

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

(Skripsi)

Oleh :

**Balqistha Clarissa
1951031026**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

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

Oleh

BALQISTHA CLARISSA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA AKUNTANSI**

Pada

**Jurusan Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG**

2023

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.

Judul Skripsi

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

Nama Mahasiswa

: Balqistha Clarissa

Nomor Pokok Mahasiswa

: 1951031026

Jurusan/Program Studi

: Akuntansi

Fakultas

: Ekonomi dan Bisnis

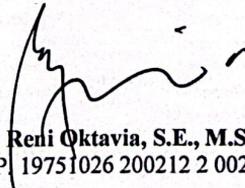
MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing



Dr. Agrianti Komalasari, S.E., M.Si., Akt., CA., CMA.
NIP. 19700801 199512 2 001

2. Ketua Jurusan



Dr. Reni Oktavia, S.E., M.Si., Akt
NIP. 19751026 200212 2 002

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

**Ketua : Dr. Agrianti Komalasari, S.E., M.Si., Akt.
CA., CMA.**

Agrianti Komalasari
.....

Penguji Utama : Dr. Liza Alvia, S.E., M.Sc., Ak., CA.

Liza Alvia
.....

Penguji Kedua : Agus Zahron Idris, S.E., M.Si., Ak., CA.

Agus Zahron Idris
.....

~~Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis~~

Prof. Dr. Nairoli, S.E., M.Si
NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Oktober 2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **Balqistha Clarissa**

NPM : **1951031026**

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online” adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian penulisan, pemikiran, dan pendapat penulis lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya tanpa memberikan pengakuan penulisan aslinya. Apabila ditemukan dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 25 Oktober 2023

Penulis,



Balqistha Clarissa

NPM 195103026

RIWAYAT HIDUP



Penulis ini bernama Balqistha Clarissa, lahir di Bandar Lampung pada tanggal 16 Agustus 2001 sebagai anak kedua dari empat bersaudara yang merupakan putri dari Bapak Riswan Saleh dan Ibu Lidya Sari.

Penulis telah menempuh pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 2 Rawa Laut Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2013, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 1 Bandar Lampung yang diselesaikan pada tahun 2016. Kemudian penulis menyelesaikan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 3 Jakarta jurusan Ilmu Pengetahuan Alam pada tahun 2016-2019. Penulis diterima pada jurusan Akuntansi, Program S1 Akuntansi Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur Seleksi Mandiri Masuk Perguruan Tinggi Negeri di Wilayah Barat Indonesia (SMMPTN-Barat). Selama menjadi mahasiswa di Universitas Lampung, penulis tergabung dalam anggota aktif UKM-F Economic & Business Entrepreneur Club (EBEC) pada periode 2020/2021. Selain itu, penulis juga menjadi anggota aktif Himpunan Mahasiswa Akuntansi pada periode 2021/2022 sebagai Anggota Bidang 3 Pengembangan Aktivitas & Kreativitas Mahasiswa. Pada tahun 2022, penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) selama 40 hari di Kelurahan Negeri Olok Gading, Kecamatan Teluk Betung Barat, Bandar Lampung.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbilamin

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu disanjung agungkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Dengan segala kerendahan hati, kupersembahkan skripsi ini untuk :

Kedua Orang Tuaku tercinta, Ayahanda Riswan Saleh dan Ibunda Lidya Sari.

Terima kasih atas segala cinta dan kasih sayang yang tidak terbatas, atas segala motivasi dan semangat yang telah diberikan untuk mencapai impianku. Terima kasih atas

semua doa dan juga pengorbananmu yang mengantarkanku hingga saat ini.
Semoga Allah

SWT memberikan perlindungan baik di dunia dan akhirat,

Aamiin ya rabbal alamin

Kakak dan Adikku tersayang, Muhammad Dzaky Alfareld, Muhammad Rizky Anandya, dan Muhammad Rifky Anandya

Terima kasih atas segala dukungan, nasihat, dan kasih sayang selama ini. Semoga Allah memberikan balasan yang sesuai bahkan lebih baik, Aamiin.

Seluruh keluarga, sahabat, dan teman-temanku

Terima kasih atas doa, bantuan, dukungan, serta saran-saran yang selalu diberikan. Terima kasih telah memberikan kenangan bahagia selama masa perkuliahan ini.

Almamaterku tercinta, Universitas Lampung

MOTTO

"Tidaklah suatu kegalauan, kesedihan, kebimbangan, kekalutan yang menimpa seorang mukmin atau bahkan tertusuk duri sekalipun, melainkan karenanya Allah akan menggugurkan dosa-dosanya".

(HR Bukhari dan Muslim)

"Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenteram."

(QS. Ar-Rad: 28)

"Imperfection is beauty, madness is genius and it's better to be absolutely ridiculous than absolutely boring."

(Marilyn Monroe)

"And once the storm is over, you won't remember how you made it through, how you managed to survive. You won't even be sure, whether the storm is really over. But one thing is certain. When you come out of the storm, you won't be the same person who walked in. That's what this storm's all about."

(Haruki Murakami)

SANWACANA

Bismillahirrohmaanirrahiim,

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas Rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, doa, motivasi, dan dukungan dari berbagai pihak dalam proses penyusunan skripsi ini. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Ibu Dr. Reni Oktavia, S.E., M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Agrianti Komalasari, S.E., M.Si., Akt., CA., CMA., selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan kritik dan saran selama proses penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Liza Alvia, S.E., M.Sc., Ak., CA., selaku dosen pembahas I yang telah memberikan kritik dan saran yang membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.

5. Bapak Agus Zahron Idris, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen pembahas II yang telah memberikan kritik dan saran yang membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Ibu Niken Kusumawardani, S.E., M.Sc. Ak., CA., selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan nasihat dan bantuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
7. Bapak, Ibu dosen dan staf jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, terimakasih atas segala ilmu, pengetahuan, dan pengalaman yang telah diberikan kepada penulis selama dimasa perkuliahan.
8. Kedua orang tuaku yang aku sayangi dan aku banggakan, terima kasih untuk tidak pernah lelah dalam memberikan banyak doa, perhatian, dukungan, nasihat dan pengorbanannya untuk pendidikanku selama ini. Terimakasih atas setiap ucapan dan doa baik yang selalu diberikan.
9. Untuk kakak dan kedua adikku tersayang, Dzaky, Rizky, dan Rifky yang selalu memberikanku dukungan, motivasi, dan senantiasa menghiburku selama ini.
10. Untuk Oma dan keluarga besarku yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan juga doa baik kepada penulis untuk kelancaran penulisan skripsi ini.
11. Untuk teman-temanku, Salma, Amal, dan Uli. Terimakasih sudah kebersamai dalam perkuliahan ini. Dari masih menjadi mahasiswa baru hingga akhir perkuliahan ini. Semoga persahabatan ini akan terus bertahan sampai kapanpun.

12. Untuk Hilda, Rara, Tarisa, Febby, Cindy, Sevira, dan teman-teman seangkatan yang tidak bisa saya sebutkan detailnya satu-satu. Terimakasih karena sudah menjadi teman yang baik di Akuntansi 2019, semoga kita tetap terus menjalin silaturahmi.
13. Untuk sahabat Till Jannah ku dan Tetap Jaga Kekompakan, terimakasih karena selalu ada untuk tempatku bercerita, berkeluh kesah, dan selalu ada ditengah kesibukkan kalian masing-masing. Semoga kita tetap dapat mempertahankan silaturahmi ini.
14. Untuk teman-teman KKN ku, terima kasih telah kebersamai dan memberikan dukungan selama masa kuliah.
15. Untuk Ghani, terima kasih karena telah menjadi tempat berkeluh kesah dan tempat untuk berbagi cerita. Terima kasih karena selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama ini.
16. Seluruh teman-teman Akuntansi 2019, terima kasih telah kebersamai dan saling memberikan dukungan selama masa kuliah, semoga hal baik terus mengiringi kalian dimanapun kalian berada.

Bandar Lampung, 25 Oktober 2023

Penulis



Balqistha Clarissa

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun skripsi yang penulis ambil dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online”**. Tujuan dari penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dorongan dari semua pihak, maka skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik.

