

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,
PERSEPSI RISIKO DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP
PENGUNAAN PLATFORM *PEER TO PEER* (P2P) *LENDING*
OLEH GEN Z**

(SKRIPSI)

**KALISTA MANNA SUTRA
NPM 2016051052**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP PENGUNAAN PLATFORM *PEER TO PEER* (P2P) LENDING OLEH GEN Z

Oleh

KALISTA MANNA SUI TRA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan *fear of missing out* (FoMO) terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh gen z di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dimana data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner melalui sosial media dalam bentuk *gform*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden gen z yang ada di Bandar Lampung. Data yang dalam penelitian dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan dan FoMO ketiganya memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh gen z di Bandar Lampung. Sedangkan persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah hubungan yang negatif terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh gen z di Bandar Lampung.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, FoMO, *Peer to Peer Lending*.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED RISK, AND FEAR OF MISSING OUT (FOMO) ON THE USE OF PEER-TO-PEER (P2P) LENDING PLATFORMS BY GEN Z

By

KALISTA MANNA SUITRA

This research aims to examine the influence of financial literacy, perceived ease of use, perceived risk, and fear of missing out (FoMO) on the use of peer-to-peer lending platforms by Generation Z in Bandar Lampung. The research employs a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed via social media in the form of Google Forms. The sample consists of 100 generation Z respondents from Bandar Lampung. The collected data was analyzed using SPSS statistical software. The results of this study indicate that financial literacy, perceived ease of use, and FoMO all have significant and positive influences on the use of peer-to-peer lending platforms by Generation Z in Bandar Lampung. On the other hand, perceived risk has a significant influence with a negative relationship on the use of peer-to-peer lending platforms by Generation Z in Bandar Lampung.

Keywords : Financial Literacy, Perceived Ease of Use, Perceived Risk, FoMO, Peer to Peer Lending.

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,
PERSEPSI RISIKO DAN *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) TERHADAP
PENGUNAAN PLATFORM *PEER TO PEER* (P2P) *LENDING*
OLEH GEN Z**

Oleh

KALISTA MANNA SUITRA

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

Pada

**Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

Judul Skripsi : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI RISIKO DAN FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TERHADAP PENGGUNAAN PLATFORM PEER TO PEER (P2P) LENDING OLEH GEN Z**

Nama Mahasiswa : **Kafista Manna Suitra**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2016051052**

Jurusan : **Ilmu Administrasi Bisnis**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

[Handwritten signatures of Dr. Satripto and Dr. K. Bagus Wardianto]

Dr. Satripto, S.Sos., M.A.B.
NIP. 196902261990031001

Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B.
NIP. 198001172003121002

2. Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis

[Handwritten signature of Dr. Ahmad Rifa'i]

Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si
NIP. 197502042000121001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Suripto, S.Sos., M.A.B.**



Sekretaris : **Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B.**



Penguji : **Mediya Destalia, S.A.B., M.A.B**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 25 Juli 2024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 11 Juli 2024

Pembuat Pernyataan



Kalista Manna Suitra

NPM. 2016051052

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Kalista Manna Suitra. Penulis lahir di Bandar Lampung pada tanggal 04 Februari 2023, sebagai anak pertama dari pasangan Bapak Dedy Ateng Suitra dan Ibu Siti Ruhayati. Perjalanan pendidikan penulis dimulai dari TK Amelia Bandar Lampung dan menyelesaikannya pada tahun 2008. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan dasar di SD Boddhisatva dan lulus pada tahun 2014. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama nya di SMP Xaverius 1 Bandar Lampung dan menyelesaikan pendidikannya pada tahun 2017. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan menengah nya di SMK Negeri 04 Bandar Lampung dan berhasil lulus pada tahun 2020.

Pada tahun 2020, penulis diterima di Universitas Lampung pada Jurusan Ilmu Administrasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Selama masa perkuliahan, penulis aktif mengikuti organisasi kemahasiswaan di jurusan yaitu HMJ Ilmu Administrasi Bisnis Unila dan menjadi Sekretaris pada bidang Pengkajian dan Keilmuan (PK). Penulis juga aktif mengikuti kegiatan kampus dengan mengikuti program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yaitu melaksanakan magang mandiri selama 6 bulan di PT Waterindex Tirta Lestari (amdk GRAND) yang berlokasi di Jl. Tembesu 1. Ditempatkan di kantor dan gudang pemasaran pada bagian keuangan sebagai Admin Penjualan yang kemudian diperpanjang oleh pihak perusahaan untuk melanjutkan magang kerja selama 2 bulan. Melalui program tersebut, penulis tentunya mendapatkan banyak pembelajaran dan pengalaman baru mengenai dunia kerja yang profesional.

MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

(Qs Ar-Rum 60)

“It always seems impossible until it’s done”

(Nelson Mandela)

“Work until you don’t have to introduce yourself”

“Kesuksesan tidak diukur oleh seberapa tinggi kamu naik, tetapi seberapa sering kamu jatuh dan bangkit kembali”

(Nelson Mandela)

“Live as if you were to die tomorrow, learn as if you were to live forever”

(Mahatma Gandhi)

“Yang Sudah tertakar, tidak akan tertukar”

“Hidup adalah sebuah perjalanan, bukan perbandingan. Maka jangan bandingkan prosesmu dengan orang lain karena kita berada di bumi yang sama, tapi dengan takdir yang berbeda”

”Kamu tidak perlu menjadi luar biasa untuk memulai, tapi kamu harus memulai untuk menjadi luar biasa”

(Zig Ziglar)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur kupanjatkan kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Kuasa dan Maha Pemurah, yang telah memberikan kesempatan dan kemampuan kepada saya untuk menyelesaikan Penelitian ini, segala puji hanya milikmu ya Allah.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada :

Orang tua tercinta,

Ibu Siti Ruhayati dan Bapak Dedy Ateng Suitra

Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya sederhana ini kepada Mama dan Papa yang telah memberikan kasih sayang dan segala dukungan yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas. Terimakasih telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh cinta kasih hingga penulis mampu bertahan sampai tahap ini. Terimakasih untuk segala doa terbaik kepada-Nya bagi kehidupan penulis. Semoga karya kecil ini dapat menghadirkan sebuah kebanggaan di hati kalian.

Adikku tersayang,

Ezekiel Arasy Suitra

Terimakasih telah menjadi membantu penulis dalam menyelesaikan karya kecil ini. Terimakasih juga karena telah menjadi pelengkap dan penghibur ketika penulis merasa lelah dan kesulitan menyelesaikan karya ini. Semoga dengan adanya karya sederhana ini, dapat menjadi semangat dan motivasi baru bagimu untuk memulai dan menyelesaikan perkuliahanmu dengan baik di masa yang akan datang.

Almamater Tercinta, Universitas Lampung

SANWACANA

Puji Syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan *Fear Of Missing Out* (Fomo) Terhadap Penggunaan Platform *Peer To Peer* (P2P) *Lending* Oleh Gen Z” dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Lampung.

Dalam proses penulisan skripsi ini terjadi banyak hambatan baik yang datang dari luar dan dari dalam diri penulis. Penulisan skripsi ini pun tidak lepas dari bimbingan dan bantuan serta petunjuk dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Dedy Hermawan, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Arif Sugiono, S.Sos., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Robi Cahyadi Kurniawan, S.Ip, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Ahmad Rifa'i, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

6. Ibu Damayanti, S.A.B., M.A.B., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
7. Bapak Dr. Suropto, S.Sos., M.A.B., selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah sangat baik dalam memotivasi dan memberikan semangat kembali kepada saya sehingga mampu untuk menyelesaikan karya ini. Terima kasih atas segala bentuk pengertian, dukungan, bimbingan, arahan, kritik, saran dan masukan yang positif kepada penulis serta segala bentuk bantuan lainnya selama masa studi penyusunan skripsi. Semoga bapak senantiasa dalam lindungan-Nya, diberikan kemudahan dan rahmat-Nya dalam setiap urusan bapak.
8. Bapak Dr. K. Bagus Wardianto, S.Sos., M.A.B. selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah sangat sabar memberikan bimbingan dan semangat kepada saya sehingga dapat menyelesaikan karya ini. Terima kasih atas segala bentuk pengertian, dukungan, bimbingan, motivasi, arahan, kritik, saran dan masukan yang positif kepada penulis serta segala bentuk bantuan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu selama masa studi penyusunan skripsi. Semoga Allah selalu melindungi dan menyertai di segala bentuk perjalanan kehidupan bapak.
9. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.A.B., selaku Dosen Penguji Utama yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya. Terima kasih karena telah memberikan pengertiannya kepada penulis, membimbing penulis, memberikan arahan, motivasi dan semangat, serta memberikan masukan untuk kebaikan skripsi penulis serta segala bentuk bantuan dan kemudahan lainnya selama masa studi penyusunan skripsi.
10. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atas bimbingan, nasihat, dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama masa studi.
11. Bapak dan Ibu Staff Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, atas bantuan, bimbingan, nasihat, dan ilmu yang diberikan kepada penulis selama masa studi.

12. Seluruh responden penelitian yang dengan senang hati telah bersedia membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
13. Kedua orang tua terkasih dan tercinta, Ibu Siti Ruhayati dan Bapak Dedy Ateng Suitra. Terima kasih telah sabar dan senantiasa menemani perjalanan penulis dari awal hingga bisa sampai pada titik ini. Terima kasih atas segala pengorbanan, dukungan dan doa terbaik yang kalian berikan sepanjang perjalanan hidup penulis. Terima kasih telah merawat dan mendidik dan membesarkan penulis menjadi seorang anak perempuan pertama yang kuat. Semoga kalian senantiasa dilindungi oleh Allah SWT, diberikan rahmat yang berlimpah, kebahagiaan, kesehatan serta umur yang panjang sehingga dapat mengiringi penulis dalam mewujudkan cita-cita serta membahagiakan kalian. Terima kasih sudah selalu membuka hati untuk penulis ketika orang lain menutup telinganya untukku.
14. Terimakasih untuk adikku tersayang, Ezekiel Arasy Suitra karena sudah menjadi bagian dalam perjalanan hidup penulis. Semoga penulis dapat menjadi sosok kakak yang mampu mengayomi dan memberikan kebahagiaan untukmu. Semoga dengan adanya karya ini juga dapat dijadikan contoh dan motivasi bagimu untuk menata masa depanmu dan melanjutkan studimu di jenjang perkuliahan.
15. Terima kasih kepada teman-teman terbaik dan seperjuangan sejak awal perkuliahan, Yunita Andriyani, Else Melinia, Meisya Nadila, Anisa Mutiara, Dwi Septianti, Annisa Mutiara Wulansari, dan Puja KPC. Terima kasih atas segala bantuan, pengertian, dukungan, semangat, doa, keceriaan dan kebahagiaan yang selama ini kalian berikan dan menghiasi kehidupan perkuliahan penulis. Semoga hal baik selalu menyertai setiap langkah kalian. Dan semoga pertemanan ini bisa terus terjaga sampai selamanya.
16. Kepada sahabat terbaikku, Sofia Amalia Putri. Terima kasih banyak atas segala dukungan, bantuan, motivasi, semangat, pengertian dan doa yang selama ini selalu diberikan. Terima kasih banyak untuk telinga yang sudah selalu mau mendengarkan keluh kesah penulis dan bahu yang selalu siaga menopang penulis ketika penulis mulai terpuruk. Terima kasih karena telah

selalu ada dan menghibur penulis. Semoga kebaikan dan kebahagiaan selalu mengelilingi hidupmu. Semoga di masa depan nanti kita bersama-sama bisa menjadi orang yang sukses dan mampu mewujudkan semua mimpi kita. Semoga persahabatan ini terjalin sampai selamanya. Dan ingat kamu harus selalu bahagia bestie.

17. Kepada teman terbaikku sejak dulu, Nara Dea Nadova. Terima kasih karena telah menjadi peran penting dalam memberikan banyak semangat, bantuan, dorongan dan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
18. Terima kasih kepada teman baik dan santuyku Syecha, Septa, Cheivo, Wawan yang juga selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis. Selalu menghibur dan telah menemani serta mengisi perjalanan penulis dalam menyusun skripsi ini dengan penuh canda dan tawa dan keceriaan.
19. Kepada adik-adik lusyuku, Yufa Putri Septia Rini, Dara Faradila Dwi Putri dan Angela Margareta Halim. Terima kasih karena telah setia memberikan semangat dan menemani perjalanan studi penulis dari awal hingga saat ini. Semoga kalian bertiga selalu diberikan kemudahan, kebaikan dan kebahagiaan dalam setiap langkah perjalanan kalian. Kalian akan tetap dan selalu menjadi adik-adik kicikku sampai kapanpun.
20. Teruntuk pendengar terbaikku sejak dulu, Muhammad Nouval. Terima kasih telah dengan senang hati menjadi tempat berkeluh kesah, bercerita dan mencari solusi selama penulis menyelesaikan studi. Terima kasih untuk segala motivasi, dukungan dan kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis. Dan terimakasih karena tidak pernah menghakimi dan selalu mengapresiasi setiap pencapaian kecil yang penulis raih.
21. Kepada kakak tingkat jurusan Ilmu Administrasi Bisnis untuk angkatan 2018 dan 2019 yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan dan dukungan yang selama ini diberikan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
22. Teman-teman seperjuangan jurusan Ilmu Administrasi Bisnis 2020, terima kasih atas segala dukungan dan bantuan yang telah diberikan sejak awal masa perkuliahan hingga akhir.

23. Untuk diriku sendiri, terima kasih atas ketekunan dan perjuanganmu dalam menyelesaikan studi ini. Terima kasih karena kamu telah bertahan melalui banyak hal hebat meski beberapa kali hampir menyerah, meski selalu menilai diri ini lemah namun tetap bertahan hingga mampu melangkah sampai ke titik ini. Tetaplah kuat untuk semua hal yang kadang membuatmu patah. Terima kasih juga sudah sekuat ini dan maaf jika sering memaksamu untuk terus kuat. *You've done a great job, taking care of yourself, mentally and physically.*

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Bandarlampung, 11 Juli 2024

Kalista Manna Suitra
NPM.2016051052

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iiiv
DAFTAR GAMBAR	iv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2.2 Literasi Keuangan	13
2.2.1 Manfaat Literasi Keuangan	15
2.2.2 Tingkatan Literasi Keuangan	16
2.2.3 Indikator Literasi Keuangan	17
2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan	18
2.3.1 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan	19
2.4 Persepsi Risiko	20
2.4.1 Indikator Persepsi Risiko	20
2.6 <i>Peer to peer (P2P) Lending Platform</i>	23
2.6.1 Indikator <i>Peer to peer (P2P) Lending</i>	25
2.7 Penelitian Terdahulu	25
2.8 Kerangka Pemikiran	31
2.9. Hipotesis Penelitian	33
2.9.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Platform <i>Peer to peer Lending</i> Oleh Gen Z	33
2.9.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Platform <i>Peer to peer Lending</i> Oleh Gen Z	34
2.9.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan Platform <i>Peer to peer Lending</i> Oleh Gen Z	35
2.9.4 Pengaruh <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> Terhadap Penggunaan Platform <i>Peer to peer Lending</i> Oleh Gen Z	36
2.9.5 Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> secara simultan terhadap penggunaan <i>Peer to peer (P2P) Lending Platform</i> Oleh Gen Z	37
III. METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Sumber Data dan Metode Pengumpulan	39

