

Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, dan Perilaku FOMO Terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online di Toko Agung Jaya

Trie Utami¹, Ari Susanti²

¹Program Studi Akuntansi, ²Program Studi Manajemen, STIE Surakarta, Surakarta

¹Email: trieutami.uut214@gmail.com

²Email: santisties@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan perilaku FOMO terhadap minat menggunakan pinjaman *online*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner. Adapun sample yang digunakan yakni sejumlah 47 responden karyawan toko Agung Jaya yang berlokasi di kota Surakarta pada tahun 2024. Variabel independent penelitian ini adalah literasi keuangan (X1), perilaku konsumtif (X2), dan FOMO (X3). Variabel dependen penelitian ini adalah minat menggunakan pinjaman *online* (Y). Analisa dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 25. Adapun analisa yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu analisa instrument data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas; uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas; serta analisa regresi linier berganda yang meliputi uji F, uji T, dan uji koefisien determinasi. Hasil analisa menunjukkan bahwa literasi keuangan dan perilaku konsumtif tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan pinjaman *online*. Sedangkan variabel yang secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online* pada penelitian ini adalah perilaku FOMO. Sedangkan secara simultan ketiga variabel independent literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan FOMO berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Konsumtif, FOMO, Pinjaman Online

Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, dan FOMO Terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online

Abstract

This research aims to analyze the influence of financial literacy, consumer behavior and FOMO behavior on interest in using online loans. This research uses primary data obtained through a survey using a questionnaire. The sample used was 47 respondents who were employees of the Agung Jaya store located in the city of Surakarta in 2024. The independent variables of this research were financial literacy (X1), consumptive behavior (X2), and FOMO (X3). The dependent variable of this research is interest in using online loans (Y). The analysis in this research uses SPSS version 25 software. The analysis carried out in this research is instrument data analysis which includes validity and reliability tests; classical assumption tests which include normality tests, multicollinearity tests, and heteroscedasticity tests; as well as multiple linear regression analysis which includes the F test, T test, and coefficient of determination test. The results of the analysis show that financial literacy and consumer behavior do not partially influence interest in using online loans. Meanwhile, the variable that partially influences interest in using online loans in this research is FOMO behavior. Meanwhile, simultaneously the three independent variables of financial literacy, consumer behavior and FOMO influence interest in using online loans.

Keywords: Financial Literacy, Consumptive, FOMO, Online Loans

PENDAHULUAN

Pengelolaan keuangan pribadi menjadi salah satu aspek penting dalam kehidupan modern, terutama dengan kemajuan teknologi yang memudahkan akses ke berbagai layanan keuangan. Salah satu fenomena yang menarik adalah peningkatan layanan financial technology *peer-to-peer* (*fintech* P2P) lending atau pinjaman *online* (pinjol) di Indonesia. Menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Desember 2023, terdapat 18,07 juta masyarakat yang menjadi peminjam aktif di platform pinjol. Meskipun jumlah peminjam aktif mengalami penurunan sebesar 8,35% dari tahun sebelumnya, nilai outstanding pinjaman tetap menunjukkan pertumbuhan sebesar 16,67% yaitu mencapai Rp59,64 triliun dengan persentase gagal bayar sebesar 2,93%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun penggunaan layanan pinjol menurun, nilai pinjaman yang beredar justru meningkat, yang dapat memberikan indikasi mengenai perilaku keuangan masyarakat. Fenomena ini menunjukkan tingginya ketergantungan masyarakat pada pinjol untuk memenuhi kebutuhan finansial mereka.

Revolusi industri 5.0 telah memudahkan akses informasi yang mendukung kecerdasan finansial masyarakat. Kecerdasan finansial, yang didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam mengelola aset pribadi, sangat penting untuk keberlangsungan hidup individu (Widyawati, 2012). Literasi keuangan yang baik membantu individu membuat keputusan keuangan yang tepat. Menurut Yushita (2017), pengetahuan dan literasi keuangan berperan penting dalam perencanaan keuangan pribadi. Namun, berdasarkan Survei Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2022 oleh OJK, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia adalah 49,68%, meskipun meningkat dari 38,03% pada 2019, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih lebih rendah dibandingkan negara ASEAN lainnya seperti Thailand dan Malaysia yang masing-masing mencapai 82% dan 85%. Ini menunjukkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kurang teredukasi dengan baik mengenai keuangan.