Bandar Lampung, 25 Oktober 2023

Penulis,



Balqistha Clarissa

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Literasi Keuangan	12
2.1.2 Teori <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	16
2.1.3 Persepsi Kemudahan	16
2.1.4 Kepercayaan	17
2.1.5 Risiko	18
2.1.6 Pinjaman Online (<i>Peer-to-Peer Lending</i>).....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
2.4 Pengembangan Hipotesis	26
2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online	26
2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online	27
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online.....	28
2.4.4 Pengaruh Risiko terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	30
3.2.1 Populasi.....	30

3.2.2 Sampel	31
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	32
3.3.1 Variabel Independen.....	32
3.3.2 Variabel Dependen	32
3.3.3 Pengukuran	34
3.4 Metode Pengumpulan Data	34
3.4.1 Jenis Data.....	34
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.3 Uji Validitas	35
3.4.4 Uji Reliabilitas	36
3.5 Metode Analisis Data.....	37
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	37
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.5.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Deskriptif Karakteristik Responden	41
4.1.1 Jenis Kelamin Responden.....	41
4.1.2 Asal Universitas Responden	42
4.1.3 Tahun Angkatan Responden.....	43
4.1.4 Platform Pinjaman Online Yang Digunakan Responden	44
4.2 Uji Statistik Deskriptif	45
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas (Pre Test)	46
4.4 Hasil Uji Instrumen Data	49
4.4.1 Uji Validitas	49
4.4.2 Uji Reliabilitas	51
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.5.1 Uji Normalitas.....	52
4.4.2 Uji Multikolinearitas	55
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	56
4.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	57
4.7 Uji Hipotesis.....	59
4.7.1 Uji Parsial (Uji T).....	59

4.7.2 Uji Signifikansi (Uji F).....	61
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R²).....	62
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.8.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online.....	63
4.8.2 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online.....	64
4.8.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online.....	65
4.8.4 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online.....	66
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Keterbatasan	68
5.3 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1. Daftar Perusahaan Fintech Lending Yang Sudah Berizin Dan Terdaftar Di OJK.....	4
Tabel 2.1. Peninjauan Penilaian Terdahulu	19
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2. Skor Skala Likert	33
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 4.2. Asal Universitas Responden.....	41
Tabel 4.3. Tahun Angkatan Responden	42
Tabel 4.4. Platform Pinjaman Online Yang Digunakan Responden.....	43
Tabel 4.5. Hasil Uji Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Data Pre Test	47
Tabel 4.7. Hasil Uji Reliabilitas Data Pre Test.....	48
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan	49
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Kemudahan.....	49
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Kepercayaan	49
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Risiko	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Minat Penggunaan	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.17. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.18. Hasil Uji Parsial (T).....	58
Tabel 4.19. Hasil Uji Signifikansi (F).....	60
Tabel 4.20. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Daftar Perusahaan Fintech Lending Yang Paling Populer Di Indonesia Pada Tahun 2022	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Probability Plot.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini sudah semakin berkembang yang membuat kegiatan di berbagai bidang menjadi lebih mudah, salah satunya yaitu di bidang ekonomi. Hadirnya teknologi ini membuat akses keuangan menjadi lebih mudah, cepat, dan murah. Dengan adanya perkembangan teknologi, mayoritas masyarakat sudah jarang yang memilih bertransaksi dengan tunai dan lebih memilih untuk bertransaksi melalui non tunai. Pembayaran melalui non tunai ada banyak jenisnya, salah satu contohnya yaitu menggunakan kartu kredit. Berbagai penyedia jasa banyak yang menawarkan produk sebagai solusi dari transaksi melalui non tunai. Namun seiring dengan perkembangan teknologi dimana internet kini menjadi sebuah kebutuhan yang sering digunakan masyarakat, membuat penyedia jasa berbondong-bondong untuk menciptakan aplikasi pada smartphone untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam industri keuangan khususnya perbankan ikut dalam menciptakan layanan teknologi finansial atau *Fintech*. Inovasi teknologi finansial dalam layanan keuangan adalah hadirnya aplikasi *online* yang disediakan sebagai alat transaksi pembayaran, alat peminjaman, dan lain sebagainya. Hal tersebut dapat memberikan dampak yang baik bagi masyarakat karena adanya kemudahan dalam bertransaksi *online* tanpa harus melalui bank konvensional yang akan menyulitkan

masyarakatnya. Dengan hadirnya teknologi finansial yang berpengaruh besar terhadap masyarakat diharapkan dapat memberikan solusi pada masalah yang selama ini dirasakan oleh masyarakat kelas bawah dalam mendapat akses permodalan (Kusumawardhany et al., 2021).

Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No. 888/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi selalu menciptakan berbagai inovasi, salah satunya yang terkait dengan pembayaran yaitu *Financial Technology (Fintech)*. Teknologi Finansial yang juga dikenal sebagai *fintech* merupakan sektor dalam industri keuangan yang menggabungkan fungsi teknologi dan keuangan. *Fintech* merupakan suatu terobosan terkini yang memanfaatkan penggunaan teknologi pada industri layanan keuangan. Produk *fintech* biasanya berupa suatu sistem yang dirancang untuk menjalankan mekanisme transaksi keuangan secara khusus.

Teknologi Finansial dibagi menjadi 4 kategori menurut *Financial Stability Board (FSB)* berdasarkan jenis inovasinya, yaitu : 1.) *payment, clearing dan settlement*, 2.) *e-aggregator*, 3.) manajemen risiko dan investasi, dan 4.) *peer to peer lending (P2P)*. Dari 4 kategori tersebut, layanan P2P *lending* menjadi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat terutama sejak OJK membuat peraturan tentang pinjaman *online*.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) *Fintech Lending* atau *Fintech Peer-to-Peer Lending (P2P)* atau Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi (LPMUBTI) merupakan suatu inovasi dalam bidang keuangan yang memanfaatkan teknologi modern untuk memungkinkan pemberi pinjaman dan

penerima pinjaman melaksanakan kegiatan transaksi pinjam meminjam tanpa diharuskan untuk bertemu langsung. Pada mekanisme transaksi pinjam meminjam dilakukan dengan sistem yang telah disediakan oleh Penyelenggara *Fintech Lending*, baik melalui aplikasi online maupun halaman website.

Di era teknologi ini mayoritas masyarakat lebih tertarik terhadap suatu hal yang dapat dilakukan dengan cepat dan mudah. Masyarakat yang sebelumnya sulit untuk dapat mengakses kredit, kini bisa mengajukan pinjaman dalam hitungan jam secara online tanpa harus datang ke tempat langsung. Adanya pinjaman online ini diharapkan dapat membantu masyarakat diluar sana yang ingin mendapatkan pinjaman kredit secara lebih mudah, efektif, dan efisien.

Sepanjang tahun 2020 hingga sekarang, khususnya setelah masa pandemi pertumbuhan platform perusahaan *fintech lending* semakin pesat. Hingga saat ini sudah mencapai 102 platform perusahaan *fintech lending* yang sudah berizin dan terdaftar di OJK yang dapat dilihat langsung dari laporan perusahaan *fintech lending* berizin yang ada di laman *website* OJK per 5 Januari 2023 yaitu sebagai berikut:

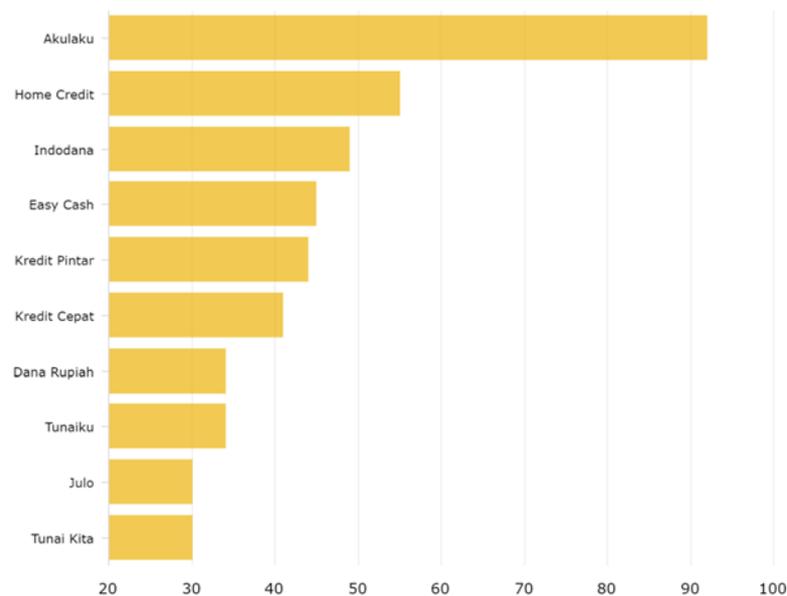
Tabel 1.1. Daftar Perusahaan *Fintech Lending* Yang Sudah Berizin Dan Terdaftar Di OJK

No.	Nama Perusahaan	No.	Nama Perusahaan	No.	Nama Perusahaan
1.	Danamas	35.	DANAMERDEKA	69.	Ringan
2.	Investree	36.	EASYCASH	70.	Avantee
3.	Amartha	37.	PINJAM YUK	71.	Gradana
4.	Dompot Kilat	38.	FinPlus	72.	Danacita
5.	Boost	39.	UangMe	73.	IKI Modal
6.	Toko Modal	40.	PinjamDuit	74.	Ivoji
7.	Modalku	41.	DANA SYARIAH	75.	Indofund.id
8.	KTA Kilat	42.	BATUMBU	76.	iGrow
9.	Kredit Pintar	43.	Cashcepat	77.	Danai.id
10.	Maucash	44.	klikUMKM	78.	DUMI
11.	Finmas	45.	Pinjam Gampang	79.	LAHAN SIKAM
12.	KlikA2C	46.	Cicil	80.	Qazwa.id
13.	Akseleran	47.	lumbungdana	81.	KrediFazz
14.	Ammana.id	48.	360 KREDI	82.	Doeku
15.	PinjamanGO	49.	Dhanapala	83.	Aktivaku
16.	KoinP2P	50.	Kredinesia	84.	Danain
17.	pohondana	51.	Pintek	85.	Indosaku
18.	MEKAR	52.	ModalRakyat	86.	Jembatan Emas
19.	AdaKami	53.	SOLUSIKU	87.	EDUFUND
20.	ESTA KAPITAL FINTEK	54.	Cairin	88.	GandengTangan
21.	KREDITPRO	55.	TrustIQ	89.	PAPITUPI SYARIAH
22.	FINTAG	56.	KLIK KAMI	90.	BantuSaku
23.	RUPIAH CEPAT	57.	Duha SYARIAH	91.	danabijak
24.	CROWDO	58.	Invoila	92.	Danafix
25.	Indodana	59.	Sanders One Stop Solution	93.	AdaModal
26.	JULO	60.	DanaBagus	94.	SamaKita
27.	Pinjamwinwin	61.	UKU	95..	KawanCicil
28.	DanaRupiah	62.	KREDITO	96.	CROWDE
29.	Taralite	63.	AdaPundi	97.	KlikCair
30.	Pinjam Modal	64.	Lentera Dana Nusantara	98.	ETHIS
31.	ALAMI	65.	Modal Nasional	99.	SAMIR
32.	AwanTunai	66.	Komunal	100.	UATAS
33.	Danakini	67.	Restock.ID	101.	Asetku
34.	Singa	68.	TaniFund	102.	Findaya

(Sumber : OJK.go.id)

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diartikan bahwa seiring dengan banyaknya platform perusahaan *fintech lending* yang muncul menandakan bahwa semakin banyak juga masyarakat yang menggunakan platform tersebut. Menurut OJK, pada tahun 2022 jumlah pengguna pinjaman online mencapai 86,09 juta rekening. Dari jumlah tersebut, sebanyak 85,19 juta rekening merupakan seorang peminjam, dan sebanyak 902,71 ribu rekening merupakan seorang pemberi pinjaman. Menurut Databoks Akulaku merupakan startup layanan pinjaman online (pinjol) sektor konsumtif paling populer di Indonesia pada kuartal pertama 2022, lalu kemudian diikuti dengan Home Credit, Indodana, dan yang lainnya yang dapat dilihat dari gambar berikut:

Gambar 1.1. Daftar Perusahaan Fintech Lending Yang Paling Populer Di Indonesia Pada Tahun 2022



Sumber : Databoks, 2022

Berdasarkan gambar yang didapat dari laman databoks berdasarkan survei *Dailysocial*, Akulaku merupakan startup layanan pinjaman online (pinjol) sektor konsumtif paling populer di Indonesia pada kuartal pertama 2022, yang kemudian diikuti dengan Home Credit dan Indodana pada urutan kedua, ketiga, dst. Namun, tidak menutup kemungkinan bahwa pada tren ini masih banyak masyarakat yang menggunakan platform pinjaman *online* yang belum terizin dan terdaftar di OJK. Hal tersebut yang membuat banyak masyarakat terutama mahasiswa masih rawan terjatuh kasus pinjaman *online* ilegal.

Fenomena yang terjadi pada tahun 2022 kemarin, ratusan mahasiswa Institut Pertanian Bogor (IPB) dilaporkan terjatuh kasus penipuan pinjaman online. Sebanyak 311 mahasiswa yang menjadi korban penipuan tersebut, dengan total kerugian sebesar Rp 2,1 miliar (www.cnbc.indonesia). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melihat kejadian tersebut dari segi literasi keuangan yang menjadi fokus utama karena kejadian yang menimpa di kalangan mahasiswa, dimana seharusnya para mahasiswa sudah memiliki literasi keuangan yang baik. Oleh karena itu, diperlukan literasi keuangan yang baik agar mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan platform tersebut. Literasi Keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan sikap keuangan seseorang dalam pengambilan keputusan untuk mengelola keuangan agar mencapai kesejahteraan yang diharapkan. Akibat kurangnya literasi keuangan membuat mahasiswa/masyarakat mudah untuk bertindak secara cepat dalam menentukan keputusan keuangan mereka tanpa memikirkan risiko yang akan dialami.

Tingkat literasi keuangan di Indonesia masih relatif rendah. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68%, dimana nilainya naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03%. Sedangkan indeks inklusi keuangan tahun 2022 mencapai 85,10% meningkat dibanding periode SNLIK sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19%. Hal tersebut menunjukkan gap antara tingkat literasi dan tingkat inklusi semakin menurun, dari 38,16% di tahun 2019 menjadi 35,42% di tahun 2022. Dengan adanya kondisi seperti ini, dapat dikatakan bahwa masyarakat Indonesia belum sepenuhnya bijak dalam memahami pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang baik. Dari angka hasil survei tersebut masyarakat Indonesia masih dalam kategori *Sufficient literate*, yang berarti masih belum cukup terampil dalam memanfaatkan produk dan jasa keuangan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan pada mahasiswa mendapatkan hasil bahwa pengetahuan tentang literasi keuangan masih relatif rendah. Chen and Volpe (1998) menjelaskan bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan finansial yang kurang akan membuat keputusan yang tidak tepat dalam keuangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dalam bidang keuangan akan mempengaruhi mahasiswa dalam mengambil keputusan keuangan yang baik dan benar.

Salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menentukan keputusan pembelian adalah kemudahan. Ryu (2018) menjelaskan bahwa kemudahan merupakan faktor yang dapat membuat si peminjam lebih memilih untuk

menggunakan platform pinjaman online dibandingkan dengan lembaga keuangan yang lain. Adanya kemudahan dalam menggunakan layanan pinjaman *online* membuat masyarakat semakin yakin untuk menentukan keputusan pembelian. Persepsi kemudahan mendorong kepercayaan individu bahwa sistem ini akan membantu individu tanpa adanya upaya dan biaya yang besar.