3.3	Populasi dan Sampel	40
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
3.5	Metode Analisis Data	43
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	43
3.5.2	Uji Instrumen	44
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.5.5	Uji Hipotesis	49
3.6	Koefisien Determinasi (R^2)	40
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1	Sejarah <i>Peer to Peer Lending</i> Platform	51
4.2	Karakteristik Responden	52
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	54
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pemasukan	55
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemasukan per Bulan	55
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Platform <i>Peer to Peer Lending</i> yang digunakan.....	56
4.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	56
4.3.1	Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X1).....	57
4.3.2	Deskripsi Variabel Persepsi Kemudahan (X2).....	58
4.3.3	Deskripsi Variabel Persepsi Risiko (X3).....	59
4.3.4	Deskripsi Variabel <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> (X4)	60
4.3.4	Deskripsi Variabel Penggunaan <i>Peer to Peer Lending</i> (Y)	61
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.5	Uji Asumsi Klasik	64
4.5.1	Uji Normalitas.....	64
4.5.2	Uji Multikolinearitas	64
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	65
4.5.4	Uji Autokorelasi	66
4.6	Hasil Uji Hipotesis	67
4.6.1	Uji Parsial (t).....	67
4.6.2	Uji Simultan (F).....	69
4.7	Koefisien Determinasi (R^2)	70
4.8	PEMBAHASAN	70
4.8.1	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Platform <i>Peer to Peer Lending</i> oleh Gen Z.....	70
4.8.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Platform <i>Peer to Peer Lending</i>	73
4.8.3	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan Platform <i>Peer to Peer Lending</i>	76
4.8.4	Pengaruh <i>Fear of Missing Out (FoMO)</i> Terhadap Penggunaan Platform <i>Peer to Peer Lending</i>	78

4.8.5 Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko dan <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO) Terhadap Penggunaan Platform <i>Peer to Peer Lending</i>	80
--	----

V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA.....	87
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	95
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Penyaluran Pinjaman P2P <i>Lending</i> Berdasarkan Usia per Agustus 2023.....	5
Tabel 2.1 Overview Penyelenggaraan <i>Fintech Lending</i> Agustus 2023.....	24
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Skala Likert.....	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas.....	46
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data Penelitian.....	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	54
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pemasukan.....	55
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemasukan.....	55
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform yang digunakan.....	56
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Literasi Keuangan.....	57
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Kemudahan.....	58
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Risiko.....	59
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel <i>Fear of Missing Out</i> (FoMO).....	60
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel Penggunaan P2P <i>Lending</i>	61
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi.....	66
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (t).....	67
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (F).....	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70

DAFTAR GAMBAR

	sHalaman
Gambar 1. 1 Sebaran <i>Fintech</i> di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Penyaluran Pinjaman Online Periode Sept 2022 - Juli 2023	4
Gambar 2. 1 Model Original Technology Acceptance Model (1989).....	12
Gambar 2. 2 Model Final TAM oleh Fred Davis dan Venkantesh	13
Gambar 2. 4 Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	66

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Revolusi Industri 4.0 telah memperkenalkan teknologi produksi massal yang fleksibel. Revolusi digital merupakan istilah lain dari industri 4.0. Disebut revolusi digital karena terjadinya proliferasi komputer dan otomatisasi pencatatan di semua bidang. Industri 4.0 dikatakan sebagai era disrupsi teknologi karena otomatisasi dan konektivitas di sebuah bidang akan membuat pergerakan dunia industri dan persaingan kerja menjadi tidak linear (Tjandrawinata, 2016).

Saat ini tak dapat dipungkiri bahwa teknologi digital telah menguasai dunia dan seluruh aspek kehidupan di dalamnya. Banyak teknologi terdahulu yang pernah digunakan seperti mekanik dan elektronik analog yang dioperasikan oleh tenaga manusia, namun kini telah tergantikan oleh teknologi digital. Salah satunya yaitu internet. Dimana komponen inilah yang paling dekat dengan manusia dan telah merubah banyak hal. Tidak hanya sekedar merubah cara dalam berinteraksi dan berkomunikasi, tetapi juga mempengaruhi ruang bisnis dan gaya hidup.

Peralihan teknologi dapat dengan mudah diterima dan disambut dengan baik oleh masyarakat. Perkembangannya yang pesat menghasilkan berbagai kemudahan yang dapat dirasakan tanpa adanya batasan yang sebelumnya hanya sebatas lokal dan nasional, kini sudah bisa menjangkau ke ranah global. Manusia bisa dengan mudah berkomunikasi, membeli kebutuhan, memenuhi gaya hidup, menerima informasi dan mengikuti tren secara global

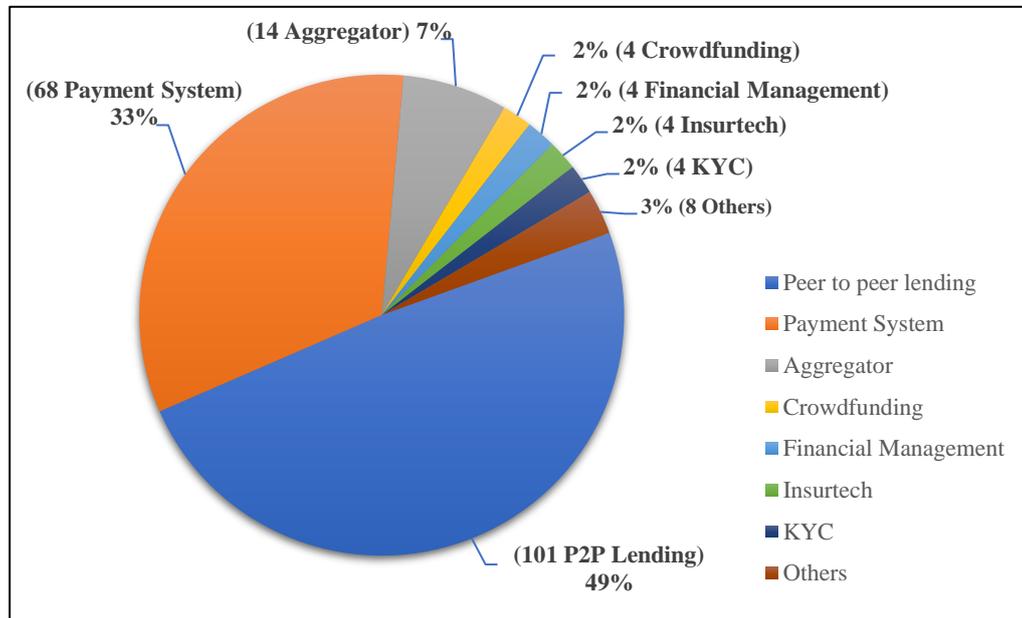
Transformasi digital sudah banyak mengantarkan dan mengubah berbagai sektor kehidupan di dunia yang awalnya berjalan secara manual atau konvensional dan memerlukan bantuan tenaga manusia kini telah ikut beralih menjadi sebuah era yang serba digital sebagai respon atas perubahan dunia yang saat ini sudah bergerak ke arah digitalisasi. Seiring dengan revolusi digital ini, lahir berbagai inovasi baru dalam segala bidang, termasuk dalam bidang keuangan yang merupakan akibat dari permintaan dan gaya hidup masyarakat. Kemajuan pesat dalam teknologi digital mengubah lanskap ekonomi dan keuangan (World Bank, 2019).

Seiring dengan perkembangan teknologi digital di Indonesia saat ini, secara umum sektor keuangan turut mengalami berbagai perkembangan yang cukup pesat. Hal tersebut terbukti dari maraknya bermunculan berbagai jenis aplikasi dan layanan keuangan yang tersedia dan dapat dengan mudah di unduh melalui Google Play Store maupun AppStore yang ada pada gadget. Saat ini, digitalisasi keuangan tidak lagi hanya diimplementasikan melalui layanan perbankan, tetapi juga sudah banyak perusahaan atau lembaga keuangan non perbankan lainnya yang sudah mendigitalisasikan dirinya dan kini lebih sering dikenal dengan nama *Fintech* (*Financial Technology*).

Financial Technology atau lebih populer disebut dengan *fintech* merupakan sebuah inovasi yang menggabungkan antara *financial service* dengan teknologi sebagai alternatif pilihan bagi masyarakat selain lembaga keuangan konvensional (Adityandani, 2019). Perkembangan teknologi yang terjadi saat ini membuat pemilik aplikasi mobile mencoba berinovasi dalam menciptakan berbagai jenis layanan *fintech*. Beberapa diantaranya yaitu layanan *fintech* di bidang pembiayaan, seperti *supply chain finance*, *crowdfunding* dan *peer to peer* (P2P) *lending*.

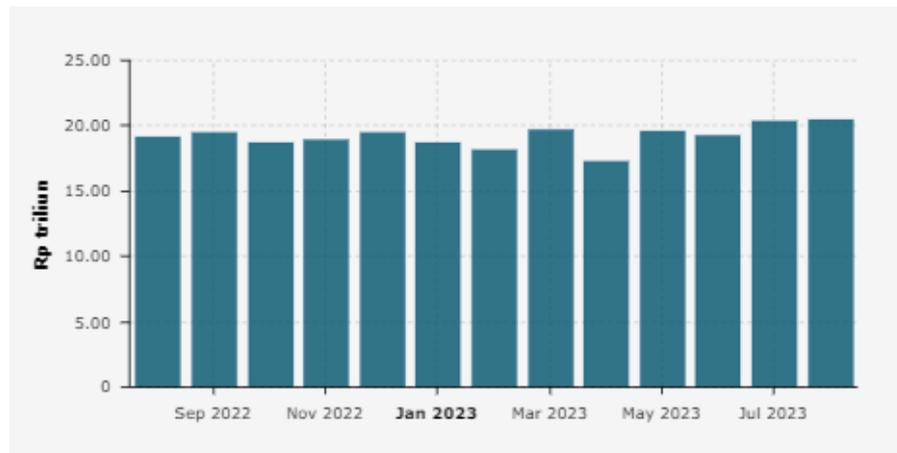
Fintech hadir dengan menawarkan beragam layanan yang memudahkan konsumen dalam penggunaan jasa keuangan (OJK, 2019). Kehadiran *fintech* telah dikenal baik oleh khalayak luas, mulai dari kalangan pebisnis, sampai dengan kalangan muda atau generasi z yang merupakan pengguna aktif internet. Penggunaan platform digital tersebut telah berkembang pesat sampai dengan hari ini dan salah satu

platform yang berhasil mencuri perhatian dan berkembang dengan sangat signifikan yaitu *peer to peer* (P2P) *lending*.



Gambar 1. 1 Sebaran *Fintech* di Indonesia
 Sumber : Aftech, Desember 2018

Berdasarkan pada gambar 1.1, layanan *peer to peer lending* lebih banyak diminati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia disebabkan oleh berbagai macam alasan. Salah satunya yaitu kemudahan dalam penggunaan dan kecepatan waktu yang dibutuhkan untuk mengajukan dan mendapatkan dana pinjaman. Hal ini dapat dibuktikan dengan data yang dimiliki oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dimana terlihat kenaikan jumlah penyaluran pinjaman yang mencapai Rp. 20,53 triliun pada Agustus 2023 atau meningkat sebesar 6,87% dibandingkan dengan tahun sebelumnya pada bulan Agustus 2022. Pinjaman pada Agustus 2023 disalurkan kepada 16,5 juta akun aktif penerima pinjaman baik perseorangan maupun badan usaha.



Gambar 1. 2 Penyaluran Pinjaman Online Periode Sept 2022 - Juli 2023
 Sumber : *databoks.katadata.co.id* (2023)

Peer to peer (P2P) lending adalah sebuah platform digital yang dijadikan sebagai sarana dalam mempertemukan pemberi pinjaman (kreditur) dengan pihak penerima pinjaman (debitur) tanpa melalui jasa perbankan namun dengan Tingkat suku bunga yang lebih besar. Dalam penerapannya, *peer to peer (P2P) lending* mengizinkan setiap penggunanya untuk mengajukan pinjaman untuk berbagai kepentingan. Sistem ini dapat menjadi alternatif yang menarik bagi calon debitur apabila dibandingkan dengan melalui lembaga perbankan, koperasi atau pemerintah yang memiliki proses pengajuan yang cenderung lebih rumit.

Berdasarkan pada data statistik yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengenai *fintech peer to peer lending* per Agustus 2023, OJK menyatakan bahwa mayoritas dari nasabah atau akun peminjam merupakan generasi muda dari rentang usia 19 sampai 34 tahun. Generasi z ini tercatat sebagai penyumbang terbesar yaitu sekitar 10, 2 juta akun pengguna aktif atau sekitar 53,4% dari total nasabah perseorangan dan penerima kredit *PEER TO PEER lending* yakni 48,4% atau mencapai Rp. 25,7 triliun.

Tabel 1. 1 Data Jumlah Penyaluran Pinjaman *Peer to Peer Lending* Berdasarkan Usia per Agustus 2023

	Rentang Usia			
	< 19 Tahun	19-34 Tahun	35-54 Tahun	> 54 Tahun
Jumlah Rekening Penerima Pinjaman Aktif	116.305	10.232.801	7.427.469	1.346.793
Out Standing Pinjaman (miliar Rp)	222,05	25.679,91	18.906,34	2.903,36

Sumber : Statistik *peer to peer Lending* OJK Agustus 2023

Deputi Komisioner Pengawas Industri Keuangan Non-Bank (IKNB) I OJK Bambang W. Budiawan menuturkan bahwa hal tersebut masih dapat dikatakan wajar apabila pendanaan macet juga terbesar disumbang oleh Generasi milenial dan Z (OJK, 2019). Hal ini mengingat bahwa mayoritas debitur pada *peer to peer lending* platform berasal dari rentang usia 19 tahun–34 tahun. Gen Z dan Milenial merupakan generasi yang sudah mengenal baik teknologi namun Gen Z dan Milenial masih belum dan kurang bijak dalam memanfaatkannya.

Dalam penelitiannya, Puspa Cahyani (2023) menyebutkan beberapa faktor yang melandasi perilaku Generasi Milenial dan Z tertarik untuk berutang antara lain :

1. Rendahnya tingkat literasi keuangan yang baik sehingga individu kurang bijak dalam manajemen konsep keuangan, investasi dan pengelolaan dana pribadi.
2. Kemudahan penggunaan teknologi pinjaman digital atau *peer to peer* (P2P) *lending* platform dengan proses pengajuan pinjaman yang lebih mudah.
3. Persepsi resiko, dimana hal ini berkaitan dengan bagaimana individu tau peminjam menilai resiko terkait dengan penggunaan platform *peer to peer lending* itu sendiri, seperti resiko keterlambatan dan gagal bayar oleh peminjam.
4. Fear of Missing Out (FoMO), merupakan sebuah istilah yang seringkali digunakan untuk mencerminkan ketakutan seseorang akan melewatkan peluang atau tertinggal tren yang sedang populer.
5. Adanya beberapa platform belanja yang menyediakan layanan paylater seperti e-commerce, aplikasi pemesanan makanan, tiket, dan lain-lain.

6. Gaya hidup konsumtif dan gaya kognitif impulsif yang cenderung dimiliki oleh Gen Z dan Generasi Milenial.

Berdasarkan beberapa faktor yang telah disebutkan di atas, sangat memungkinkan bahwa faktor utama yang dapat mendorong generasi Z untuk menggunakan *fintech lending* yaitu akibat minimnya wawasan mengenai literasi keuangan dan digital. Padahal nyatanya literasi keuangan sangat berpengaruh terhadap pengetahuan dan kecakapan individu untuk mengaplikasikan pemahaman mengenai konsep dan risiko serta keterampilan dalam memilih keputusan yang tepat dan efektif dalam mengatur keuangannya.

Peran literasi keuangan bagi individu tidak hanya sekedar sebagai sebuah teori, tetapi juga diharapkan bisa membuat individu lebih bijak dan pandai dalam mengelola aset yang dimilikinya (Amanita, 2017). Terutama generasi Z, mereka sangat membutuhkan pemahaman terkait pengelolaan finansial untuk mendukung segala keputusan atau transaksi keuangan. Dengan Tingkat literasi keuangan yang baik, generasi Z dapat meningkatkan dan memperluas pengetahuannya mengenai *fintech* terutama *peer to peer lending*.

