

ABSTRACT***THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, PERCEIVED EASE OF USE, TRUST, AND RISK ON STUDENT INTEREST IN DETERMINING PURCHASE DECISIONS USING PEER-TO-PEER LENDING***

By:

Balqistha Clarissa

This study aims to determine and analyze whether there is influence of financial literacy, perceived ease of use, trust, and risk on purchasing decisions. The population in this study were accounting students from state and private universities in Bandar Lampung who used p2p lending with a total sample of 60 students. The type of data used is primary data. The sampling method is using a purposive sampling technique with data collection using a questionnaire. The results showed that perceived ease of use and trust had a positive and significant effect on p2p lending purchasing decisions, while financial literacy and risk had a negative and significant effect on p2p lending purchasing decisions.

Keywords: P2P Lending, Financial Literacy, Perceived Ease Of Use, Trust, Risk, Purchase Decisions

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN RISIKO TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE

Oleh

Balqistha Clarissa

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis ada tidaknya pengaruh literasi keuangan, kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi dari universitas negeri maupun swasta di Bandar Lampung yang menggunakan pinjaman online dengan jumlah sampel sebanyak 60 mahasiswa. Jenis data yang digunakan adalah data primer. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pinjaman online, sedangkan literasi keuangan dan risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pinjaman online.

Kata Kunci : Pinjaman Online, Literasi Keuangan, Kemudahan, Kepercayaan, Risiko, Keputusan Pembelian.