Selain faktor kemudahan, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat adalah kepercayaan. Keputusan pembelian yang dilakukan individu akan berjalan dengan baik apabila sebuah platform pinjaman online dapat memberikan kepercayaan yang baik pula kepada para penggunanya. Fenomena mengenai kepercayaan dalam *fintech* contohnya seperti layanan penyedia jasa pinjaman yang sudah terdaftar dan berizin di situs resmi seperti OJK. Semakin besar kepercayaan yang diberikan kepada penyedia jasa layanan, maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat/mahasiswa dalam menentukan keputusan pembelian dan penggunaan di penyedia jasa tersebut.

Persepsi risiko merupakan suatu ketidakpastian akan adanya hal tidak diinginkan yang akan dihadapi para pengguna. Menurut survei yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2016, menunjukkan bahwa masyarakat menggunakan platform hanya untuk mengetahui manfaat kegunaan dan keuntungan yang didapat dibandingkan dengan risiko dan kerugian yang akan ditanggung. Menurut Pavlou (2003), berpendapat bahwa persepsi risiko merupakan suatu persepsi tentang ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dari penggunaan layanan penyedia jasa. Fenomena yang terjadi tentang persepsi risiko yaitu adanya penyalahgunaan data pribadi, investasi bodong, dll. Aktivitas tersebut dapat berakibat negatif yang akan

menimbulkan kekhawatiran pengguna, dimana persepsi ini dapat mempengaruhi keputusan pengguna dalam menggunakan jasa layanan pinjaman online.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh dan mendalam tentang “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online”. Objek pada penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang atau pernah menggunakan platform pinjaman *online*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan Pinjaman Online?
- b. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan Pinjaman Online?
- c. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat dalam menentukan keputusan pembelian menggunakan Pinjaman Online?
- d. Apakah risiko berpengaruh terhadap minat dalam menentukan keputusan pembelian menggunakan Pinjaman Online?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan Pinjaman Online.
- b. Untuk mengetahui apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan Pinjaman Online.
- c. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat dalam menentukan keputusan pembelian menggunakan Pinjaman Online.
- d. Untuk mengetahui apakah risiko berpengaruh terhadap minat dalam menentukan keputusan pembelian menggunakan Pinjaman Online.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang perkembangan ekonomi berbasis digital, yaitu pinjaman online. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi, sumber bacaan, dan bahan acuan perbandingan di penelitian mendatang dengan topik yang serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai informasi untuk menambah pengetahuan tentang literasi keuangan, kemudahan, kepercayaan, dan risiko dalam memilih pinjaman online saat akan melakukan transaksi pembelian.
- b. Sebagai bahan pertimbangan agar lebih bijak dalam menentukan pilihan platform pinjaman online dengan kualitas dan tingkat keamanan yang baik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Literasi Keuangan

2.1.1.1 Definisi Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan yang berkaitan dengan keterampilan seorang individu tentang bagaimana cara mereka memahami nilai uang, mengatur dan, memaksimalkan pemanfaatan keuangan yang baik. Literasi keuangan sebagai tolak ukur sejauh mana individu paham akan konsep keuangan utama dan memiliki kemampuan serta kepercayaan diri untuk mengelola keuangan pribadi melalui pengambilan keputusan jangka pendek yang tepat dan perencanaan keuangan jangka panjang yang sehat, dengan memperhatikan peristiwa kehidupan dan perubahan kondisi ekonomi (Remund, 2010).

Menurut peraturan OJK No. 76 tahun 2016, literasi keuangan adalah *knowledge* (pengetahuan), *skill* (keterampilan), dan *confidence* (keyakinan), yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Kecerdasan seorang individu memungkinkan seseorang untuk percaya diri dalam menentukan keputusan tentang semua aspek penganggaran individu, belanja, tabungan dan penggunaan produk dan jasa keuangan, mulai dari perbankan sehari-hari melalui pinjaman, investasi, dan perencanaan untuk masa depan (Yates & Ward, 2011).

2.1.1.2 Indikator Literasi Keuangan

a. Pengetahuan Keuangan

Pengetahuan Keuangan merupakan teori yang menjelaskan bahwa literasi keuangan dipengaruhi oleh pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang tentang konsep-konsep keuangan dasar, seperti bunga, tabungan, investasi, dll. Pengetahuan keuangan juga dapat didefinisikan sebagai penguasaan seseorang atas berbagai hal tentang dunia keuangan, yang terdiri dari alat keuangan dan keterampilan keuangan (Andrew & Nanik, 2014). Alat keuangan merupakan sarana yang digunakan saat pengambilan keputusan manajemen keuangan individu, contohnya seperti cek, kartu kredit, dan kartu debit. Sedangkan keterampilan keuangan merupakan suatu teknik untuk membuat keputusan dalam manajemen keuangan individu, seperti membuat anggaran, mengelola utang, dan memilih investasi yang digunakan.

b. Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengatur perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana keuangan sehari-hari (Kholiah & Iramani, 2013). Perilaku keuangan mempengaruhi seseorang untuk membuat keputusan yang baik terkait dengan aspek keuangan individu sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan

individu dan memberikan kepuasan bagi individu dalam membuat dan menghasilkan keputusan keuangan. Perilaku keuangan yang baik meliputi kemampuan berhati-hati dalam penggunaan aspek keuangan yang dimiliki sesuai dengan apa yang sedang dibutuhkan sehingga kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang bisa terpenuhi dengan baik (Jazuli, 2019).

c. Sikap Keuangan

Sikap keuangan merupakan cara pandang dan penilaian seseorang terhadap keuangannya yang diaplikasikan ke dalam sikap. Jika sikap keuangan yang dimiliki baik maka seseorang akan lebih baik jugadalam pengambilan keputusan manajemen keuangannya. Pikiran, pendapat, dan penilaian seseorang terhadap keadaan keuangan pribadinya akan menentukan tindakan seperti apa yang akan mereka lakukan. Contohnya seperti tabungan, apabila seseorang memiliki pikiran, penilaian, dan pendapat bahwa menabung itu tidak penting, maka seseorang tersebut tidak akan menabung. Apabila pikiran, pendapat, dan penilaian sikap akan tetap berlanjut, maka akan menjadi suatu kebiasaan yang akan sulit untuk diubah (Amanah et al., 2016).

Menurut OJK literasi keuangan memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh golongan masyarakat, yaitu:

1. Meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya berada pada kategori less literate atau not literate menjadi *well literate*.
2. Meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan.

3. Memiliki kemampuan dalam melakukan perencanaan keuangan dengan lebih baik.
4. Terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas.

(Otoritas Jasa Keuangan, 2020)

Agar masyarakat luas dapat menentukan produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan, masyarakat harus memahami dengan tepat mengenai manfaat dan risiko, mengetahui hak dan kewajiban, serta meyakini bahwa produk dan layanan jasa keuangan yang dipilih dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan. Literasi keuangan yang rendah akan berdampak pada individu saat akan membuat keputusan dalam kehidupan sehari-hari.

Kesalahan seorang individu dalam pembuatan keputusan dapat mengakibatkan pengelolaan keuangan yang buruk dan tidak efektif yang berdampak pada perilaku masyarakat yang rentan akan krisis keuangan dan berpotensi mengalami kerugian akibat kejahatan di sektor keuangan (Ningtyas, 2019). Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi penting karena jika seorang individu memiliki pengetahuan keuangan dan literasi keuangan yang baik maka individu tersebut dapat mengatur perencanaan keuangan pribadi yang dapat meningkatkan taraf kehidupannya.

2.1.2 Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) atau model penerimaan teknologi pertama kali dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. Davis menggunakan TAM untuk menjelaskan perilaku penggunaan (*usage behavior*) pada sebuah teknologi. TAM (*Technology Acceptance Model*) memiliki tujuan untuk memberikan penjelasan secara parsimoni atas faktor penentu adopsi dari perilaku para pengguna teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri. Parsimoni merupakan istilah yang digunakan untuk menyatakan hemat dalam menyusun asumsi atau hipotesis yang berarti juga pembuktian. TAM digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan sistem informasi dengan menggunakan pendekatan perilaku untuk mengkaji proses penerimaan suatu teknologi informasi (Fatmawati, 2015: 5). Dengan adanya penggunaan TAM, peneliti dapat mengetahui tentang potensi keberhasilan dan penerapan teknologi baru dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sikap dan niat pengguna terhadap penggunaannya.