Menurut beberapa penelitian terdahulu, literasi keuangan sangat mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan generasi Z. Tingkat literasi keuangan yang rendah, seringkali menyebabkan generasi Z abai dalam mencari tahu dan mempertimbangkan legalitas suatu lembaga, kurangnya kemampuan dalam memperhitungkan jumlah pinjaman dan tingkat suku bunga serta denda yang bisa saja terjadi (Viya R, 2021). Sebaliknya, tingginya tingkat literasi keuangan yang baik akan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan yang tepat bagi generasi Z untuk menggunakan produk dan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan (Wulandari, 2023). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadany et al. (2023), Aditya et al. (2022) yang juga menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif terhadap intensi penggunaan layanan *peer to peer (P2P) lending*.

Namun, terdapat juga beberapa penelitian menyatakan pendapat yang berbanding terbalik dan tidak sejalan dengan pendapat di atas. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rahma et al. (2021), Faradila et al. (2023), Asriyani et al. (2023), dimana hasil dari penelitian yang telah mereka lakukan menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh atau dengan kata lain berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku keuangan dan penggunaan layanan *peer to peer* (P2P) *lending*.

Menyoroti fenomena tersebut, Direktur Ekonomi Digital dan Ekonom Center of Economic and Law Studies (CELIOS), Nailul Huda, menyebutkan terdapat beberapa hal yang menjadi penyebab generasi milenial dan Z tergiur untuk terjun menggunakan layanan *peer to peer lending*. Menurutnya, faktor yang sering mempengaruhi intensitas penggunaan *fintech lending* yaitu kemudahan penggunaan dan proses peminjaman. (Tempo.co, 2023)

Suhir, et al. (2014) juga mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai ukuran sejauh mana teknologi mudah untuk digunakan oleh pengguna. Persepsi ini yang kemudian akan mempengaruhi perilaku individu yaitu dimana semakin tinggi persepsi individu terhadap kemudahan suatu teknologi, maka akan semakin tinggi juga intensitas penggunaan akan teknologi tersebut. Apabila sebuah teknologi dianggap mudah untuk dimengerti, maka teknologi tersebut mudah untuk digunakan. Dan sebaliknya, apabila dianggap sulit untuk digunakan, maka teknologi tersebut tidak dapat menarik minat individu untuk menggunakannya (Suliantini et al., 2022).

Pernyataan penelitian tersebut mendukung ungkapan dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 yang membahas tentang persepsi kemudahan sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan sebuah teknologi baru. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriyanthi (2022), Damayanti et al. (2023), Aini (2020) dan Azizah (2020) bahwa persepsi kemudahan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat penggunaan *peer to peer* (P2P) *lending platform*.

Pasalnya, persyaratan yang dibutuhkan dalam mengajukan pinjaman dana melalui *peer to peer lending* hanya dengan menyiapkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan akun pengguna aktif pada platform digital *peer to peer lending* terkait, tanpa adanya pengecekan yang valid terkait kemampuan debitur kedepannya dalam membayar pinjaman. Karena kemudahan dan kecepatannya inilah, *fintech peer to peer lending* mampu menarik perhatian dan telah menjadi sangat populer serta marak digunakan oleh kalangan generasi z sebagai pilihan alternatif.

Namun, hal ini juga dapat menimbulkan masalah baru dimana pada kenyataannya masih banyak orang yang sampai detik ini belum bijak dalam menggunakan layanan peminjaman online. Padahal, apabila dibandingkan dengan pinjaman konvensional (lembaga perbankan), pinjaman online memiliki tingkat suku bunga yang cenderung lebih tinggi dan jangka cicilan yang relatif lebih cepat. Pada layanan pinjaman online, biaya administrasi tidak disajikan secara transparan. Alhasil para nasabah harus menanggung resiko dengan membayar bunga pinjaman dalam jumlah yang besar, biaya denda keterlambatan dan denda-denda lainnya.

Terdapat pula risiko lainnya yang juga harus dipertimbangkan oleh calon debitur sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan *fintech lending* yaitu mengenai keamanan data pribadi yang digunakan saat mendaftarkan diri ke dalam aplikasi. Data tersebut bisa saja dibocorkan kepada pihak yang tidak bertanggung jawab dan digunakan untuk melakukan hal-hal yang bisa merugikan pemilik data atau bahkan bisa saja data tersebut sampai dijual ke *dark web*. Hal ini tentu saja menjadi risiko yang juga harus dipertimbangkan oleh para calon pengguna pinjaman online sebelum menggunakan layanan tersebut dan terjebak dalam jeratan utang yang berat.

Untuk meminimalisir akibat yang dapat saja terjadi kedepannya, dibutuhkan pengetahuan individu yang baik mengenai risiko penggunaan sebuah teknologi, semakin baik tingkat pengetahuannya maka akan semakin bijak pula individu dalam menggunakan ataupun melakukan transaksi peminjaman dana dan dapat diindikasikan tingkat persepsi risiko yang tinggi akan mempengaruhi tingkat transaksi pinjaman (Evimalia, 2022). Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Rahim (2017) dan Wardoyo et al. (2017) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *fintech lending*.

Faktor lainnya setelah kemudahan dan kecepatan penggunaan, yang juga turut disebutkan oleh Direktur CELIOS Nailul Huda, yang turut mempengaruhi penggunaan *fintech lending* yaitu ketakutan akan tertinggal zaman atau sebuah tren yang timbul dalam diri anak muda atau yang kini lebih ramai dikenal dengan istilah *Fear of Missing Out* (FOMO). Tak jarang ketakutan yang berlebih atau FOMO ini mengakibatkan munculnya sikap konsumtif pada diri seseorang karena persepsinya untuk harus terus mengikuti tren terbaru (Tempo.co, 2023).

Hal ini terbukti dari jumlah pinjaman yang disalurkan mayoritas digunakan oleh kaum muda untuk membeli keperluan konsumtif yang mungkin saja pada dasarnya hal tersebut tidak terlalu genting dan dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari seperti membeli album kpop, tiket konser dan sebagainya. Nailul Huda menuturkan bahwa faktor FOMO inilah yang juga sangat memungkinkan mempengaruhi generasi Z dalam menentukan keputusan untuk menggunakan *peer to peer (P2P) lending platform*. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian Harahap et al. (2023) yang menyatakan bahwa FOMO berpengaruh terhadap penggunaan *fintech lending*.

Kepala Eksekutif Pengawas Industri Keuangan Nonbank (IKNB) OJK, Ogi Prastomiyo membenarkan bahwa masih banyak sekali masyarakat yang memilih *fintech lending* untuk melakukan peminjaman dana dengan cepat walaupun suku bunga kredit pada *fintech lending* jauh lebih tinggi dibandingkan dengan bank (OJK, 2022). Menurutnya, peristiwa ini terjadi karena masih banyaknya masyarakat atau calon peminjam yang tidak memenuhi syarat dan ketentuan untuk mengajukan peminjaman dana melalui layanan perbankan.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, masih terdapat beberapa inkonsistensi atas hasil penelitian yang ditemukan. Selain itu, penelitian mengenai *Peer to peer Lending* dengan populasi Generasi Z masih terbatas. Oleh sebab itu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan FOMO Terhadap**

Penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* Oleh Gen Z". Fokus penelitian ini adalah untuk menguji variable-variabel yang mempengaruhi penggunaan platform *Peer to peer Lending* oleh Gen Z. Kebaruan bahasan yang akan diteliti oleh penulis yaitu dengan menambahkan variable FOMO sebagai variable bebas dan Gen Z sebagai objek pada variable terikat.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* Oleh Gen Z?
2. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* Oleh Gen Z?
3. Apakah Persepsi Risiko berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* Oleh Gen Z?
4. Apakah *Fear of Missing Out* (FoMO) berpengaruh secara parsial terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* Oleh Gen Z?
5. Apakah Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* Oleh Gen Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh parsial Literasi Keuangan terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* oleh Gen Z.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh parsial Persepsi Kemudahan terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* oleh Gen Z.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh parsial Persepsi Risiko terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* oleh Gen Z.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh parsial *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* oleh Gen Z.

5. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh simultan Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending Platform* Oleh Gen Z.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pemahaman dan pengujian dari *Technology Acceptance Model* (TAM) (Fred Davis, 1989) yang mempelajari tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap sebuah teknologi baru.

Dalam teorinya, TAM mengungkapkan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor kemudahan penggunaan (*ease of use*) dan faktor manfaat (*usefulness*). Teori diuji dengan melihat pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan FoMO terhadap penggunaan *peer to peer lending platform*.

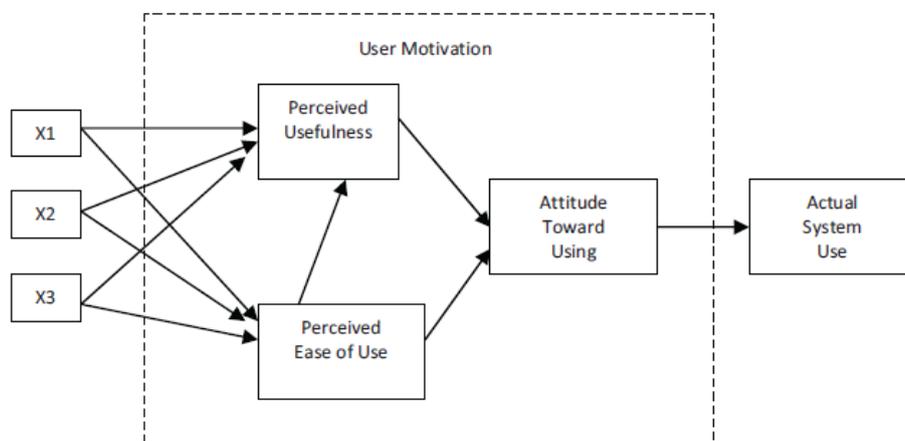
b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penyedia *peer to peer (P2P) lending platform*, dapat dijadikan sebagai wawasan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif kepada target Generasi Z.
- 2) Bagi Generasi Z, dapat dijadikan sebagai motivasi untuk meningkatkan literasi keuangan sehingga mampu membantu individu dalam membuat keputusan finansial yang lebih bijak.
- 3) Penelitian selanjutnya, yaitu dapat mengambil informasi dan sumbangan pemikiran serta pemahaman bagi peneliti selanjutnya untuk mengetahui faktor-faktor penggunaan platform *peer to peer (P2P) lending* oleh Generasi z

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM merupakan hasil pengembangan yang dilakukan oleh Fred Davis dan Richard Bagozzi dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang sebelumnya sudah dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1980. *Technology Acceptance Model* atau TAM merupakan sebuah model teknologi yang berisi tentang sebuah informasi yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan suatu sistem informasi atau teknologi. Model penerimaan teknologi ini pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989.

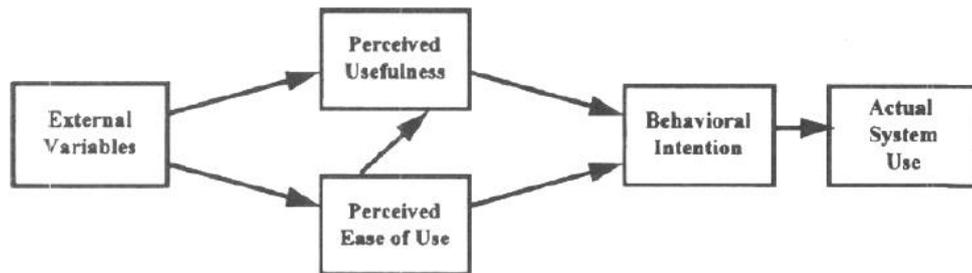


Sumber : <https://sis.binus.ac.id/2016/12/13/penggunaan-tam-technology-acceptance-model-untuk-keperluan-penelitian/>

Gambar 2. 1 Model Original Technology Acceptance Model (1989)

Telah terjadi beberapa perubahan dan pembaruan pada teori TAM yang telah diusulkan. Modifikasi model TAM ini terjadi pada tahun 2002 yang dilakukan oleh Venkantesh dengan menambahkan variable trust, yang meneliti tentang hubungan antara variabel TAM dan Trust. Modifikasi lain juga terjadi pada tahun 2003 (Lui dan Jamieson) dengan menggunakan variable kepercayaan dan resiko yang

dikombinasikan dengan variable TAM yaitu Trust and Risk in Technology Acceptance Model (TRITAM).



Sumber : <https://sis.binus.ac.id/2016/12/13/penggunaan-tam-technology-acceptance-model-untuk-keperluan-penelitian/>

Gambar 2. 2 Model Final TAM oleh Fred Davis dan Venkatesh

Technology Acceptance Model (TAM) bertujuan untuk menjelaskan serta memperkirakan penerimaan pengguna atau *user* terhadap suatu sistem informasi atau teknologi. Model ini dapat memberikan gambaran kepada individu tentang komponen-komponen yang mempengaruhi individu untuk membuat keputusan dalam menerima dan menggunakan suatu teknologi baru. TAM mampu menjelaskan hubungan tentang sebab akibat antara kepercayaan atas manfaat dari suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaan dan perilaku, tujuan atau keperluan, serta penggunaan aktual dari pengguna suatu sistem informasi atau teknologi.

Secara sederhana, TAM digunakan untuk memprediksi tingkatan penerimaan serta penggunaan yang bersumber pada persepsi kemudahan dan manfaat akan penggunaan teknologi tersebut. Dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) akan memungkinkan provider untuk mampu memprediksi dan mengetahui alasan diterima atau tidaknya sebuah sistem informasi atau teknologi.

2.2 Literasi Keuangan

Aspek keuangan merupakan salah satu hal yang sangat penting dan melekat dalam kehidupan setiap individu. Pengetahuan akan keuangan yang dimiliki, dapat membantu individu dalam menentukan alternatif-alternatif untuk mendapatkan

keputusan-keputusan terbaik yang mampu mengoptimalkan kinerja keuangannya. Margaretha et al. (2015) menyebutkan bahwa pengetahuan tentang keuangan menjadi sangat penting bagi individu agar tidak salah dalam membuat keputusan keuangan nantinya. Apabila pemahaman tentang keuangan yang mereka miliki kurang, maka dapat mengakibatkan individu tersebut akan mengalami kerugian. Pemahaman yang tidak tepat tak jarang menyebabkan banyak individu mengalami kerugian finansial akibat dari sifat konsumtifnya, seperti kurang bijak dalam menggunakan kartu kredit dan dana pinjaman.

Literasi keuangan terdiri dari sejumlah kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk mampu mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya dan bertujuan untuk mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan memiliki ikatan yang erat dengan kebiasaan, perilaku dan pengaruh faktor eksternal (Lusardi et al., 2014). Sementara itu, Chen et al. (1998) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan untuk mengelola keuangan agar bisa hidup lebih sejahtera di masa yang akan datang.

Selain itu, PISA 2012: Financial Literacy Assessment Framework (OECD INFE, 2012) mengartikan bahwa literasi keuangan merupakan faktor fundamental untuk pertumbuhan ekonomi dan stabilitas keuangan. Sedangkan menurut Peraturan OJK No. 76/POJK.07/2016, mendefinisikan literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang tentang keuangan untuk meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Literasi keuangan mencakup kemampuan individu dalam membahas uang, memahami konsep keuangan, membedakan pilihan keuangan, menemukan keputusan yang tepat, merencanakan masa depan dan menghadapi masalah dalam menentukan keputusan keuangan sehari-hari, termasuk fenomena ekonomi nasional maupun global. Literasi keuangan atau melek keuangan dapat mengilustrasikan seberapa baik individu memahami bagaimana cara uang bekerja (Arianti et al., 2021). Literasi keuangan dapat diaplikasikan ketika seorang individu memiliki kemampuan dan keahlian dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk

mencapai tujuannya. Literasi keuangan dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan keuangan dan memberikan sumbangsi terhadap pertumbuhan ekonomi sebuah negara. Semakin tinggi tingkat kerumitan ekonomi, kebutuhan produk keuangan dan individu, maka individu harus mempunyai literasi keuangan yang baik untuk dapat mengatur dana pribadinya.

Kurangnya pengetahuan tentang keuangan akan berdampak pada penentuan keputusan sehari-hari, membuatnya sulit menentukan keputusan yang paling menguntungkan bagi kesejahteraan ekonominya, seperti mengakibatkan memiliki hutang yang berlebihan. Tidak hanya bagi kehidupan pribadi, namun literasi keuangan juga dapat berpengaruh terhadap kemajuan ekonomi suatu negara.