Menurut Heck dalam Zahroh (2014), salah satu komponen dalam pengelolaan keuangan pribadi yaitu penyesuaian untuk memenuhi kebutuhan dalam kondisi darurat atau persiapan dana darurat jika suatu saat terjadi krisis yang tidak diharapkan. Sedangkan menurut Drajat Tri Kartono, Sosiolog Universitas Sebelas Maret Surakarta, salah satu penyebab maraknya penggunaan pinjaman online adalah dikarenakan masyarakat kesulitan menghadapi krisis ekonomi sehingga kemudian mengakses pinjaman online untuk membantu pembiayaan mereka (Kompas, 2021). Maraknya penggunaan pinjaman online di masyarakat adalah dampak dari ketidaksiapan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mereka di masa krisis. Hal ini merupakan contoh nyata akibat buruk dari pengelolaan keuangan pribadi yang tidak baik.

Literasi keuangan ialah kapabilitas individu terkait menciptakan keputusan keuangan yang efektif (Welly et al, 2016). Literasi keuangan adalah cara terbaik untuk mengajarkan konsumen tentang manfaat memiliki hubungan dengan lembaga keuangan pendanaan dan kredit serta kemampuan untuk membangun keuangan yang positif (Rohrke & Robinson, 2000). Menurut Hailwood (2007) literasi keuangan akan memengaruhi bagaimana orang menabung, meminjam, berinvestasi, dan mengelola keuangan. Penelitian dari Cakranegara & Fetesond (2022) menunjukkan bahwa literasi finansial sangat memengaruhi perilaku seseorang dalam keputusan pinjaman online. Sedangkan dalam penelitian yang lain yang diungkapkan oleh (Noviarini et al., 2021) menyatakan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara literasi keuangan dengan toleransi risiko dan kecemasan akan utang yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan sangat penting dan diperlukan untuk meminimalisir kondisi gagal bayar pada pinjaman online serta mengurangi perilaku yang tidak rasional dan konsumtif di masyarakat. Dengan demikian, pemenuhan kebutuhan serta kesiapan masyarakat dalam menghadapi krisis akan semakin meningkat, mengingat bahwa kondisi krisis ekonomi ekstrem seperti masa Pandemi *Covid-19* bisa terjadi kembali kapanpun.

Di Toko Agung Jaya, terdapat sejumlah 48 karyawan di mana lebih dari setengah di antaranya rutin melakukan pinjaman ke kas kecil yang disediakan oleh perusahaan. Namun, pada November 2023, kas tersebut telah diberhentikan oleh perusahaan. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai kemampuan pemenuhan kebutuhan hidup karyawan yang terbiasa meminjam tersebut dan potensi minat mereka dalam menggunakan pinjaman *online*.

Dalam penelitian ini akan membahas mengenai keterkaitan literasi keuangan dalam menekan perilaku konsumtif dan perilaku *FOMO* terhadap kecenderungan individu dalam melakukan pinjaman online pada karyawan di Toko Agung Jaya. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara umum kepada masyarakat mengenai pentingnya literasi finansial serta seberapa pengaruh tingkat literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan perilaku *FOMO* terhadap minat melakukan pinjaman pada pinjaman *online*.

TEORI

Pinjaman Online

Pinjaman online adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan yang mempertemukan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dilakukan melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet (Otoritas Jasa Keuangan, 2016). Pinjaman online juga disebut sebagai *peer to peer lending* yang merupakan salah satu jenis Fintech yang marak digunakan oleh masyarakat (Santoso, Trinugroho, & Risfandy, 2020).

Adapun pinjaman online yang beredar terdiri dari 2 yaitu pinjaman online legal dan pinjaman online ilegal (Suharini & Hastari, 2020). Pinjaman online legal terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan sedangkan pinjaman online ilegal tidak terdaftar. Status legal atau tidaknya penyelenggara pinjaman online dapat diketahui secara berkala pada website OJK yang diupdate setiap bulan (OJK, 2020)

Pinjaman online terdiri dari penerima pinjaman yaitu individu atau badan hukum yang mempunyai hutang karena perjanjian pinjaman online dan pemberi pinjaman yaitu individu, badan hukum, atau badan usaha yang mempunyai piutang karena perjanjian pinjaman online (Otoritas Jasa Keuangan, 2016)

Literasi Finansial

Menurut Vitt et. al. (dalam Huston, 2010) literasi keuangan pribadi adalah kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan berkomunikasi tentang kondisi keuangan pribadi yang memengaruhi kesejahteraan materi termasuk kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, mendiskusikan masalah keuangan, merencanakan masa depan, dan menanggapi peristiwa kehidupan dengan kompeten yang memengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa dalam perekonomian secara umum.

Literasi finansial memungkinkan individu untuk mengelola kekayaan atau sumber daya yang mereka punya secara maksimal dan terarah. Literasi finansial merupakan seperangkat penguasaan dan pemahaman yang menguatkan individu dalam melakukan pertimbangan finansial yang sehat beserta seluruh sumber daya yang tersedia (Manurung, 2012).