2.1.3 Persepsi Kemudahan

Menurut Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai rasa kepercayaan akan kemudahan, yaitu tingkatan di mana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Menurut teori TAM kemudahan penggunaan yang didapatkan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan sikap seseorang terhadap nilai penggunaan suatu teknologi. Persepsi kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan suatu

teknologi tidak dibutuhkan dari usaha yang besar. Kemudahan pada penggunaan teknologi merupakan salah satu faktor agar seseorang dapat menerima suatu teknologi, sehingga jika teknologi tersebut terdapat kemudahan bagi pengguna maka teknologi tersebut memiliki kesempatan yang lebih untuk digunakan.

Persepsi pengguna terhadap kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor: (1) Berfokus pada teknologi itu sendiri, (2) Reputasi teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut, (3) Adanya mekanisme pendukung yang handal.

2.1.4 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan sebuah harapan bahwa suatu teknologi dapat dipercaya dalam kemampuannya untuk menyelesaikan tugasnya dengan baik (Lui & Jamieson, 2003). Saat seseorang mengambil suatu tindakan, seseorang tersebut akan lebih memilih keputusan berdasarkan dari pilihan orang disekelilingnya yang lebih mereka percaya dibandingkan dengan mereka yang tidak dipercaya.

Kepercayaan berbanding lurus dengan minat seorang individu dalam menggunakan suatu layanan. Semakin tinggi kepercayaan yang diberikan oleh pemberi pinjaman terhadap peminjam, maka semakin besar juga minat peminjam dalam menggunakan platform layanan tersebut. Dalam kondisi yang terdapat unsur ketidakpastian, secara otomatis mengandung risiko, pada kondisi yang berisiko, dibutuhkan adanya kepercayaan agar pihak yang terlibat bersedia untuk mengambil tindakan (Mayer et al. 1995).

Menurut Mayer, dkk (1995) faktor-faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap orang lain ada tiga, yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*)
2. Kebaikan hati (*Benevolence*)
3. Integritas (*Integrity*)

2.1.5 Risiko

Risiko adalah konsekuensi dari seluruh model adopsi teknologi sehingga pada model layanan *fintech* juga tidak bisa terlepas dari ancaman risiko. Risiko berkaitan dengan bagaimana seorang pengguna memiliki rasa percaya untuk melibatkan teknologi dalam beragam pekerjaan yang dilakukan oleh pengguna termasuk dalam hal mencari sebuah produk yang dibutuhkan dan melakukan pembelian terhadap produk tersebut (McCole dkk, 2010). Persepsi risiko merupakan bagian dari faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian (Pride dan Ferrel, 2015:68). Terdapat dua alasan penting mengapa pengguna tidak atau ragu untuk menggunakan sebuah layanan aplikasi adalah karena keamanan saat melakukan transaksi dan privasi informasi pribadi.

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi risiko menurut

Pavlou (2003:77) sebagai berikut :

1. Berupa adanya risiko tertentu
2. Mengalami kerugian
3. Pemikiran bahwa berisiko

2.1.6 Pinjaman Online (*Peer-to-Peer Lending*)

Peer-to-Peer Lending atau biasa disebut “Pinjaman Online” merupakan fitur layanan jasa keuangan yang berbasis teknologi untuk memberikan pinjaman uang secara online sehingga para pengguna tidak perlu datang ke tempat langsung. Platform pada layanan ini biasanya berupa aplikasi maupun laman web yang terkoneksi melalui internet. Fasilitas pinjaman online adalah solusi alternatif yang disediakan untuk memudahkan para penggunanya untuk meminjam dana tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, penyelenggara *Fintech Lending* hanya berperan sebagai perantara yang mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman/*borrower*. Pemberi pinjaman dan penerima pinjaman terlebih dahulu harus melakukan registrasi dan mengisi data diri yang dibutuhkan sebelum dapat mengajukan pemberian pinjaman maupun permohonan pinjaman dana.

Pinjaman online dapat di definisikan sebagai pertukaran keuangan secara langsung dan tidak langsung tanpa melibatkan lembaga keuangan tradisional. Indikator Pinjaman Online adalah sebagai berikut :

1. Peminjam
2. Platform
3. Pemberi pinjaman.

(Omarini, 2018)

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian yang dilakukan penulis melakukan peninjauan dari penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan judul penelitian ini, diantaranya yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1. Peninjauan Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Rahayu Andista et al., 2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Pengguna Dalam Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman Online.	X1 = Kemudahan penggunaan X2 = Risiko Y = Minat pengguna dalam penggunaan finansial teknologi pinjaman online	Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna dalam penggunaan finansial teknologi pinjaman online, sedangkan risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna dalam penggunaan finansial teknologi pinjaman online.
2.	(Muadz & Waluyo, 2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Meminjam di <i>P2P Lending</i> Syariah dengan Promosi sebagai Variabel Moderasi.	X1 = Kemudahan X2 = Literasi Keuangan Y = Minat meminjam di <i>P2P Lending</i> Syariah dengan promosi sebagai variabel moderasi	Secara parsial persepsi kemudahaan penggunaan dan literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat meminjam di <i>P2P Lending</i> Syariah. Hasil lainnya membuktikan bahwa variabel promosi hanya memoderasi hubungan antara variabel literasi keuangan syariah terhadap minat meminjam di <i>P2P Lending</i> Syariah saja, sedangkan pada

				variabel persepsi kemudahan penggunaan, variabel promosi hanya berperan sebagai prediktor saja.
3.	(Putri & Iriani, 2020)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater.	X1 = Kepercayaan X2 = Kemudahan Y = Keputusan pembelian menggunakan pinjaman online Shopee Paylater	Terdapat pengaruh positif variabel kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Terdapat pengaruh positif antara variabel kemudahan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Variabel kemudahan lebih dominan dibandingkan variabel kepercayaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.
4.	(Saputra, 2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Intensitas Pengguna Paylater Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee Paylater Usia Produktif Kota Surabaya).	X1 = Kemudahan X2 = Manfaat X3 = Intensitas Pengguna Paylater Y = Gaya Konsumtif Masyarakat	Persepsi Kemudahan, Persepsi manfaat, Intensitas Penggunaan secara parsial berakibat timbulnya suatu efek pengaruh yang signifikan terhadap Gaya konsumtif produk Shopee paylater pada masyarakat daerah Surabaya. Variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan Intensitas penggunaan secara bersamaan mengakibatkan munculnya pengaruh

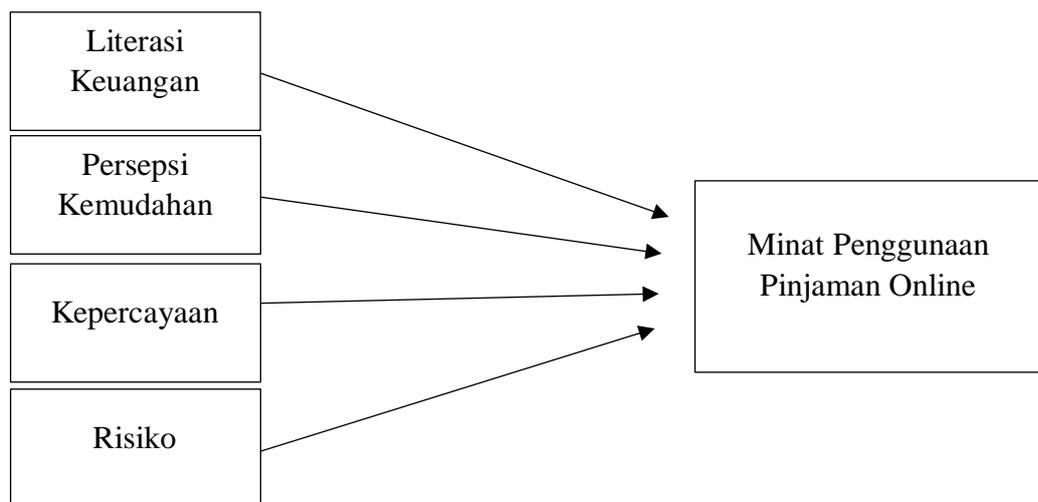
				kepada gaya konsumtif masyarakat produk shopee paylater masyarakat daerah Surabaya.
5.	(Malikah et al., 2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat <i>Financial Technology Peer-To-Peer Lending</i> (Pinjaman Online) Pada Mahasiswa Manajemen 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang.	X1 = Kemudahan penggunaan X2 = Risiko X3 = Kepercayaan X4 = Kenyamanan Y = Minat <i>Financial Technology Peer-to-Peer Lending</i>	Adanya korelasi yang cukup kuat dan positif antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko, terdapat korelasi yang cukup kuat dan positif antara variabel persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kepercayaan, terdapat korelasi 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, dan terdapat korelasi yang sangat kuat dan positif antara variabel persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan.