2.2.1 Manfaat Literasi Keuangan

Setiawan et al. (2018), menjelaskan bahwa selain bertujuan untuk memperbaiki keuangan pribadi, literasi keuangan juga dapat membantu lembaga dan layanan jasa keuangan dan stabilitas ekonomi sebuah negara.

Wulandari (2023), dalam penelitiannya menjelaskan manfaat literasi keuangan bagi individu, lembaga keuangan serta pemerintah atau negara, yaitu antara lain :

1. Individu

Ketika seorang individu memiliki pemahaman, kepercayaan serta keterampilan mengenai produk atau jasa keuangan, hal tersebut akan mempengaruhi cara individu dalam menentukan keputusan dalam penggunaannya berdasarkan kebutuhan. Pemahaman akan literasi keuangan yang mumpuni, akan memudahkan individu dalam mengatur dan memajemen keuangannya dengan lebih terstruktur. seperti mengatur aktivitas uang masuk dan uang keluar, menyiapkan dana tak terduga atau darurat, investasi, dan asuransi. Dengan bekal literasi keuangan juga dapat menghindarkan individu dari kedok penipuan baik perseorangan ataupun lembaga. Dan juga dapat membantu individu dalam melakukan perencanaan keuangan untuk masa yang akan datang.

2. Lembaga Keuangan

Meningkatnya literasi keuangan dapat mendongkrak industri atau lembaga keuangan untuk terus menciptakan dan mengembangkan layanannya serta

produk atau jasa yang lebih murah dan terjangkau serta sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan masyarakat. Literasi keuangan akan membantu meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat dalam pemanfaatan produk dan layanan keuangan yang tentunya juga akan turut serta meningkatkan keuntungan yang diperoleh oleh lembaga keuangan.

3. Negara

Pengelolaan keuangan milik pribadi dan perusahaan atau lembaga yang menyediakan layanan keuangan juga akan mendapatkan manfaat dari peningkatan literasi keuangan, yaitu literasi keuangan mampu membantu percepatan pertumbuhan ekonomi dan mencapai garis stabilitas system keuangan. Baik negara berkembang maupun negara maju meyakini bahwa literasi keuangan mampu membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, ketimpangan pendapatan, menjaga stabilitas system keuangan dan mengurangi kemiskinan.

2.2.2 Tingkatan Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), terdapat 4 macam tingkatan pemahaman literasi keuangan, yaitu antara lain :

1. Well Literate

Individu yang termasuk dalam tingkatan ini adalah individu yang memiliki pengetahuan dan pemahamanyang sangat baik mengenai keuangan. Tidak hanya memahami jenis produk dan layanan, tetapi juga memiliki keterampilan yang dikombinasikan dengan kemampuan dalam penggunaan produk dan layanan keuangan sehingga sukses dalam membuat keputusan yang efektif dan efisien.

2. Sufficient Literate

Individu yang berada pada tingkat ini memiliki pengetahuan serta kepercayaan kepada produk dan lembaga jasa keuangan yang ada. Mereka para individu, mengenal seluruh resiko, kewajiban dan manfaat yang ada pada produk keuangan.

3. Less Literate

Pada titik ini, individu yang tergolong yaitu mereka yang hanya memiliki pengetahuan tentang produk, jasa dan lembaga. Tetapi, mereka belum tahu

bagaimana cara mengelola dan menggunakan produk atau layanan jasa keuangan dengan baik dan tepat.

4. *Not Literate*

Di tingkat ini, individu belum memiliki pengetahuan yang cukup serta keyakinan terhadap produk, layanan jasa, maupun lembaga keuangan. Dapat dikatakan juga bahwa individu belum memiliki keterampilan yang baik dalam pengelolaan keuangan pribadinya.

2.2.3 Indikator Literasi Keuangan

Literasi keuangan menjadi sangat penting karena beberapa alasan. Selain membantu menentukan keputusan finansial, literasi keuangan yang baik juga dapat menumbuhkan perilaku keuangan yang positif dalam manajemen dana pribadi seperti bijaksana dalam penggunaan kartu kredit dan ketepatan waktu dalam membayar tagihan atau angsuran pinjaman. Lusardi et al. (2014) membagi indikator literasi keuangan menjadi 2 tahap yaitu tahap dasar dan tahap lanjutan.

Indikator literasi keuangan pada tahap dasar meliputi pengetahuan seputar perhitungan dalam matematika, tingkat suku bunga, nilai waktu uang, inflasi dan tipuan nilai uang. Sedangkan, indikator literasi keuangan pada tahap lanjutan meliputi antara lain memiliki pengetahuan mengenai pasar saham beserta fungsinya, tingkat suku bunga dan hubungannya dengan obligasi, reksadana, perusahaan pengelola keuangan, pengetahuan mengenai risiko-risiko dalam berinvestasi, tingkat pengembalian jangka panjang, ketidakpastian atau fluktuasi dan diversifikasi risiko.

Menurut Oseifuah (2010), terdapat 3 indikator dalam literasi keuangan, antara lain yaitu :

a) *Financial Knowledge*

Indikator ini mengukur pengetahuan individu mengenai istilah-istilah keuangan seperti tingkat suku bunga bank, kartu kredit, pasar saham hingga berbagai jenis layanan jasa perbankan,.

b) *Financial Attitudes*

Indikator yang kedua pada literasi keuangan ini mengukur tentang minat dan ketertarikan individu dalam memperbaiki dan meningkatkan pengetahuan keuangan, merencanakan program keuangan pension dan menjalankan kebijakan pajak oleh pemerintah.

c) *Financial Behavior*

Indikator yang ketiga mengacu pada orientasi individu dalam mengabiskan (*spending*) dan menabung (*saving*), membuat dan menyimpan catatan keuangan, serta mengelola kredit dan hutang sesuai dengan *cash flow* perusahaan.

2.3 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan diartikan sebagai tingkatan upaya yang harus dikeluarkan individu atau pengguna dalam pemanfaatan dan penggunaan suatu teknologi (C. Lai, 2017). Persepsi kemudahan penggunaan merupakan sebuah ukuran tentang seberapa mudah dan baik sebuah teknologi untuk dipelajari dan digunakan (Rahman et al., 2017). Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada keyakinan individu yang berpengaruh pada kepercayaan bahwa individu dapat memahi tesistem teknologi dengan mudah (Noviandini, 2012).

Munculnya persepsi kemudahan ini berasal dari sejauh mana para pengguna merasakan kemudahan dalam mempelajari, memahami, menggunakan serta berinteraksi dalam proses pengoperasian suatu sistem informasi atau teknologi. Hal ini terbukti dari mudahnya individu dalam merasakan kegunaan sebuah sistem, dan sejauh mana individu yakin bahwa penggunaan teknologi tersebut tidak membutuhkan sebuah usaha yang besar.

Apabila semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan sebuah teknologi oleh pengguna atau *user*, maka produk tersebut akan lebih mudah diterima oleh pengguna (Rahim, 2017). Sebaliknya, semakin tinggi tingkat kesulitan penggunaan sebuah teknologi, maka produk dan layanan akan dihindari oleh individu (Evimalia, 2022). Persepsi kemudahan penggunaan atau *perceive ease of use* juga merupakan

salah satu komponen yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan sebuah sistem dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM).

Pengguna yang merasa bahwa sebuah produk atau layanan berguna dan mudah digunakan akan cenderung lebih memiliki sikap dan respon positif, sehingga akan memicu keinginan pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut lagi dan lagi secara berulang kali (Davis, 1989). Jika dibandingkan dengan Bank, layanan *Peer to peer Lending* memiliki keunggulan dalam kemudahan dan kecepatan proses. Yuniarti (2019) menyatakan bahwa kemudahan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi peminjam lebih memilih layanan *Peer to peer Lending* dibandingkan lembaga keuangan lain.

Selain persyaratan yang sederhana dan proses yang cepat dalam hitungan menit, tingkat bunga yang dapat ditentukan sesuai dengan kesepakatan menjadikan layanan *Peer to peer Lending* sebagai pilihan yang dianggap tepat bagi generasi milenial dan generasi Z yang selalu menggunakan smartphone dan internet dalam kehidupan sehari-hari untuk mempercepat dan mempermudah interaksi.

2.3.1 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan

Yoganda, et al. (2017) mengemukakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari 3 indikator, antara lain :

a) Mudah untuk dipelajari

Merupakan keadaan dimana kemudahan yang dirasakan individu mengarah pada pemahaman bahwa sebuah sistem atau teknologi baru mudah untuk dipahami.

b) Mudah untuk didapatkan

Didefinisikan sebagai sebuah kondisi dimana sistem atau teknologi baru yang nantinya akan digunakan mudah untuk diperoleh.

c) Mudah untuk dioperasikan

Yaitu keadaan dimana sistem atau teknologi baru akan mudah digunakan dalam pengoperasiannya.

2.4 Persepsi Risiko

Risiko merupakan sebuah konsekuensi dari seluruh model yang diadopsi oleh teknologi sehingga model layanan *fintech* juga tidak terlepas dari ancaman risiko (Andista et al., 2021). Persepsi risiko merupakan pemahaman seseorang mengenai risiko akan dampak negatif yang bisa saja terjadi ketika melakukan kegiatan transaksi secara online. Menurut Putra et al., (2019), semakin besar risiko, maka konsumen dihadapkan dengan dua keputusan, yaitu menghindari penggunaan dan pembelian atau meminimalisir risiko dengan cara mengevaluasi alternatif pra pembelian ketika sudah berada di tahap penentuan keputusan.

Persepsi risiko didefinisikan sebagai sebuah anggapan atas ketidakpastian akan konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan ketika melakukan suatu aktivitas tertentu (Andriyanto et al., 2016). Persepsi risiko juga merupakan suatu tingkat ukuran potensi kerugian dari suatu keputusan yang kurang menguntungkan baik individu maupun kelompok (Kurniawan et al., 2016).

Semakin tinggi tingkat pemahaman individu terhadap risiko penggunaan aplikasi, maka akan semakin tinggi tingkat keberanian individu untuk melakukan transaksi peminjaman dana sehingga dapat menunjukkan bahwa tingkat persepsi risiko yang tinggi akan meningkatkan transaksi peminjaman. Hal tersebut sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Evimalia et al., (2022) bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif terhadap transaksi peminjaman melalui layanan *Fintech* berbasis *Peer to peer Lending* Platform. Namun berbeda dengan penelitian Suliantini et al., (2022) dan Prajogo et al., (2022) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan layanan *Peer to peer Lending*.

2.4.1 Indikator Persepsi Risiko

Menurut Karnadjaja, et al. (2018) dalam penelitiannya menyebutkan terdapat 5 indikator dalam persepsi risiko yang dirasakan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk, yaitu :

- a) Risiko fungsional, yaitu potensi kerugian yang terjadi akibat kegagalan produk. Kualitas produk yang diterima tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.
- b) Risiko Fisik, yaitu kerugian keamanan personal akibat transaksi pembelian. Konsumen merasa tidak aman ketika melakukan transaksi pembelian secara daring atau online.
- c) Risiko Keuangan, merupakan potensi kerugian finansial yang dirasakan akibat pembelian suatu produk terutama faktor keamanan dalam kegiatan pembayaran.
- d) Risiko Sosial, yaitu kerugian yang dialami akibat ketidaksetujuan dari lingkungan sosial baik keluarga maupun teman dalam kegiatan pembelian yang dilakukan.
- e) Risiko Psikologis, merupakan kerugian mental akibat kegiatan pembelian daring seperti perasaan gelisah dan kecemasan yang dirasakan konsumen ketika melakukan pembelian secara daring atau melalui *e-commerce*.

2.5 Fear Of Missing Out (FOMO)

Dalam beberapa waktu terakhir, sosial media telah banyak mengubah cara individu dalam berinteraksi. Pada satu sisi, fenomena ini menyediakan sarana untuk mengembangkan hubungan dan interaksi secara sosial tanpa memandang jarak dan waktu. Namun, di sisi lainnya perkembangan ini menimbulkan serangkaian dampak negatif baik bagi individu ataupun kelompok seperti pengadaan norma-norma baru dalam berinteraksi (Alrobai et al., 2016).

Perkembangan dunia digital terutama pada bidang keuangan yaitu *financial technology (fintech)* sering menciptakan inovasi-inovasi baru yang mengundang rasa ingin tahu para generasi milenial dan generasi z. Tim pusat Hubungan Masyarakat Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2014) dalam (Zahroh dan Ima 2022) menyebutkan bahwa sosial media sudah memberikan beragam dampak baik dampak positif maupun negatif kepada banyak orang di berbagai penjuru dunia.

Nyatanya, dalam perkembangannya media sosial juga dapat memicu timbulnya perilaku kecemasan sosial baru yang sering disebut sebagai *Fear of Missing Out* (FoMO) yang merupakan salah satu bentuk dampak negatif yang muncul akibat penggunaan media sosial yang berlebihan. JWT *Intelligence* (2012) mengartikan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan perasaan cemas yang menyangkut tentang emosi-emosi yang ada di dalam diri individu seperti merasa kehilangan dan tertinggal ketika mengetahui bahwa orang lain telah atau sedang melakukan suatu aktivitas yang lebih penting daripada yang sedang individu kerjakan di waktu yang bersamaan.

Przybylski et al. (2013) mengatakan bahwa *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan kekhawatiran dan kegelisahan individu ketika mengetahui orang lain memiliki pengalaman berharga bersama ketika dirinya tidak ada ditempat dan waktu yang sama. FoMO dapat diindikasikan dengan munculnya perasaan cemas dalam diri individu ketika mengetahui seseorang telah memiliki sesuatu ataupun pengalaman yang lebih memuaskan daripada dirinya.

Penelitian terdahulu lainnya juga mendefinisikan *Fear of Missing Out* atau FoMO sebagai sebuah ketakutan yang timbul akibat gen z merasa bahwa dirinya tertinggal oleh tren dan lingkungan pergaulannya apabila tidak membeli dan mempunyai barang ber-*merk* yang kemudian menjadi pemicu munculnya tindakan konsumtif (Indrabayu dan Destiwati, 2022). FoMO mengakibatkan tumbuhnya persepsi pada diri individu menjadi khawatir akan tertinggal tren dan dipandang rendah oleh orang lain apabila belum membeli ataupun mempunyai sebuah produk tertentu yang mana kemudian secara psikologis, FoMO akan memicu individu untuk terus melakukan aktivitas pembelian meskipun produk tersebut bukanlah barang yang mereka butuhkan (Suhartini dan Maharani., 2023).

Hasil penelitian dari Christina, et al. (2019) dan Harahap et al., (2020) sama-sama mengungkapkan bahwa perasaan FoMO yang ada pada diri individu memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif individu (remaja). Akan tetapi, ungkapan tersebut sedikit berbeda dengan hasil riset yang digambarkan oleh Subagyo et al., (2021) yang menunjukkan bahwa rasa takut yang dimiliki individu

akibat pengaruh yang diterimanya, ternyata tidak berpengaruh pada keputusan individu untuk membeli sesuatu atau dengan kata lain, FoMO tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

2.5.1 Indikator *Fear of Missing Out* (FOMO)

Frekuensi yang tinggi dalam penggunaan media sosial mampu menciptakan tingkat kecemasan seseorang jika tertinggal informasi di media sosial. Przybylski, et al. (2013) menyatakan bahwa FoMO memiliki 3 indikator meliputi :

a) Ketakutan

Indikator ini menjelaskan kondisi saat seseorang merasa terancam ketika sedang terhubung maupun tidak terhubung dengan kejadian, pengalaman ataupun percakapan dengan pihak lain.

b) Kekhawatiran

Merupakan sesuatu yang kurang bahkan tidak menyenangkan ketika dirinya tidak berada atau tidak hadir dalam sebuah situasi atau kesempatan dan kemudian merasa kehilangan kesempatan untuk bertemu dengan orang lain.

c) Kecemasan

Indikator terakhir adalah munculnya rasa cemas. Yaitu sebuah perasaan yang tidak menyenangkan ketika tidak terlibat pada suatu fenomena, pengalaman, keadaan atau percakapan dengan pihak lain.

2.6 *Peer to peer* (P2P) Lending Platform

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah perilaku individu dan gaya hidup manusia secara menyeluruh dalam berbagai aspek dan bidang (Maharseni et al., 2022). Penerapan kemajuan teknologi digital, turut memberikan dampak pada sektor keuangan, hal tersebut ditandai dengan lahirnya sebuah sistem *Financial Technology (fintech)* (Sitompul, 2019). *Fintech* merupakan salah satu wujud inovasi teknologi berupa platform digital yang digunakan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional bisnis dan memfasilitasi layanan keuangan. *Fintech* dianggap sebagai inovasi teknologi yang dapat merevolusi industri di sektor perbankan (Wonglimpiyarat, 2017).

Menurut Bank Indonesia (2017), mengungkapkan *fintech* merupakan hasil penggabungan antara layanan keuangan dengan teknologi yang pada akhirnya menghasilkan perubahan model bisnis dari konvensional menjadi modern. Sampai dengan saat ini, model *fintech* yang diakui di Indonesia yaitu antara lain platform pembayaran digital, crowdfunding, microfinancing, *e-aggregator*, manajemen risiko dan investasi, dan *peer to peer lending* (P2P).

Salah satu jenis *fintech* yang menarik perhatian masyarakat yaitu layanan *fintech peer to peer lending*. *Fintech lending* adalah sebuah layanan jasa keuangan atau platform yang secara langsung mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman untuk melakukan perjanjian transaksi peminjaman melalui teknologi dan internet (Benuf, 2019).

Pada dasarnya, *fintech lending* memiliki konsep yang hampir sama dengan platform jual beli online. Yang berbeda hanyalah pihak-pihak yang dipertemukan dalam kegiatan transaksi. *Fintech lending* dapat membantu memfasilitasi masyarakat yang sulit terjangkau oleh lembaga keuangan bank untuk mendapatkan layanan peminjaman. Selain itu, *peer to peer lending* semakin marak diminati karena menyediakan proses yang mudah, cepat dan efisien (Disemadi, 2021).

Adapun jumlah perusahaan *Fintech Peer to peer (P2P) Lending* yang berizin Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sampai dengan per Agustus 2023 yaitu sebanyak 101 perusahaan yang terdiri dari 94 perusahaan merupakan penyelenggara konvensional dan 7 perusahaan penyelenggara syariah (OJK, 2023).

Tabel 2.1 Overview Penyelenggaraan *Fintech Lending* Agustus 2023

Tabel 1 Overview Penyelenggara Fintech Lending Table 1 Fintech Lending Company Overview			
Uraian Description	Jumlah Penyelenggara (Unit) Number of Companies (Units)	Total Aset (miliar Rp) Total Assets (IDR billion)	Total Liabilitas (miliar Rp) Total Liabilities (IDR billion)
1. Penyelenggara Konvensional	94	7.279	3.880
2. Penyelenggara Syariah	7	139	111
Total	101	7.419	3.991

Periode: Agustus 2023
Period: August, 2023

Saved to this PC

Sumber : Statistik P2P Lending OJK Agustus 2023

Berdasarkan data statistik *Fintech Peer to peer Lending* periode Agustus 2023 yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan atau OJK, hampir 53,4% atau sekitar 10.232.801 akun penerima pinjaman aktif merupakan peminjam dengan rentang usia 19-34 tahun. Sedangkan, jumlah peminjam pada rentang usia 35-54 tahun sebanyak 7.427.469 akun penerima aktif atau sekitar 39% dari total akun peminjam aktif per Agustus 2023.

2.6.1 Indikator *Peer to peer (P2P) Lending*

Menurut Omarini (2018) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa terdapat 3 indikator terkait *peer to peer lending*, yaitu antara lain :

1. Platform

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), platform diartikan sebagai sebuah rencana kerja atau program. Menurut Anggriawan & Hasugian (2017), Platform merupakan gabungan kinerja antara *Hardware* (perangkat keras) dan *Software* (perangkat lunak).

2. Peminjam (*debitur*)

Debitur merupakan sebutan yang digunakan bagi pihak atau individu yang berhutang uang kepada pihak atau lembaga lain (Winantha et al., 2023).

3. Pemberi Pinjaman (*kreditur*)

Dalam UU No. 37 Tahun 2004 tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang menyebutkan pengertian kreditur merupakan orang yang mempunyai piutang karena perjanjian atau UU yang dapat ditagih dimuka pengadilan. Dengan kata lain, kreditur merupakan pihak yang memberikan pinjaman kepada debitur.

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini merujuk pada beberapa penelitian terdahulu. Berikut merupakan penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai rujukan penelitian :

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Tahun dan Penulis	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	<i>The Effect Of Financial Literacy, Digital Literacy, Performance Expectancy On Intention Behavior To Use Peer to peer Lending</i> (Noor Rahma, D & Candra Sari, R, 2021)	<p>Variabel Independen : Literasi Keuangan (X1), Literasi Digital (X2), Ekspektasi Kinerja (X3)</p> <p>Variabel Dependen : Niat Berperilaku untuk menggunakan <i>Peer to peer Lending</i> (Y)</p>	(1) Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Niat Berperilaku untuk Menggunakan <i>Peer to peer Lending</i> , (2) Literasi Digital berpengaruh negatif terhadap Niat Berperilaku untuk Menggunakan <i>Peer to peer Lending</i> , dan (3) Ekspektasi Kinerja berpengaruh positif terhadap Niat Berperilaku untuk Menggunakan <i>Peer to peer Lending</i>	<p>Persamaan : Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama memiliki variabel Literasi Keuangan sebagai variabel independen</p> <p>Perbedaan : Perbedaan yang dimiliki dari penelitian ini yaitu penambahan variabel Persepsi keuangan, persepsi risiko dan FoMO sebagai variabel independen, serta lokasi dan subjek penelitian</p>
2.	<i>The Effect Of Financial Literacy And Self-Efficacy On Interest In Using Peer to peer Lending Among Millennials</i> (Yulisa & Irni, 2023)	<p>Variable Independen : Literasi Keuangan (X1), Efikasi Diri (X2)</p> <p>Variabel Dependen : Minat penggunaan <i>peer to peer lending</i> (Y)</p>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jumlah tanggungan, jenis pinjaman, dan sikap terhadap P2P <i>Lending</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan P2P <i>lending</i> . Sedangkan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap minat menggunakan P2P <i>Lending</i> .	<p>Persamaan : Persamaan yang ada pada penelitian ini yaitu variabel Literasi Keuangan sebagai Variabel Independen</p> <p>Perbedaan : Perbedaan dari penelitian ini adalah penambahan variabel Persepsi keuangan, persepsi risiko dan FoMO pada variabel independen,</p>

No.	Judul, Tahun dan Penulis	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
				serta lokasi dan subjek penelitian
3.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Dan Personalisasi Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan <i>Peer to peer Lending</i> (Ayu Suliantani & Rencana Sari, 2022)	<p>Variable Independen : Persepsi kemudahan penggunaan (X1), Persepsi Manfaat (X2), Persepsi Risiko (X3). Personalisasi (X4)</p> <p>Variabel Dependen : Minat menggunakan <i>peer to peer lending</i> (Y)</p>	(1) Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>peer to peer lending</i> , (2) Persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>peer to peer lending</i> , (3) Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>peer to peer lending</i> dan (4) Personalisasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>peer to peer lending</i> .	<p>Persamaan : Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama memiliki variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko sebagai variabel independen</p> <p>Perbedaan : Perbedaan yang terdapat dari penelitian ini adalah penambahan pada variabel independen penelitian yaitu variabel Literasi Keuangan dan FoMO, serta lokasi dan subjek penelitian</p>
4.	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, Dan Manfaat Terhadap Niat Menggunakan <i>Paylater</i> Pada Mahasiswa Di Indonesia (Syafa Tasya Salsabila, 2022)	<p>Variable Independen : Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), Kemudahan Penggunaan (X3), Manfaat (X4)</p>	Hasil penelitian adalah literasi keuangan, gaya hidup, kemudahan penggunaan dan manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa menggunakan <i>paylater</i> ,	<p>Persamaan : Persamaan yang ada pada penelitian ini yaitu variabel Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan sebagai variabel independen</p>

No.	Judul, Tahun dan Penulis	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
		Variabel Dependen : Niat Menggunakan <i>Paylater</i> (Y)		Perbedaan : Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu pada variabel independen yang ditambahkan dengan variabel persepsi risiko dan FoMO, serta lokasi dan subjek penelitian
5.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Pengguna Dalam Menggunakan Finansial Teknologi Pinjaman Online (Devi & Riauli, 2021)	Variable Independen : Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) , Risiko (X2) Variabel Dependen : Minat Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman Online (Y)	1. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengguna dalam menggunakan finansial teknologi pinjaman online, 2. Risiko berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat pengguna dalam peeggunaan finansial teknologi berbasis pinjaman online.	Persamaan : Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan persepsi kemudahan dan risiko sebagai variabel independen Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu penambahan literasi keuangan dan FoMO sebagai variabel independen, serta lokasi dan subjek penelitian

No.	Judul, Tahun dan Penulis	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
6.	Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Pembelian Impulsive Pada Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Indonesia (Cherly & Sherly, 2023)	<p>Variable Independen : Literasi Keuangan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Persepsi Manfaat (X3)</p> <p>Variabel Dependen : Perilaku Pembelian Impulsive (Y)</p>	Secara parsial dan simultan, variabel Literasi keuangan, Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat masing-masing mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif	<p>Persamaan : Persamaan yang ada pada penelitian ini adalah sama-sama memiliki variabel literasi keuangan dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai variabel independent</p> <p>Perbedaan : Perbedaan yang ada pada penelitian ini yaitu pada variabel independen yang ditambahkan dengan variabel persepsi risiko dan FoMO dan perbedaan pada variabel dependen, serta lokasi dan subjek penelitian</p>
7.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Regulasi Untuk Melakukan Transaksi pinjaman Dana Menggunakan Platform Finansial Teknologi (<i>Fintech</i>) <i>Peer to peer (P2P) Lending</i> Danaman Di Kota Denpasar	<p>Variable Independen : Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Resiko (X2), Regulasi (X3)</p> <p>Variabel Dependen : Melakukan Transaksi</p>	Masing-masing variabel independen Persepsi Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Regulasi berpengaruh positif terhadap transaksi pinjaman dengan menggunakan platform teknologi finansial <i>Peer to peer Lending</i> .	Persamaan : Persamaan dengan penelitian ini adalah pada variabel persepsi kemudahan penggunaan dan risiko sebagai variabel independent penelitian

No.	Judul, Tahun dan Penulis	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	(Rika Evimalia & Alit Erlina, 2022)	pinjaman Dana (Y)		Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu pada variabel independent yang ditambahkan dengan variabel literasi keuangan dan FoMO, serta lokasi dan subjek penelitian
8.	<i>Analysis Of The Effect Of Fear Of Missing Out (FOMO) And The Use Of Paylater Application On Impulse Buting Behavior (Review Of Maqashid Syariah)</i> (Ikhsan, Andri S, & Zuhri, 2023)	Variable Independen : FOMO (X1), Penggunaan Paylater (X2) Variabel Dependen : Perilaku Pembelian Impulsif (Y1)	<i>Fear of Missing Out (FoMO) dan Penggunaan Aplikasi Paylater berpengaruh positif terhadap perilaku pembelian impulsif.</i>	Persamaan : Persamaan pada penelitian ini yaitu pada penggunaan variabel independen FoMO Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini yaitu pada penambahan variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan dan FoMO sebagai variabel independen, serta lokasi dan subjek penelitian
9.	Pengaruh <i>Love Of Money</i> , FoMO Dan Pengendalian Diri Terhadap <i>Personal Finance Planning</i> Generasi Z Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variable Moderasi. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Generasi Z	Variable Independen : Pengaruh <i>Love Of Money</i> (X1), FoMO (X2), Pengendalian Diri (X3) Variabel Moderasi : Literasi Keuangan	1. <i>Love of Money</i> dan pengendalian diri secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Personal Finance Planning</i> . 2. FoMO memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap	Persamaan : Persamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu penggunaan variabel FoMO sebagai variabel independent Perbedaan :

No.	Judul, Tahun dan Penulis	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
	Fakultas Ekonomi UIN Malang) (Erlisa Viviantika)	Variabel Dependen : Personal Finance Planning (Y1)	<i>Personal Finance Planning.</i> 3. Literasi keuangan tidak dapat memoderasi hubungan antara variabel <i>Love Of Money</i> , FoMO Dan Pengendalian Diri Terhadap <i>Personal Finance Planning.</i>	Perbedaan dalam penelitian ini yaitu, literasi keuangan merupakan variabel independen bukan variabel moderasi,

Sumber : Data Diolah (2023)

2.8 Kerangka Pemikiran

Saat ini, dunia telah berada pada zaman yang sangat berkembang. Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat perkembangan IPTEK yang kian pesat di seluruh penjuru dunia. Kemajuan teknologi yang serba digital kini tak lagi dapat dihindari dalam kehidupan sehari-hari dan telah menyisir hampir seluruh bagian aspek kehidupan.

Sama halnya dengan industri keuangan, teknologi digital telah berhasil mendobrak inovasi-inovasi yang mentransformasi banyak hal di dalamnya. Fenomena ini tidak hanya terjadi pada lembaga keuangan perbankan saja, namun juga dirasakan oleh lembaga keuangan non perbankan lainnya. Hal tersebut terbukti dengan lahirnya sebuah inovasi layanan keuangan berbasis digital atau yang saat ini marak dikenal dengan istilah *Financial Technology (Fintech)*.

Di Indonesia, *fintech* berkembang dengan sangat cepat. Masyarakat dengan mudah menerima kehadiran *fintech* sebagai sebuah alternatif keuangan. *Fintech* sendiri menyediakan beberapa jenis layanan keuangan seperti *payment system*, *crowdfunding*, *aggregator* dan *peer to peer lending*. Dari beberapa jenis layanan yang ada, *peer to peer lending* menjadi layanan yang paling menarik perhatian dan banyak digunakan oleh masyarakat. Jenis *fintech* ini menyediakan layanan peminjaman dana secara online yang mempertemukan debitur dengan kreditur secara langsung.

Tingginya intensitas penggunaan layanan *peer to peer lending* tentunya disebabkan oleh beberapa faktor. Hal dasar yang dapat mempengaruhi penggunaan layanan peminjaman tersebut adalah pengetahuan tentang keuangan atau literasi keuangan. Untuk memiliki keterampilan yang baik dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan keuangan yang efektif seperti peminjaman dana, seseorang harus memiliki tingkat literasi keuangan yang baik juga.