6.	(Latief & Dirwan, 2020)	Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital.	X1 = Kemudahan X2 = Promosi X3 = Kemanfaatan Y = Penggunaan Uang Digital	Faktor kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan uang digital, sedangkan aktivitas promosi tidak signifikan mempengaruhi keputusan penggunaan. Secara simultan, kemudahan, promosi, dan kemanfaatan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan yang digital.
7.	(Rossa & Ashfath, 2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko, Dan Keamanan Terhadap <i>Impulsive Buying</i> Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek.	X1 = Kemudahan X2 = Kepercayaan X3 = Risiko X4 = Keamanan Y = <i>Impulsive Buying</i> pada Pengguna SPaylater (Shopee Paylater)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan keamanan fitur SPaylater dapat menimbulkan perilaku <i>impulsive buying</i> bagi pengguna SPaylater di Jadetabek. Sedangkan persepsi risiko tidak berdampak pada perilaku <i>impulsive buying</i> pengguna SPaylater di Jadetabek. Selain itu, kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko, dan keamanan secara bersama-sama dapat menimbulkan perilaku <i>impulsive buying</i> pengguna SPaylater di Jadetabek.

8.	(Setyawati et al., 2022)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) Pada Shopee.	X = Literasi Keuangan Y = Minat menggunakan Fintech Payment (Paylater) Shopee	Hasil dari penelitian ini di temukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee, kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee, risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan fintech payment (paylater) pada Shopee.

2.3 Kerangka Konseptual

Dalam melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu menentukan variabel-variabel yang akan dipakai sesuai dengan permasalahan yang terjadi pada penelitian yang dilakukan. Berikut ini merupakan kerangka konseptual yang digunakan pada penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan:

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka variabel independen dalam penelitian ini yaitu Literasi Keuangan (X1), Kemudahan (X2), Kepercayaan (X3), dan Risiko (X4). Sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Penggunaan (Y). Dari variabel tersebut diharapkan dapat memberikan memberikan pengaruh antar masing-masing variabelnya.

2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online

Literasi Keuangan merupakan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh seorang individu dalam mengambil keputusan serta memanfaatkan penggunaan keuangannya dengan baik. Melalui literasi keuangan, generasi muda khususnya mahasiswa dapat meningkatkan dan memperluas pemahamannya mengenai *financial technology* terutama *peer to peer lending*. Literasi keuangan yang tinggi dapat membantu seorang individu untuk memahami berbagai aspek keuangan, seperti produk, jasa, dan lembaga keuangan. Dengan adanya pengetahuan keuangan yang baik, seseorang akan dapat membuat keputusan pembelian yang lebih cermat dan bijaksana. Oleh karena itu, perlunya literasi keuangan yang baik agar masyarakat lebih bijak dalam mengatur keuangannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muadz dan Waluyo (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *P2P lending* atau pinjaman online. Penelitian yang dilakukan oleh Haikal dan Wijayangka (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap pinjaman online. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Setyawati (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *Fintech Payment (Paylater)* Shopee. Dengan adanya uraian diatas, maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pinjaman online.

2.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online

Persepsi kemudahan atau *perceived ease of use* (kemudahan dalam penggunaan) merupakan rasa kemudahan yang dirasakan oleh individu dalam menggunakan suatu teknologi yang dapat membantu seseorang tanpa adanya usaha yang besar. Dengan adanya kemudahan dalam berteknologi menggunakan layanan keuangan dapat berpengaruh terhadap preferensi individu terhadap aplikasi tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa fintech mudah untuk dipahami dan digunakan tanpa adanya hambatan terlebih bagi generasi milenial yang lekat akan teknologi juga generasi milenial lebih suka jika bertransaksi dengan mudah, cepat dan efisien (Ermawati & Delima, 2016). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Riauli (2021) menyatakan bahwa persepsi kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna dalam penggunaan finansial teknologi pinjaman online. Penelitian yang dilakukan oleh Malikhah (2022) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat *fintech peer to peer lending* (pinjaman online). Penelitian yang dilakukan oleh Hendara dan Amiruddin (2019) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya uraian diatas, maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pinjaman online.

2.4.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online

Kepercayaan merupakan sikap keyakinan yang dimiliki individu untuk mempercayai seseorang karena memiliki kewajiban yang diharapkan. Kepercayaan termasuk salah satu faktor seseorang dalam menentukan keputusan. Seseorang akan lebih cenderung untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan pinjaman online yang dapat menjaga keamanan dan privasi data mereka. Selain itu, proses pengajuan yang mudah dan cepat akan membuat individu semakin percaya untuk menggunakan produk atau jasa dari perusahaan pinjaman online tersebut. Perusahaan pinjaman online dapat membangun reputasi yang baik dengan menyediakan produk dan layanan yang berkualitas, dan dengan memenuhi janjinya untuk meningkatkan rasa kepercayaan kepada pengguna. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Iriani (2020) menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Penelitian yang dilakukan oleh Sinaga et al. (2022) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap pembelian produk finansial pada aplikasi pinjaman online. Penelitian yang dilakukan oleh Fanny dan Sri (2020) menyatakan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan pinjaman online. Dengan adanya uraian diatas, maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pinjaman online.

2.4.4 Pengaruh Risiko terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online

Risiko merupakan persepsi bagaimana seorang individu akan menilai bahwa apa yang akan dilakukan atau digunakan nya akan mengalami hal negatif yang merugikan. Terdapat risiko informasi yang berkaitan dengan keamanan dan kerahasiaan transaksi yang dapat mengancam data pribadi seseorang. Meningkatnya tingkat risiko yang dirasakan oleh konsumen online dapat mengurangi minat penggunaan suatu teknologi. Bentuk kekhawatiran konsumen pada umumnya adalah ketika mereka memberikan informasi pribadi mereka kepada situs belanja online dan terdapat kemungkinan untuk disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab (Ganguly dkk, 2009). Oleh karena itu seorang individu harus berhati-hati dan mengetahui risiko apa yang akan dialami sebelum melakukan sesuatu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu et al. (2021) menyatakan bahwa risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna dalam penggunaan finansial teknologi pinjaman online.

Penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko dengan minat beli belanja online. Dengan adanya uraian diatas, maka hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4: Risiko berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan pinjaman online

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, dengan analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik. Pengumpulan ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner melalui platform *google form* untuk mengetahui pengaruh antar variabel, yaitu pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat dalam menentukan keputusan pembelian menggunakan pinjaman online

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi yang dilakukan bertujuan agar peneliti bisa menentukan jumlah anggota sampel yang diambil dari populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi (Hardani et al., 2020).

Populasi yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa dari prodi akuntansi yang berasal dari universitas negeri dan universitas swasta yang berada di Bandar Lampung. Jumlah mahasiswa yang ditargetkan dalam penelitian ini sebanyak kurang lebih 60 mahasiswa.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari seluruh total dan karakteristik yang ada pada populasi tersebut, atau bagian kecil dari populasi yang diambil oleh peneliti berdasarkan prosedur tertentu agar dapat mewakili populasi (Siyoto & Sodik, 2015).

Teknik sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang akan menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitiannya (Sugiyono, 2016). Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2018).

Dalam menentukan jumlah sampel, ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Kerlinger dan Lee (2000) menyarankan sebanyak 30 sampel sebagai jumlah minimal sampel dalam penelitian kuantitatif. Sehingga jumlah minimal sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 sampel.