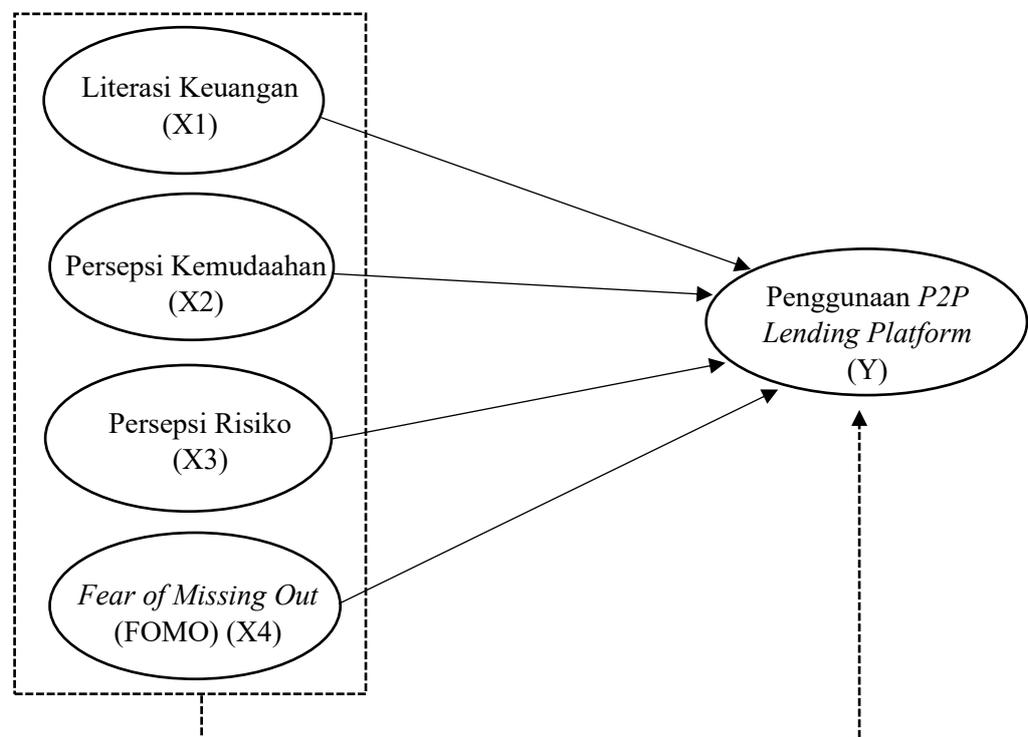
Selain itu, kemudahan penggunaan layanan *fintech* juga dapat menjadi faktor penarik dalam penggunaan platform *peer to peer lending*. Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan *peer to peer lending* yaitu seperti pengoperasian layanan yang mudah, platform atau aplikasi mudah untuk didapatkan, keringkasan persyaratan yang dibutuhkan seperti KTP serta kecepatan proses pengajuan dan penerimaan pinjaman dana. Hal inilah yang tentu akan menjadi alternatif pilihan masyarakat dalam melakukan dan mendapatkan peminjaman dana jika dibandingkan dengan lembaga perbankan yang memiliki persyaratan cenderung lebih banyak dan rumit.

Risiko yang muncul juga dapat menjadi sebuah faktor penggunaan. Faktor ini berisi tentang anggapan individu mengenai risiko atas suatu tindakan atau keputusan. Hal ini tentu menjadi perhatian penting bagi penggunaan layanan *peer to peer lending* karena ketika individu hendak menggunakannya, maka ia harus terlebih dahulu mempertimbangkan risiko-risiko yang mungkin saja timbul ketika memutuskan untuk menggunakan layanan tersebut.

Pada era ini, perputaran tren terbaru yang seringkali terjadi secara tak terduga dalam kehidupan bisa saja menjadi faktor selanjutnya yang mempengaruhi minat penggunaan layanan *peer to peer lending*. Rasa takut akan tertinggal tren cenderung sering dirasakan dan dialami oleh individu terutama anak remaja atau generasi z. Kecemasan yang dirasakan, dapat mendorong individu untuk mencari berbagai pilihan alternatif. Salah satunya yaitu dengan menggunakan layanan *peer to peer lending*. Hal ini terbukti dari jumlah pinjaman yang mayoritas kepada generasi z yang digunakan untuk membeli produk yang sesuai dengan tren terbaru dan populer seperti album KPOP, tiket konser dan lainnya.

Sehingga sangat memungkinkan apabila tingkat literasi keuangan, kemudahan penggunaan sebuah teknologi, pemahaman tentang risiko yang mungkin muncul ketika membuat keputusan serta perkembangan tren terbaru yang selalu memicu kecemasan individu untuk terus mengikutinya, baik secara langsung maupun tidak langsung, dapat mempengaruhi individu untuk menggunakan layanan P2P *lending* sebagai sebuah alternatif pilihan.

Berikut merupakan kerangka pemikiran berdasarkan uraian di atas dan sedang diuji dalam penelitian ini :



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran
Sumber: Data diolah (2023)

2.9 Hipotesis Penelitian

2.9.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Platform *Peer to peer Lending* Oleh Gen Z

Literasi keuangan merupakan cakupan pengetahuan, pemahaman, keterampilan dan keyakinan yang dapat mempengaruhi perilaku individu dalam meningkatkan kualitas keputusan yang diambil untuk mengelola keuangan guna mencapai kesejahteraan. Pemahaman yang lebih baik mengenai konsep keuangan mampu

meminimalisir probabilitas kesalahan yang mungkin terjadi dalam proses pengambilan keputusan keuangan.

Baik apabila generasi z mempunyai tingkat literasi keuangan yang cukup sehingga dapat membantu segala transaksi ataupun keputusan mengenai pengelolaan keuangan. Lewat literasi keuangan, generasi z mampu meningkatkan dan memperluas wawasan mereka mengenai *Financial Technology* terutama layana *peer to peer lending*. Berdasarkan penelitian terdahulu, Wulandari (2023) mengungkapkan bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi keputusan yang diambil dalam pengelolaan uang.

Sedangkan menurut Rahma dan Ratna (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *peer to peer lending*. Maka dari itu, penelitian ini diharapkan mampu membantu memahami tingkat literasi keuangan generasi z terhadap suatu layanan digital dan pengaruh terhadap minat penggunaannya.

Ha₁ : Literasi Keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.

Ho₁ : Literasi Keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.

2.9.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Platform *Peer to peer Lending* Oleh Gen Z

Persepsi Kemudahan Penggunaan diartikan sebagai sejauh mana individu merasakan kemudahan dalam menggunakan dan mengoperasikan sebuah teknologi (Suhir et al., 2014). Apabila individu merasa semakin mudah teknologi untuk digunakan, maka individu akan lebih mudah dalam menerima kehadiran sebuah teknologi (Setyarko, 2016). Pernyataan tersebut mendukung teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa terdapat dua variabel yang dapat mempengaruhi penggunaan sebuah teknologi baru salah satunya yaitu kemudahan penggunaan.

Dalam penelitiannya, Febriyanthi (2022) dan Viya, R (2023) mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh yang positif terhadap keinginan untuk menggunakan pinjaman online (*peer to peer lending*). Uraian di atas dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan yang dimiliki pengguna, maka semakin besar pula minat individu untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan.

H_{a2} : Persepsi Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.

H₀₂ : Persepsi Kemudahan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.

2.9.3 Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan Platform *Peer to peer Lending* Oleh Gen Z

Persepsi risiko merupakan sebuah ketidakpastian yang dirasakan oleh individu ketika tidak mampu menganalisis dampak atau akibat dari sebuah keputusan (Rahmadi dan Malik, 2016). Persepsi risiko adalah tingkat pemahaman yang dimiliki individu mengenai risiko atau dampak negatif yang mungkin terjadi ketika berinteraksi secara digital. Dalam transaksi digital, risiko akan lebih sering muncul apabila dibandingkan dengan melakukan transaksi secara langsung. Terlebih jika transaksi tersebut membutuhkan data pribadi seperti KTP dan lain-lain. Yang mana penyalahgunaan data pribadi tersebut bisa menjadi salah satu bentuk risiko yang muncul akibat transaksi digital.

Semakin baik pemahaman individu terhadap risiko sebuah teknologi atau aplikasi, maka akan semakin berani pula individu untuk menggunakan produk atau layanan yang disediakan seperti peminjaman dana. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Evimalia et al., (2022) menyatakan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang positif terhadap transaksi peminjaman melalui platform *peer to peer lending*. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Maharseni et al., (2022) menyebutkan bahwa persepsi risiko tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *fintech lending*. Berdasarkan hasil beberapa penelitian terdahulu di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ha3 : Persepsi Risiko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Generasi Z.

Ho3 : Persepsi Risiko secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Generasi Z.

2.9.4 Pengaruh *Fear of Missing Out* (FoMO) Terhadap Penggunaan Platform *Peer to peer Lending* Oleh Gen Z

Penelitian terdahulu mendefinisikan *Fear of Missing Out* atau FoMO sebagai sebuah ketakutan yang timbul akibat gen z merasa bahwa dirinya tertinggal oleh tren dan lingkungan pergaulannya apabila tidak membeli dan mempunyai barang ber-merk yang kemudian menjadi pemicu munculnya tindakan konsumtif (Indrabayu dan Destiwati, 2022).

Fear of Missing Out (FoMO) dapat mengakibatkan tumbuhnya persepsi pada diri individu seperti rasa khawatir akan tertinggal tren dan mendapat stigma buruk dari orang lain ketika belum mempunyai sebuah produk tertentu yang mana kemudian secara tidak langsung mempengaruhi psikologis, dimana FoMO akan memicu individu untuk terus melakukan aktivitas pembelian. Untuk memenuhi keinginan tersebut, mereka akan mencari segala alternatif untuk mendapatkan semua keinginan mereka termasuk dengan menggunakan layanan peminjaman dana atau platform *peer to peer lending*.

Dalam penelitiannya, Harahap et al., (2023) menjelaskan bahwa FOMO memiliki pengaruh terhadap penggunaan paylater. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan Viviantika (2023) menyatakan bahwa FoMO tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku dan keputusan keuangan seseorang. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ha4 : *Fear of Missing Out* (FoMO) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.

Ho4 : *Fear of Missing Out* (FoMO) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh Gen Z.

2.9.5 Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) secara simultan terhadap penggunaan *Peer to peer* (P2P) Lending Platform Oleh Gen Z.

Dalam era digitalisasi ini Dimana teknologi telah memasuki hampir seluruh aspek dalam kehidupan tak terkecuali sektor ekonomi. Maka dari itu, saat ini penting bagi individu untuk memiliki keterampilan finansial yang baik. Revolusi digital telah mempengaruhi cara berperilaku individu dengan pola yang berbeda yairu memperkenalkan lebih banyak alternatif pilihan, jangkauan aksesibilitas yang lebih luas dan kemudahan dalam kegiatan bertransaksi. Kecerdasan finansial mengacu pada pemahaman mengenai konsep dan keterampilan individu dalam mengelola keuangannya.

Selanjutnya, persepsi kemudahan mengarah pada seberapa mudahnya seorang individu dalam menggunakan platform *peer to peer lending*. Semakin mudah penggunaannya, maka semakin besar juga kemungkinan generasi z akan menggunakan platform tersebut terlebih jika mereka merasa bahwa risiko yang akan diterima rendah atau dengan kata lain masih dapat diatasi seperti risiko gagal bayar, keamanan data dan lainnya. Dalam konteks *peer to peer lending* platform, FoMO dapat mempengaruhi minat generasi z untuk menggunakan platform tersebut supaya tidak tertinggal oleh teman-temannya dalam mengikuti tren terbaru dan keuangan saat itu.

Sehingga dapat dipahami bahwa tingkat literasi keuangan yang baik dapat mengurangi persepsi risiko pada individu dan meningkatkan persepsi atas kemudahan penggunaan platform. Sementara FoMO memiliki peran dalam memperkuat kecenderungan generasi z untuk menggunakan sebuah platform tanpa mempertimbangkan risiko secara menyeluruh dan mendalam. Dengan demikian, maka didapatkan hipotesis sebagai berikut:

Has : Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Peer to peer* (P2P) Lending Platform Oleh Gen Z..

H05 : Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan *Fear of Missing Out* (FoMO) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Peer to peer (P2P) Lending* Platform Oleh Gen Z

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai sebuah jenis penelitian yang menciptakan temuan-temuan baru yang dapat diperoleh dengan memakai prosedur statistik atau cara lainnya dari pengukuran (Sujarweni, 2014).

Selain itu, metode pendekatan kuantitatif juga lebih dikenal sebagai metode pendekatan yang tujuannya yaitu untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel yang diuji. Beberapa contoh sumber data penelitian kuantitatif yaitu wawancara, observasi, test, dan kuesioner (Hadisaputra, 2020).

3.2 Sumber Data dan Metode Pengumpulan

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini berasal dari data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Menurut Sugiyono (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data jawaban responden atas pertanyaan tertulis yang telah diberikan.

Mekanisme penyebaran kuisisioner dilakukan secara online menggunakan platform *google form* melalui media sosial kepada generasi z yang lahir pada tahun 1997 – 2012 yang pernah menggunakan platform *peer to peer lending*. Kemudian setelah itu, responden akan mengisi pertanyaan yang telah disediakan berdasarkan pengalamannya dalam menggunakan platform *peer to peer (P2P) lending*.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan objek penelitian secara keseluruhan. Sugiyono (2019) mengungkapkan populasi sebagai sebuah kumpulan yang terdiri dari subjek ataupun objek yang memiliki kesamaan ciri dan karakteristik dalam suatu lingkungan sehingga dianggap mampu memberikan informasi bagi peneliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh generasi z di Bandar Lampung terutama mahasiswa.

Lantaran banyaknya jumlah populasi generasi z di provinsi Lampung, maka penelitian ini dilakukan dengan teknik *sampling*. Teknik *sampling* adalah sebuah teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2019).

Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dikarenakan peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah populasi generasi z yang ada di Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam teknik *non-probability sampling* yaitu metode *purposive sampling*. Dalam bukunya, Sugiyono (2019) menyebutkan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan karakteristik tertentu.

Dalam pengambilan sampel, peneliti telah menetapkan kriteria tertentu yang harus dimiliki oleh responden yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh responden :

1. Generasi Z yang lahir pada tahun 1997 - 2012.
2. Generasi Z yang pernah melakukan peminjaman pada platform *peer to peer lending* seperti Easycash, AdaKami, Akulaku, Kredivo, Paylater dan lain-lain.
3. Generasi Z yang berdomisili di Bandar Lampung.
4. Generasi Z yang memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP).

Sampel merupakan bagian dari populasi sehingga harus dapat mewakili populasi penelitian. Dalam penelitian ini sangat sulit untuk mengetahui jumlah sampel pasti sehingga dalam perhitungannya, peneliti menggunakan rumus Lemeshow.

Berikut adalah rumus Lemeshow :

$$n = \frac{Z^2 \times P (1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi 50% = 0,5

d = tingkat kesalahan 10% = 0,1

Berdasarkan rumus di atas, dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times (0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil penghitungan rumus Lemeshow di atas, maka jumlah sampel yang diperlukan dalam penyebaran kuesioner yaitu sebanyak 96,04 responden. Hasil tersebut kemudian digenapkan menjadi 100 responden.

3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Pengukuran yang digunakan oleh peneliti mengacu pada pertanyaan dari beberapa penelitian sebelumnya yang telah dimodifikasi dan disesuaikan kemudian diukur menggunakan skala *likert* 1-5, dimana poin 1 mewakili jawaban (Sangat Tidak Setuju) sampai dengan poin 5 (Sangat Setuju).

Tabel 3.1 Skala Likert

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

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Literasi Keuangan (X1)	Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang tentang keuangan untuk meningkatkan pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. (Peraturan OJK No. 76/POJK.07/2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Financial Knowledge</i> 2. <i>Financial Attitudes</i> 3. <i>Financial Behavior</i> (Oseifuah, 2010)	Likert
Kemudahan Penggunaan (X2)	Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan upaya yang harus dikeluarkan oleh individu untuk menggunakan sebuah teknologi. (Lai, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah untuk dipelajari 2. Mudah untuk didapatkan 3. Mudah untuk dioperasikan (Jiminez et al., 2016)	Likert
Persepsi Risiko (X3)	(Suhir & Imam Suyadi, 2014) Persepsi risiko merupakan sebuah pengukuran sejauh mana konsumen memahami dan menilai hasil negatif yang akibatkan dari transaksi online.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Risiko Fungsional 2. Risiko Fisik 3. Risiko Keuangan 4. Risiko Sosial 5. Risiko Psikologis (Karnadjaja et al., 2018)	Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) (X4)	FOMO dapat diindikasikan dengan munculnya perasaan cemas dalam diri individu ketika mengetahui seseorang telah memiliki sesuatu ataupun pengalaman yang lebih memuaskan daripada dirinya. (Przybylski et al., 2013)	1. Ketakutan 2. Kekhawatiran 3. Kecemasan (Przybylski et al., 2013)	Likert
Penggunaan <i>Peer to peer lending platform</i> (Y)	(Benuf, 2019) <i>Fintech lending</i> adalah sebuah layanan jasa keuangan atau platform yang secara langsung mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman untuk melakukan perjanjian transaksi peminjaman melalui teknologi dan internet.	1. Platform 2. Peminjam (debitur) 3. Pemberi pinjaman (kreditur) (Omarini, 2018)	Likert

Sumber : Data diolah (2023)

3.5 Metode Analisis Data

Menganalisis data merupakan tahapan terakhir dalam sebuah penelitian yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis, menjawab pertanyaan dan mendeskripsikan fenomena yang menjadi dasar penelitian tersebut. Dalam penelitian ini, terdapat lebih dari satu variabel independen yang terlibat, sehingga penelitian ini akan menggunakan analisis regresi linear berganda. Sehingga teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi dasar dan regresi linear berganda yang kemudian akan diolah dengan memanfaatkan aplikasi SPSS.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan sebuah metode statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang

telah dikumpulkan dan tidak bermaksud untuk mengeneralisasi atau menarik kesimpulan yang umum. Tujuan analisis ini yaitu untuk merangkum dan menjelaskan data dari variabel melalui nilai rata-rata, maksimum, minimum dan standar deviasi.

3.5.2 Uji Instrumen

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengukur tingkat kemampuan instrumen dalam mengukur objek yang akan diukur. Suatu alat pengukuran dapat dianggap valid jika dapat mengukur sesuatu yang harus diukur. Ghazali (2018) mengungkapkan bahwa uji validitas merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menguji valid tidaknya sebuah alat ukur.

Dalam menguji validitas suatu instrumen yaitu dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*. Suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila dalam pengujiannya memiliki signifikansi sebesar 5% atau $<0,05$.

Berikut merupakan kriteria pengambilan keputusan dalam uji validitas :

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel maka indikator kuisisioner dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka indikator kuisisioner dinyatakan tidak valid

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
 $\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel X dan Y
 $\sum x$ = Jumlah nilai variabel X
 $\sum y$ = Jumlah nilai variabel Y
 $(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan
 $(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Item	R Tabel (df=n-2)	R Hitung	Keterangan
X1.1	0,3610	0,771	Valid
X1.2	0,3610	0,702	Valid
X1.3	0,3610	0,545	Valid

Item	R Tabel (df=n-2)	R Hitung	Keterangan
X1.4	0,3610	0,843	Valid
X1.5	0,3610	0,775	Valid
X1.6	0,3610	0,730	Valid
X1.7	0,3610	0,629	Valid
X1.8	0,3610	0,618	Valid
X1.9	0,3610	0,574	Valid
X2.1	0,3610	0,722	Valid
X2.2	0,3610	0,777	Valid
X2.3	0,3610	0,706	Valid
X2.4	0,3610	0,664	Valid
X2.5	0,3610	0,796	Valid
X2.6	0,3610	0,800	Valid
X2.7	0,3610	0,868	Valid
X2.8	0,3610	0,771	Valid
X3.1	0,3610	0,756	Valid
X3.2	0,3610	0,798	Valid
X3.3	0,3610	0,665	Valid
X3.4	0,3610	0,846	Valid
X3.5	0,3610	0,844	Valid
X3.6	0,3610	0,762	Valid
X3.7	0,3610	0,480	Valid
X3.8	0,3610	0,758	Valid
X3.9	0,3610	0,678	Valid
X3.10	0,3610	0,628	Valid
X4.1	0,3610	0,811	Valid
X4.2	0,3610	0,769	Valid
X4.3	0,3610	0,880	Valid
X4.4	0,3610	0,945	Valid
X4.5	0,3610	0,912	Valid
X4.6	0,3610	0,904	Valid
Y.1	0,3610	0,811	Valid
Y.2	0,3610	0,769	Valid
Y.3	0,3610	0,880	Valid
Y.4	0,3610	0,945	Valid
Y.5	0,3610	0,912	Valid
Y.6	0,3610	0,904	Valid

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 3.2 diatas mengenai hasil uji validitas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan dari setiap variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai korelasi r hitung yang lebih besar apabila dibandingkan dengan nilai r tabel yaitu 0,3610 dengan jumlah n sebanyak 30. Hal ini juga menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini relevan dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

3.5.2.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas juga sering disebut sebagai uji keandalan yang digunakan sebagai alat untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang telah disediakan yang merupakan komponen dari variabel. Uji reabilitas adalah sebuah alat untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner merupakan indikator dari variabel yang diteliti (Ghozali, 2018).

Variabel dapat dikatakan baik apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha > dari 0,6 (Priyatno, 2013:30). Adapun rumus Cronbach's Alpha sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_t^2}{a^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = nilai reabilitas

n = Jumlah butir pertanyaan yang diuji

$\sum a_t^2$ = Jumlah skor varian tiap-tiap item

a^2 = Total Varian

Tabel 3.4 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil Reabilitas	N of Item	Keterangan
Literasi Keuangan	0,60	0,866	9	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,60	0,890	8	Reliabel
Persepsi Risiko	0,60	0,877	10	Reliabel
<i>Fear of Missing Out (FoMO)</i>	0,60	0,833	6	Reliabel
<i>Platform Peer to peer Lending</i>	0,60	0,858	6	Reliabel

Sumber : Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel hasil uji reabilitas 3.3 menunjukkan bahwa hasil pengujian reabilitas pada variabel literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko, FOMO, dan penggunaan platform *peer to peer lending* memiliki nilai yang lebih besar dari nilai *Cronbach's Alpha* yaitu <0,60. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan dan mampu memberikan hasil yang dapat dipercaya.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut pendapat Ghozali (2018), uji normalitas merupakan sebuah pengujian yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah sebaran data yang dilakukan terdistribusi secara normal atau tidak. Model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Berikut merupakan kriteria yang diperlukan dalam menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* yaitu:

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dikatakan terdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data diketahui tidak terdistribusi normal.

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan sebuah cara yang digunakan dengan tujuan untuk mengindikasikan apakah pada model regresi terdapat atau tidaknya hubungan linear yang signifikan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2018). Model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak ditemukan korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat dari gejala multikolinieritas.

Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Berikut kriteria yang dapat digunakan dalam mengambil keputusan berdasarkan nilai *tolerance* dan VIF adalah:

- a) Jika nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak ditemukan multikolinearitas.
- b) Jika nilai *Tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF juga lebih besar dari 10 maka ditemukan multikolinearitas.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah sebuah pengujian yang digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Scatterplot sebagai model pengambilan keputusan dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika titik-titik bergabung membentuk pola yang mengerucut, maka ditemukan gejala heterokedastisitas.
- b) Sebaliknya, jika titik-titik menyebar tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak ditemukan gejala heterokesatisitas.

3.5.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah sebuah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat penyimpangan dalam suatu model regresi yaitu dengan adanya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Ghazali, 2018). Model yang digunakan untuk melakukan pengujian autokorelasi pada penelitian ini yaitu menggunakan uji *Durbin Watson* dengan cara membandingkan nilai antara *durbin Watson* hitung (d) dengan nilai tabel batas atas (d_U) dan batas bawah yaitu (d_L) dengan kriteria pengujian berikut:

- a) Jika nilai $d < d_L$ atau $> 4-d_L$, maka ditemukan autokorelasi dan H_0 ditolak.
- b) Jika nilai d terletak antara d_U dan $4-d_U$, maka tidak ditemukan autokorelasi dan H_0 diterima.
- c) Jika nilai d terletak antara d_L dan d_U , maka tidak dihasilkan kesimpulan yang pasti.

3.5.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah alat yang digunakan untuk mengukur kekuatan antara dua variabel atau lebih serta menggambarkan arah hubungan antara kedua variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2018). Berikut merupakan rumus untuk mengukur model persamaan regresi linear berganda :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y = Penggunaan *Peer to peer lending* platform oleh Generasi Z

a = Nilai konstan

x_1 = Literasi Keuangan

x_2 = Persepsi Kemudahan

x_3 = Persepsi Risiko

x_4 = *Fear of Missing Out* (FOMO)

b_1 = Koefisien Regresi x^1
 b_2 = Koefisien Regresi x^2
 b_3 = Koefisien Regresi x^3
 b_4 = Koefisien Regresi x^4
 e = Standar error

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t dimanfaatkan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas memiliki hubungan yang signifikan atau tidak dengan variabel terikat. Kuncoro (2013:244) menyebutkan bahwa uji t dalam sebuah penelitian berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

Menurut Ghozali (2018), uji t dapat dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan t tabel. Berikut merupakan kriteria yang digunakan dengan tingkat signifikansi 5% :

1. Jika t hitung $<$ t tabel dan nilai signifikan $>$ 0,05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
2. Jika t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikan $<$ 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Adapun rumus statistik yang digunakan untuk melakukan uji parsial (t) yaitu :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t : nilai uji t yang dihitung
 r : koefisien korelasi
 r^2 : koefisien determinasi
 n : jumlah anggota sampel

3.5.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F dalam penelitian biasanya digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika hasil nilai signifikansinya adalah $<$ 0,05, maka dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel independen secara bersamaan memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, dan sebaliknya. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka didapatkan bahwa variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka didapatkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus perhitungan yang digunakan untuk melakukan uji simultan (F) yaitu :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien korelasi

n = jumlah data

k = jumlah variabel independent

3.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan pengukuran untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Jika nilai determinasi berada di antara nol sampai satu. Apabila nilai (R^2) rendah, maka dapat diketahui bahwa kemampuan variabel independen terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Begitu pula sebaliknya, ketika nilai (R^2) mendekati satu, maka dapat diartikan bahwa variabel-variabel independen mampu memberikan dan menjelaskan hampir semua informasi yang diperlukan untuk mengetahui variasi dalam variabel dependen.

Dibawah ini merupakan rumus yang digunakan untuk menguji koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut :

$$R^2 = 1 - \frac{SS \text{ error}}{SS \text{ total}} = 1 - \frac{\sum (y_i - \hat{y}_i)^2}{\sum (y_i - \bar{y})^2}$$

Keterangan :

y_i = observasi respon ke - i

\bar{y} = rata-rata

\hat{y}_i = ramalan respon ke - i

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penganalisisan data dan hasil uji yang telah dilakukan dalam penelitian ini mengenai pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan *fear of missing out* (FoMO) terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh gen z di Bandar Lampung maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan secara parsial mempunyai arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh gen z di Bandar Lampung. Hal ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan memiliki peran dan manfaat penting bagi gen z dalam mengetahui segala jenis produk dan layanan keuangan yang ada. Dengan baiknya tingkat literasi yang dimiliki, maka dapat meningkatkan kualitas gen z dalam mengelola keuangannya.
2. Persepsi kemudahan secara parsial memiliki arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh gen z di Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa adanya tingkat kemudahan yang dirasakan gen z di Bandar Lampung sehingga mampu menjadi salah satu faktor penarik bagi gen z untuk menggunakan platform tersebut.
3. Persepsi risiko secara parsial mempunyai arah hubungan yang negatif dan signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh gen z di Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa gen z di bandar lampung memiliki pemahaman yang cukup mengenai besarnya risiko yang mungkin ditimbulkan ketika menggunakan platform *peer to peer lending* sehingga lebih memilih untuk menghindari penggunaannya.
4. *Fear of Missing Out* (FoMO) secara parsial memiliki arah hubungan yang positif dan signifikan terhadap penggunaan platform *peer to peer lending* oleh gen z di Bandar Lampung. Hal ini menjelaskan bahwa gen z di Bandar Lampung

masih cenderung memiliki perasaan takut tertinggal oleh zaman dan orang sekitarnya dan berujung pada perilaku FoMO yang harus selalu mengikuti tren baru.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah disimpulkan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Generasi Z di Bandar Lampung

Saran yang dapat diberikan kepada generasi z yang ada di Bandar Lampung yaitu agar menambah dan meningkatkan literasinya seputar keuangan seperti inovasi dan teknologi baru dalam bidang keuangan, investasi, jenis layanan, produk dan jasa, risiko serta informasi lainnya yang ada seputar keuangan, yang mana pengetahuan tersebut dalam membantu kita dalam mempertimbangkan segala keputusan yang akan dilakukan. Ketika memiliki pengelolaan keuangan yang baik dan terstruktur, maka dapat membantu gen z terhindar dari keputusan yang kurang tepat dan kemungkinan yang buruk. Manajemen keuangan yang baik juga akan mampu membantu memudahkan gen z dalam mencapai tujuan dan kesejahteraan.

2. Bagi Platform *Peer To Peer Lending*

Saran yang dapat diberikan kepada platform *peer to peer lending* yaitu agar dapat terus meningkatkan fitur dan kualitas pelayanannya. Juga diharapkan kepada platform *peer to peer lending* untuk lebih memperhatikan kenyamanan dan keamanan pengguna selama menggunakan platform ini. Karena masih banyak pengguna terutama gen z di Bandar Lampung yang merasa resah terkait risiko yang dapat ditimbulkan akibat penggunaan platform salah satunya keamanan data pengguna. Hal ini diharapkan bisa menjadi fokus bagi platform *peer to peer lending* untuk memperketat perlindungan terhadap keamanan data pribadi pengguna.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai penggunaan platform *peer to peer lending*. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk dapat meneliti tentang variabel-

variabel terkait lainnya yang belum dibahas dalam penelitian ini seperti persepsi manfaat, perilaku keuangan, gaya hidup *self control* dan lain-lain. Dengan demikian dapat memberikan gambaran dan pengetahuan baru yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang mampu mempengaruhi penggunaan platform *peer to peer lending*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Trisna, and Luh Putu Mahyuni. "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Penggunaan *Fintech*." *Forum Ekonomi* 24, no. 2 (2022): 245–58. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10330>.
- Adityandani, Welldan and Haryono, N. A. "Pengaruh Demografi, Financial Atitude, Financial Knowledge, Dan Suku Bunga Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Kota Surabaya." *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2019, 316–26.
- Aini, Rakyat. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (*Fintech*) (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Febi UIN Raden Fatah Palembang)." Universitas Raden Fatah, 2020.
- Alrobai, A., McAlaney, J., Phalp, K., & Ali, R. (2016). Online Peer Groups as a Persuasive Tool to Combat Digital Addiction. *International Conference on Persuasive Technology*.
- Alutaybi, Aarif, Dena Al-Thani, John McAlaney, and Raian Ali. "Combating Fear of Missing out (FoMO) on Social Media: The FoMO-r Method." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17, no. 17 (2020): 1–28. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176128>.
- Andista, Devi Rahayu, and Riauli Susilawaty. "The Influence of Perceived Ease of Use and Risk on Interest in Using Financial Online Loan Technology." *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 2021, 1228–33. <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2919>.
- Andriyanto dan Diana, Yaufi Rahmawati. "Kebermanfaatan , Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Kasus Pada Nasabah Cimb Niaga Daerah Istimewa." *Jurnal Profita*, no. 1 (2016): 16.
- Arianti, Baiq Fitri, Yunita Kurnia Shanti, and Khoirunnisa Azzahra. "Penerapan Literasi Keuangan Dalam Memahami Financial Technology." *Jurnal Abdimas* 2 (2021): 151–60.
- Asriyani, Yulisa, and Irni Rahmayani Johan. "The Effect of Financial Literacy and Self-Efficacy on Interest in Using *Peer to peer Lending* Among Millennials." *Journal of Child, Family, and Consumer Studies* 2, no. 2 (2023): 167–78. <https://doi.org/10.29244/jcfcs.2.2.167-178>.
- Aulianingrum, Rarasati Dewi, dan Rochmawati. "Pengaruh Literasi Keuangan, Status Sosial Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Siswa." *Pendidikan Ekonomi* 15, no. 2 (2021).