Dalam penelitian yang dilakukan, penulis memberikan beberapa persyaratan untuk dijadikan sampel sehingga diharapkan mampu menjawab permasalahan yang diteliti, persyaratannya yaitu:

- a. Merupakan mahasiswa/mahasiswi akuntansi dari universitas negeri dan universitas swasta yang berdomisili di Bandar Lampung.
- b. Mahasiswa yang sedang atau pernah menggunakan aplikasi pinjaman *online*.

3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

3.3.1 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2012).

Variabel independen atau biasa disebut variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Literasi keuangan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Kepercayaan (X3), dan Risiko (X4).

3.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang akan menjadi akibat karena adanya variabel independen atau bebas (Sugiyono, 2012). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Minat Penggunaan pinjaman online (Y).

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Literasi Keuangan (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan Keuangan 2. Perilaku Keuangan 3. Sikap Keuangan (Kojo Oseifuah, 2010)	Likert
Kemudahan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah untuk digunakan 2. Jelas dan mudah dipahami 3. Mudah dipelajari 4. Tidak membutuhkan banyak usaha (Davis, 1989)	Likert
Kepercayaan (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan (<i>Ability</i>) 2. Integritas (<i>Integrity</i>) 3. Kesungguhan/ketulusan (<i>Benevolence</i>) (Mayer, 1995)	Likert
Risiko (X4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ada risiko yang ditimbulkan 2. Ada kerugian yang dialami 3. Ada anggapan bahwa produk tersebut berisiko. (Pavlou, 2003)	Likert
Minat Penggunaan Pinjaman Online (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan untuk menggunakan 2. Bersedia untuk menggunakan 3. Keinginan untuk menggunakan kembali (Davis, 1989)	Likert

3.3.3 Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam menjawab pertanyaan kuesioner yaitu dengan menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur setuju atau tidaknya responden terhadap suatu objek penelitian yang terbagi atas beberapa bobot penilaian seperti tabel dibawah ini:

Tabel 3.2. Skor Skala Likert

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RG)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2018)

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dengan memberikan data yang ada kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan teknik atau cara pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dengan memerlukan instrumen pengumpulan data penelitian. Dalam penelitian ini,

instrumen yang digunakan untuk memperoleh data yaitu dengan menggunakan teknik kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018). Kuesioner yang diajukan kepada responden dibagi menjadi 2 jenis, yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka merupakan suatu pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam bentuk yang sederhana sehingga mendapatkan jawaban berdasarkan apa yang dialaminya, sedangkan kuesioner tertutup merupakan suatu pertanyaan yang sudah ada pilihannya sehingga responden hanya menjawab pertanyaan sesuai dengan karakteristik yang ada (Abdullah & Saebani, 2014). Kuesioner yang digunakan peneliti untuk diajukan kepada responden adalah kuesioner tertutup. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui platform google form yang dibagikan kepada responden.

3.4.3 Uji Validitas

Uji Validitas adalah persamaan informasi yang diperoleh dari peneliti, dengan informasi yang dihasilkan langsung yang dimana terjadi pada subjek penelitian (Sugiyono, 2018). Uji Validitas dilakukan untuk mengukur seberapa akurat apa yang ingin kita ukur. Menurut Ghazali (2017) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Suatu kuesioner akan terbilang sah atau valid apabila pertanyaan yang terdapat di kuesioner dapat menjelaskan apa yang diukur. Suatu variabel dikatakan valid

apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) dan suatu variabel dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$).

Oleh karena itu, untuk mengetahui valid atau tidaknya maka kriteria yang dilakukan dinyatakan dengan:

- a.) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 ditolak yang berarti dapat dikatakan valid
- b.) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti dapat dikatakan tidak valid

3.4.4 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner dari suatu instrumen atau kuesioner. Uji Reliabilitas adalah pengujian realibilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrument memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menghasilkan hasil yang konsisten (Sugiyono, 2018).

Untuk menguji reliabilitas suatu instrumen pada penelitian ini maka menggunakan *Cronbach's Alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.6 (Husein, 201). Adapun uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan kriteria yang dinyatakan sebagai berikut:

- a.) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka instrumen dinyatakan reliabel atau konsisten.
- b.) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

(Sujarweni, 2014)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis atau memberi gambaran pada hasil yang diteliti, baik menggunakan data sampel atau tidak namun tidak bermaksud untuk membuat kesimpulan terhadap populasi dari sampel yang diambil secara lebih luas (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini statistik deskriptif menjelaskan karakteristik responden secara keseluruhan berdasarkan jenis kelamin, tahun angkatan, asal universitas dan platform pinjaman online yang digunakan.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov :

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

(Raharjo, 2021)

3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar satu atau semua variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas atau terjadi multikolinear. Uji multikolonieritas ini digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r).

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi, maka dapat dilakukan beberapa cara, yaitu :

1. Melihat nilai korelasi antar variabel independen
2. Melihat nilai tolerance dan *variance inflating factor* (VIF).

(Raharjo, 2021)

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan apakah sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual dari pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. (Raharjo, 2021)

3.5.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

3.5.3.1 Uji Signifikan (Uji F)

Uji Signifikan F merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas atau independen pada penelitian secara bersama-sama terdapat pengaruh variabel terikat atau dependen.

Pada pengujian Uji F terdapat dasar dalam pengambilan keputusan, yaitu:

1. Hipotesis ditolak jika nilai signifikan $> 0,05$ dan $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$. Artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel dependen,
2. Hipotesis diterima jika nilai signifikan $< 0,05$ dan $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$. Artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3.5.3.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial T merupakan suatu uji yang digunakan untuk menguji secara signifikan atau sendiri dari pengaruh variabel bebas yang terdiri dari literasi keuangan, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap variabel terikat yaitu minat dalam menggunakan pinjaman *online*.

Pada pengujian Uji T terdapat kriteria dalam perhitungannya, yaitu:

1. Hipotesis ditolak jika nilai signifikan $< 0,05$ dan $T\text{-hitung} \geq T\text{-tabel}$. Artinya suatu variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

2. Hipotesis diterima jika nilai signifikan $> 0,05$ dan $T\text{-hitung} \leq T\text{-tabel}$. Artinya suatu variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

3.5.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen atau terikatnya. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin mendekati angka 1, maka model regresi dianggap semakin baik karena variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependennya. Pada penelitian ini uji koefisien determinasi digunakan untuk menghitung persentasi pengaruh literasi keuangan (X1), persepsi kemudahan (X2), kepercayaan (X3), risiko (X4), dan minat penggunaan pinjaman *online* (Y).

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online” dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan, kemudahan, kepercayaan, dan risiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan, kemudahan, kepercayaan, dan risiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat dalam menentukan keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.
2. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka minat dalam menggunakan pinjaman online semakin rendah. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis ditolak dan variabel literasi keuangan secara parsial memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.
3. Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi kemudahan yang dialami pengguna maka semakin tinggi juga minat mahasiswa

untuk menggunakan pinjaman online. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima dan variabel kemudahan secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.

4. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi kepercayaan yang diberikan kepada pengguna, maka akan semakin tinggi juga minat mahasiswa untuk menggunakan pinjaman online. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima dan variabel kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.
5. Risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Hal tersebut menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat risiko yang akan diterima maka semakin rendah minat pengguna untuk menggunakan pinjaman online. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis diterima dan variabel risiko secara parsial memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online.

5.2 Keterbatasan

Pada penelitian ini masih terdapat keterbatasan, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan hanya untuk mahasiswa dari jurusan akuntansi.
2. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 60 mahasiswa, sedangkan jumlah sampel tersebut masih dapat ditambah sehingga jawaban yang diterima lebih bervariasi.

3. Penelitian ini hanya menggunakan variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan risiko, sedangkan masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

5.3 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Diharapkan bagi akademis untuk terus dilakukan penelitian secara berlanjut dengan menggunakan variabel-variabel lainnya untuk pengembangan penelitian dan menambah referensi baru sebagai bahan perbandingan untuk referensi ilmu pengetahuan dan juga menambah wawasan yang baru untuk penelitian berikutnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel yang berbeda dengan menambah variabel lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan jumlah sampel yang lebih besar. Serta dapat juga memperluas jangkauan penelitian serta mengambil objek lain sehingga mampu mengidentifikasi faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian pinjaman online.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, B., & Saebani, B. A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Al-Kholilah, N. & Iramani, (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya, *Journal of Business and Banking*, 3(1): 69-80.
- Amanah, E., Rahardian, D., & Iradianty, A. (2016). The Influence of Financial Knowledge, Financial Attitude and External Locus of Control on Personal Financial Management Behavior Case Study of Bachelor Degree Student in Telkom University. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1228–1235. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1448/1380>
- Andrew Vincentius dan Linawati, Nanik. 2014. “*Hubungan Faktor Demografi dan pengetahuan keuangan dengan perilaku keuangan karyawan swasta di Surabaya*”. *Finesta*, Vol.02 No.02,2014,35-39.
- Anwar, R., & Adidarma, W. (n.d.). *Pengaruh Kepercayaan Dan Risiko Pada Minat Beli Belanja Online*.
- Chen, H.,& Volpe, R. P. (1998). An Analysis Of Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(1), 107–128.
- Davis, F. D. (1989). “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology”, *MIS Quarterly*”. Vol. 13, No. 3, hlm.319-339
- Davis, F. D.; Bagozzi, R. P.; & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Demirdogen, Osman, Sukru Yaprakli, Mustafa Kemal Yilmaz, dan Jamaluddin Husain. 2010. Customer Risk Perceptions Of Internet Banking – *A Study In Turkey*. *The Journal of Applied Business Research*. Vol. 26, no. 6, hal.57- 68.
- Ermawati, N., & Delima, Z. M. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Pengalaman terhadap Minat Wajib Pajak Menggunakan Sistem E-Filing (Studi Kasus Wajib *Jurnal Akuntansi Indonesia*. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/jai/article/view/895>
- Fanny, A., P., & Sri, S., I., (2020). “Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee paylater”. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 8, No. 3.
- Fatmawati, Endang. 2015. “Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan”. *Jurnal Iqra'*, vol. 9 no. 1 hal. 1-13. Dalam www.jurnal.uinsu.ac.id

- Ganguly, B., Dash, S. B. dan Cyr, D. (2009). Website Characteristics, Trust and Purchase Intention in Online Stores: An Empirical Study in The Indian Context. *Journal of Information and Science Technology*. Vol 6 (2) hal 23-44.
- Ghozali, Imam.(2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haikal, fikri dan, & Wijayangka. (2021). Hubungan Literasi Keuangan Dengan Pemanfaatan Pinjaman Online Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Pengguna Layanan Cicil.Co.Id. *E-Proceeding of Management*, 8 No 2(2), 1226.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); Issue March). Penerbit Pustaka Ilmu.
- Hendara, H. & Amirudin, M. A., (2019). “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian secara online di Lazada.co.id” (Studi kasus pada mahasiswa Perguruan Tinggi Pelita Indonesia) *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan bisnis* Vol. 4, No. 2.
- Jayanti, R. D. (2015). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Harapan Maulina Hijab Jombang). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1).
- Jazuli, A. (2019). Pengaruh Locus of Control, Financial Socialization, dan Parental Norms terhadap Financial Management Behavior dengan Financial Literacy Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Tahun Angkatan 2016. 2-31.
- Kerlinger, Fred N. & Howard B. Lee. 2000. *Foundations of Behavioral Research*. 4 th Edition. Florida: Harcourt Inc.
- Kusumawardhany, S. S., Yunita Kurnia Shanti, Khoirunnisa Azzahra, Baiq Fitri Arianti, & Anggun Putri Romadhina. (2021). Penerapan Literasi Keuangan Dalam Memahami Financial Technology. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 2(2), 151–160. <https://doi.org/10.35814/suluh.v2i2.1544>
- Kojo Oseifuah, E. (2010). Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(2), 164–182. <https://doi.org/10.1108/20400701011073473>
- Latief, F., & Dirwan, D. (2020). Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 3(1), 16–30. <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>
- Lui, H. K., & Jamieson, R. (2003). “Integrating trust and risk perceptions inbusiness to consumer electronic commerce with technology acceptance model”. School of Information Sysems, Technology, and Management. The University of New South Wales.
- Malikah, I. M., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2022). *Terhadap Minat Financial*

- Technology Peer To Peer Lending (Pinjaman Online) Pada Mahasiswa Manajemen 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang*. 2(3), 451–467.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D.(1995). An Integrative Model Of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20 (3), 709–734.
- McCole, P., Ramsey, P., & Williams, J. (2010). *Trust Considerations on Attitudes Towards Online Purchasing: The Moderating Effect of Privacy And Security Concerns*. *Journal of Business Research*.Vol. 63hal 1018-1024.
- Muadz, M., & Waluyo, B. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Memijam di P2P Lending Syariah dengan Promosi sebagai Variabel Moderasi. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, 3.
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27. from <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Omarini, A. (2018). Peer-to-Peer Lending : Business Model Analysis and the Platform Dilemma A Framework of Definitions in the Peer-to-Peer Lending Landscape. *International Journal of Finance , Economics and Trade (IJFET)*, 2(3), 31–41.
- Pavlou, P. A. (2003). *Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk withthe technology acceptance model*. *International Journal of Electronic Commerce*, 7 (3),101–134.
- Putri, F. A., & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee PayLater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 818. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Pride dan Ferrel. (2015). *Pemasaran : Teori dan Praktek Sehari-Hari*, diterjemahkan oleh Daniel Wirajaya, Edisi VII, Jilid 1, Binapura Aksara, Jakarta.
- Rahayu Andista, D., Susilawaty, R., & Ak, S. M. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Pengguna Dalam Penggunaan Finansial TeknologiPinjaman Online*.
- Remund, D. (2010). *Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy*. *The Journalof Consumer Affairs*, 44, 2, 276–295.
- Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen...*,1–15.
<http://prosidingold.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5518>
- Ryu, H. S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the

- moderating effect of user type. *Industrial Management and Data Systems*, 118(3), 541–569. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2017-0325>
- Salsabila, H. Z. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Saputra, H. A. (2022). *SEIKO : Journal of Management & Business* Pengaruh Persepsi Kemudahan , Manfaat , dan Intensitas Pengguna Pay Later Terhadap Gaya Konsumtif Masyarakat (Studi Pada Pengguna Shopee PayLater Usia Produktif Kota Surabaya) *Abstrak Abstract*. 4(3), 52–61. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2449>
- Setyawati, nanda ayu, Nursinta, L. A., Subagyo, Widodo, M. W., Asja, H. J., Susanti, S., Fauzi, A., Ramadanti, A., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., Raden, N., Putri, S. D., Mulatsih, L. S., Putri, N. M. E., Andarini, S., Amelia, V. H. I., Putri, S. D., Mulatsih, L. S., ... Wahjudi, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment (Paylater) Pada Shopee. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 10(4), 883. <https://peneliti.net/index.php/IJEIT>
- Sinaga, C. E., Jonathan Sibarani, H., & Jumiyanthi Nababan, S. (2022). The Influence of Perception, Buying Interest and Trust in The Purchase of Financial Product on Online Loan Applications in Medan City. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 3). <http://journal.yrpiaku.com/index.php/msej>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayub (ed.); edisi 1). Literasi Media Publishing.
- Subhan, Muvida, & Ida. (2022). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online(Studi Kasus Pada Konsumen Market PlaceShopee, KotaTernate). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 35–46. <https://doi.org/10.32502/jimn.v12i1.4559>
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sustiyo, J., Keuangan, P., & Stan, N. (2020). Apakah Literasi Keuangan Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z? In *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai* (Vol. 04, Issue 01).
- Sujarweni, W. V. (2014). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and research agenda oninterventions.*Decision Sciences*, 39 (2), 273–315.
- Yates, D., & Ward, C. (2011). Financial Literacy : Examining. *Journal of Business Education*, 4(1), 65–78.