- Azizah, Winda Nur; et al.. “Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial TECHNOLOGY (*Fintech*) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2 (2020): 200–222. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i2.32.198-221>.
- Azizah, Ziadatul, Soimun Muntarwikhi, Dewi Sandra W, Ayuerma Dilasari, Kikiy Mega Nurmawati, Norma Anis, Prahasti Tri, and Tungga Dewi. “Edukasi *Fintech Lending* Sebagai Solusi.” *Jurnal Graha Pengabdian*, 2020.
- Benuf, Kornelius. “Perlindungan Hukum Terhadap Keamanan Data Konsumen Financial Technology Di Indonesia.” *Jurnal Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Diponegoro* 24 (2019): 145–60.
- Berg, Tobias, Andreas Fuster, and Manju Puri. “*Fintech Lending*.” *Annual Review of Financial Economics*, 2022. <https://doi.org/10.1146/annurev-financial-101521-112042>.
- C, Lai P. “The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for The Novelty Technology.” *Journal of Information Systems and Technology Management* 14 (2017): 21–38.
- Chen, and Volpe. “An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students.” *Financial Services Review* 7 (1998): 107–28.
- Christina, Riska, Muhammad Salis Yuniardi, and Adhyatman Prabowo. “Hubungan Tingkat Neurotisme Dengan Fear of Missing Out (FoMO) Pada Remaja Pengguna Aktif Media Sosial.” *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi* 4 (2019): 105–17.
- Damayanti, S, and F Fathihani. “Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (*Fintech*)(Studi Kasus Pada Generasi” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem ...* 4, no. 6 (2023): 1014–23. <https://www.dinastirev.org/JEMSI/article/view/1632%0Ahttps://www.dinastirev.org/JEMSI/article/download/1632/977>.
- Davis, Fred D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly* 13 (1989): 319–40.
- Disemadi, H. S. (2021). Fenomena Predatory Lending: Suatu Kajian Penyelenggaraan Bisnis *Fintech P2p Lending* Selama Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Pandecta Research Law Journal*, 16(1), 55–67
- Evimalia, Ni Kadek Rika, and Ni Wayan Alit Erlina Wati. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Regulasi Untuk Melakukan Transaksi Pinjaman Dana Menggunakan Platform Financial Teknologi (*Fintech*) *Peer to peer* (P2P) *Lending* Danamas Di Kota Denpasar.” *Hita Akuntansi Dan Keuangan* 3, no. 1 (2022): 1–10. <https://doi.org/10.32795/hak.v3i1.2279>.
- Exelino Ramandhika, Havis. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Pinjaman Online Kredivo.” *Sekolah Tinggi Ilmu*

Ekonomi Yayasan Keluarga Pahlawan Negara Yogyakarta, 2023.

- F. Anggriawan and L. P. Hasugian, "Platform Build-Me : Mempertemukan Stakeholder Bangunan Dengan Konsumen," vol. 7, pp. 28- 30, 2017.
- Fani Apriliani Darusman, and Indri Utami Sumaryanti. "Pengaruh FOMO Terhadap Problematic Social Media Use Pada Dewasa Awal Pengguna TikTok Di Kota Bandung." *Bandung Conference Series: Psychology Science* 2, no. 1 (2022): 277–84. <https://doi.org/10.29313/bcps.v2i1.1034>.
- Faradila, Dinda, and Abdur Rafik. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dan Intensi Meminjam Dari Pinjaman Online / P2P Lending Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia." *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 02, no. 03 (2022): 63–76. <https://journal.uii.ac.id/selma/index>.
- Febriyanthi, Putu Wina. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha)." Universitas Pendidikan Ganesha., 2022. <http://repo.undiksha.ac.id/id/eprint/13243>.
- Gai, Keke, Meikang Qiu, and Xiaotong Sun. "A Survey on Fintech." *Journal of Network and Computer Applications*, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2017.10.011>.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th Ed)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Hamdi, Asep Saepul, and E. Bahruddin. *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2014.
- Harahap, Muhammad Ikhsan, Andri Soemitra, and Zuhrinal M Nawawi. "Analysis of the Effect of Fear of Missing Out (FoMO) and the Use of Paylater Application on Impulse Buying Behavior (Review of Maqashid Syariah)" 22, no. 2 (2023): 67–73. <https://doi.org/10.24123/jmb.v22i2.682>.
- Hadisaputra. (2020). *Penelitian Kualitatif: Metode Penelitian Kualitatif. Jurnal Equilibrium* (Vol. 5, pp. 1–7). CV. Pustaka Ilmu. Retrieved from <http://belajarpsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Indrabayu, Ananta, and Rita Destiwati. "Pengaruh Komunikasi Intrapersonal Dan Fear of Missing Out Terhadap Hedonisme Pada Generasi Z Di Denpasar." *MSEJ : Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3 (2022): 2169–75.
- Kang, Jungho. "Mobile Payment in Fintech Environment: Trends, Security Challenges, and Services." *Human-Centric Computing and Information Sciences*, 2018. <https://doi.org/10.1186/s13673-018-0155-4>.
- Karnadjaja, C C, D Tulipa, and ... "Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Belanja Online Melalui Kepercayaan Dan Sikap Pada Konsumen Zalora Di Surabaya." *Kajian Ilmiah*

- Mahasiswa* ... 6, no. 2 (2018).
<http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/1779%0Ahttp://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/download/1779/1627>.
- Kim, Jeeyoon, Younghan Lee, and Mi Lyang Kim. "Investigating 'Fear of Missing Out' (FOMO) as an Extrinsic Motive Affecting Sport Event Consumer's Behavioral Intention and FOMO-Driven Consumption's Influence on Intrinsic Rewards, Extrinsic Rewards, and Consumer Satisfaction." *PLoS ONE* 15, no. 12 December (2020): 1–19. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243744>.
- Kuncoro. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Kurniawan, Tri Adhi, and Mahendra Adhi Nugroho. "Informasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Jasa Rekening Bersama (Rekber) Pada Forum Jual Beli Kaskus the Effect of Perceived of Usefulness , Information Quality And." *Jurnal Profita*, 2016, 1–14.
- Lee, In, and Yong Jae Shin. "Fintech: Ecosystem, Business Models, Investment Decisions, and Challenges." *Business Horizons*, 2018. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003>.
- Lusardi, Annamaria, and Olivia S Mitchell. "Economic Importance Of Financial Literacy : Theory and Evidence." *Journal Of Economic Literature* 52 (2014): 5–44.
- Maharseni, Ni Wayan Radha, Ni Ketut Rasmini, Dodik Ariyanto, and Ni Putu Sri Harta Mimba. "Technology Acceptance Model Dalam Penggunaan Financial Technology Lending Pada Generasi Milenial." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 11, no. 05 (2022): 1000–1013. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>.
- Margaretha, Farah and Reza Arief Pambudhi. "Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti." *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* 17 (2015): 76–85.
- Maros, Hikmah, and Sarah Juniar. "Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)," 2016, 1–23.
- Martono, Samuel. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN FINTECH LENDING." *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2021. <https://doi.org/10.26418/jebik.v10i3.45827>.
- Mulyono, Bambang Hari. "Pengaruh Fear of Missing Out Terhadap Social Connectedness Yang Dimediasi Oleh Penggunaan Media Sosial." *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)* 1, no. 2 (2021): 1190–98. <https://doi.org/10.20473/brpkm.v1i2.28660>.
- Noviandini, Nurul Citra. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Penggunaan E-Filing Bagi Wajib Pajak Di Yogyakarta." Universitas Negeri Yogyakarta., 2012.

- OJK RI. “Penyelenggara *Fintech* Terdaftar Dan Berizin Di OJK Per 31 Mei 2019,” 2019.
- . “Statistik P2P *Lending* Periode Agustus 2023,” 2023. <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/default.aspx>.
- Omarini, Anna Eugenia. “Banks and *Fintechs*: How to Develop a Digital Open Banking Approach for the Bank’s Future.” *International Business Research* 11, no. 9 (2018): 23. <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n9p23>.
- Oseifuah, Emmanuel Kojo. “Financial Literacy and Youth Entrepreneurship in South Africa.” *African Journal of Economic and Management Studies* 1, no. 2 (2010): 164–82.
- Palinggi, Sandryones, and Lutma Ranta Allolinggi. “Analisa Deskriptif Industri *Fintech* Di Indonesia: Regulasi Dan Keamanan Jaringan Dalam Perspektif Teknologi Digital.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 6 (2020): 177–92.
- Prajogo, Uke, and Rusno. “Persepsi Risiko Terhadap Minat Melakukan Pinjaman Online Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderasi.” *MBR (Management and Business Review)* 6 (2022): 22–32.
- Pratama, Rizky Bagas. “Metodologi Penelitian.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2019, 28–55.
- Priyatno, Duwi. *Analisis Korelasi, Regresi, Dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2013.
- Przybylski, Andrew K., Kou Murayama, Cody R. DeHaan, and Valerie Gladwell. “Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out.” *Computers in Human Behavior* 29 (2013): 1841–48.
- Puspa Cahyani, Melati. “P2P *Lending* Terhadap Pengelolaan Finansial Generasi Milenial Dan Generasi Z,” no. April (2023). <https://www.researchgate.net/publication/369918691>.
- Putra, Muhammad Iqbal Arya, and Ratna Candra Sari. “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking.” *PROFITA : Kajian Ilmu Akuntansi* 8, no. 8 (2020): 1–12.
- Putri, Lisy Septiani, Dadang Hikmah Purnama, and Abdullah Idi. “Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear of Missing out Di Kota Palembang.” *Jurnal Masyarakat & Budaya* 21, no. 2 (2019): 129–48. <https://jmb.lipi.go.id/jmb/article/view/867>.
- Rahim, Hamidah. “Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi Penggunaan Paytrenpadapt. Veritra Sentosa Internasional.” *Jurnal Ekobistek* 6 (2017): 274–85.
- Rahma, Deva Noor, and Ratna Candra Sari. “The Effect of Financial Literacy, Digital Literacy, Performance Expectancy on Intention Behavior To Use *Peer to peer Lending*.” *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi* 9, no. 4 (2021): 54–68.

- Rahmadi, Heksawan, and Deni Malik. "Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat." *Jurnal Reformasi Administrasi* 3 (2016): 126–45.
- Rahman, Abdul, and Rizki Yudhi Dewantara. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli Online" (Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli 'Z')." *Jurnal Administrasi Bisnis SI Universitas Brawijaya* 52 (2017): 1–7.
- Ramadany, Cherly, and Sherly Artadita. "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Generasi Z Di Indonesia." *YUME : Journal of Management* 6, no. 1 (2022): 606–14.
- Ramadhani, R H. "Pengaruh Literasi Keuangan." *Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa* 114, no. 2 (2019): 54–68.
- Risna Kartika. "Analisis Peer to peer Lending Di Indonesia." *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi* 12, no. 2 (2020): 75–86. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.902>
- Riya Maninggar, Fita, and Yuniningsih Yuniningsih. "Analysis of Financial Behavior on Peer to peer Lending Application in Measuring Transaction Intention of Millennials Generation in Sidoarjo." *Www.Ijbmm.Com International Journal of Business Marketing and Management* 8, no. 1 (2023): 2456–4559. www.ijbmm.com.
- Rizki, Muhammad. "Analisis Literasi Keuangan Di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya." *Keuangan* 15, no. 2 (2018): 1–23.
- Safura Azizah, Nurul. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial." *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* 01, no. 02 (2020): 92–101.
- Schueffel, Patrick. "Taming the Beast: A Scientific Definition of Fintech." *Journal of Innovation Management* 4, no. 4 (2016): 32–54. https://doi.org/10.24840/2183-0606_004.004_0004.
- Setiawan, Cecep, and Kusumaningtuti S Soetiono. *Indonesian Financial Literacy and Inclusion*. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018.
- Sitompul, M. G. (2019). Urgensi Legalitas Financial Technology (Fintech): Peer To Peer (P2p) Lending Di Indonesia. *Jurnal Yuridis Unaja*, 1(2), 68–79.
- Subagyo, Salma Egita Fitri, and Jojok Dwiridotjahjono. "Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Shopee Di Kota Mojokerto." *Juli: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 14 (2021): 26–39.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV

Alfabeta, 2019.

- Suhartini, & Maharani, D. (2023). Peran Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 349–356.
- Suhir, Moch; Suyadi Imam; Riyadi. “Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Situs Website Www. Kaskus.Id).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 8 (2014): 1–10.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2014.
- Suliantini, Ketut Ayu, and Ketut Rencana Sari Dewi. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Dan Personalisasi Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan *Peer to peer Lending* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha).” Universitas Pendidikan Ganesha., 2022. <http://repo.undiksha.ac.id/id/eprint/13170>.
- Suryono, Ryan Randy, Indra Budi, and Betty Purwandari. “Detection of *Fintech P2P Lending* Issues in Indonesia.” *Heliyon*, 2021. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e06782>.
- Tasya Salsabila, Syafa. “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, Dan Manfaat Terhadap Niat Menggunakan PayLater Pada Mahasiswa Di Indonesia.” Universitas Islam Indonesia, 2023.
- Tjandrawinata, R. R. “Industri 4.0: Revolusi Industri Abad Ini Dan Pengaruhnya Pada Bidang Kesehatan Dan Bioteknologi.” *Jurnal Medicinus*, 2016.
- Viviantika Putri, E. (2023). Pengaruh Love Of Money, Fomo & Pengendalian Diri Terhadap Personal Financial Planning Generasi Z Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi (*Studi Kasus Pada Mahasiswa Generasi Z Fakultas Ekonomi UIN Malang*).
- Viya R, Reyhana. “Pengaruh Literasi Keuangan, Bandwagon Effect, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Intensi Penggunaan Layanan Pinjaman Online (*Peer to peer Lending*) Sebagai Pihak Peminjam (Borrower).” Universitas Islam Indonesia, 2021.
- W, Wardoyo, and Andini I. “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma.” *Jurnal Manajemen DayaSaing* 19 (2017): 12–26.
- Wibowo, Arif. “Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Platform Pinjaman Online Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online Dengan Inklusi Keuangan Sebagai Variabel Pemoderasi.” STIE Malangkucecwara, 2022. <http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1714>.
- Winatha, I Gede Mahatma Yogiswara, Anak Agung Gede Agung Indra Prathama, and I Dewa Made Adhi Hutama. “Kewajiban Kreditur Dalam Memberikan Hak Debitur Untuk Mengajukan Penangguhan Pembayaran Hutang Sebelum

- Pailit.” *Jurnal Yustitia* 17, no. 1 (2023): 75–81.
- Wirasukessa, Kadek, and I Gede Sanica. “Fear of Missing Out Dan Hedonisme Pada Perilaku Konsumtif Millennials: Peran Mediasi Subjective Norm Dan Attitude.” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 1 (2023): 156–75. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2887>.
- Wonglimpiyarat, Jarunee. “Industri Perbankan *Fintech*: Pendekatan Sistemik.” *Foresight* 19 (2017): 590–603.
- World Bank. *Global Financial Development Report 2019/2020: Bank Regulation and Supervision a Decade after the Global Financial Crisis*. The World Bank, 2019.
- Wu, Yi Hu, Liang Bai, and Xiaohui Chen. “How Does the Development of *Fintech* Affect Financial Efficiency? Evidence from China.” *Economic Research-Ekonomiska Istrazivanja*, 2023. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2106278>.
- Wulandari, Sri. “Pengaruh Literasi Keuangan, Parental Income Dan Self Control Terhadap Minat Menggunakan Shopeepaylater Pada Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Jambi Di UIN Walisongo Semarang),” 2023.
- Xie, Jianli, Liying Ye, Wei Huang, and Min Ye. “Understanding *Fintech* Platform Adoption: Impacts of Perceived Value and Perceived Risk.” *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 2021. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050106>.
- Yuniarti, V. (2019). Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan Financial Technology Peer To Peer Lending. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–22.
- Yushita, Amanita Novi. “Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi.” *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 6, no. 1 (2017). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>.
- Yogananda, Septa, A., Dirgantara, & Bayu, I. M. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Skripsi*.
- Zahroh, Lailatuz, and Ima Fitri Sholichah. “Pengaruh Konsep Diri Dan Regulasi Diri Terhadap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Pengguna Instagram.” *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 4, no. 3 (2022): 79. <https://core.ac.uk/download/pdf/322599509.pdf>.