Remund (2010) menyatakan empat hal yang paling umum dalam literasi finansial adalah penganggaran, tabungan, pinjaman, dan investasi. Sedangkan menurut Jackson (2013) terdapat konsep dasar literasi finansial yaitu memperoleh, menyimpan, membelanjakan, dan mendonasikan.

Literasi finansial dibagi menjadi empat aspek meliputi: (1) Pemahaman finansial personal secara umum (*knowledge of personal finance*) mencakup hal yang ada kaitannya dengan pemahaman dasar-dasar finansial personal. (2) Simpan pinjam (tabung dan kredit), bagian ini mencakup informasi tentang simpan pinjam, misal pemakaian credit card. (3) Asuransi, mencakup pemahaman mendasar premiasuransi beserta produknya, misal *life insurance and vehicle insurance*. (4) Pemahaman Investasi yang mencakup *market interest rates, mutual funds, and investment risk* (Chen dan Volpe, 1998).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lam & Lam (2017) menyebutkan bahwa literasi finansial juga dipengaruhi oleh hal-hal seperti pendidikan, sikap dan perilaku dalam pembelian. Menurut penelitian oleh Zain Fuadi (2023) menyebutkan bahwa literasi finansial menimalisir resiko gagal bayar dalam pinjaman online.

Menurut Uthaileang & Kiattisin (2023) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa literasi finansial dapat membangun efikasi diri sehingga hal ini menggarisbawahi pentingnya literasi keuangan dan kemampuan individu di era digital kontemporer. Dengan menggunakan literasi finansial maka kecendrungan untuk melakukan pembelian secara berlebihan dapat diminimalisir dan mengurangi hutang dari pinjaman *online* berikut bunganya (Zain Fuadi, 2023).

Sedangkan menurut D Faradila (2023) dalam penelitiannya menyebutkan literasi keuangan tidak berpengaruh kepada perilaku keuangannya, semakin tinggi Tingkat literasi tidak menjadikan individu semakin lihai dalam mengelola keuangan.

Perilaku FOMO (Fear of Missing Out)

Perilaku *FOMO* disebabkan oleh pesatnya perkembangan kemudahan teknologi. *FOMO* merupakan salah satu fenomena komunikasi intrapersonal dimana seseorang merasakan kekhawatiran, kecemasan, hingga ketakutan ketinggalan informasi yang beredar di media sosial (Aisafitri & Yusrifah, 2020). Perilaku *FOMO* menyebabkan seseorang selalu ingin memuaskan kebutuhan emosional mereka akan tetapi mereka tidak punya cukup uang sehingga hal tersebut menjadi tekanan sosial untuk generasi muda tersebut (Amaliya, 2017).

Department of Psychology, School of Social Sciences, Nottingham Trent University, Inggris menyebutkan bahaya dari *FOMO* yang dapat menyebabkan seseorang berperilaku di luar batas kewajaran di media sosial. Dengan control diri yang rendah, seseorang dapat terjerumus untuk selalu memenuhi 'kebutuhan' media sosial yang seringkali tidak sesuai dengan tingkat pendapatan mereka.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai tindakan membeli barang bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan hanya keinginan yang dilakukan secara berlebihan sehingga menyebabkan pemborosan (Suyasa dan Fransisca, 2005). Perilaku konsumtif merupakan pola hidup manusia yang didorong dan dikendalikan oleh keinginan untuk memenuhi keinginan saja dan tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional (Lina dan Rosyid, 1997).

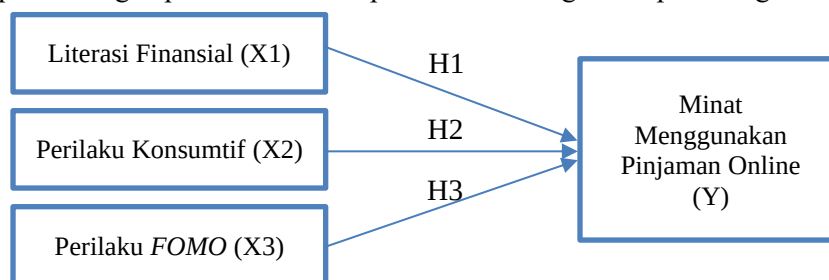
Perilaku konsumtif ditandai dengan beberapa ciri-ciri yaitu : (1) mudah terpengaruh rayuan penjual; (2) mudah terbujuk iklan; (3) tidak berfikir untuk hemat; (4) kurang realistis dan impulsif (Astasari dan Sahrah, 2006).

Adapun perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif meliputi (1) Motivasi, (2) Pengamatan dan proses belajar, (3) Kepribadian dan konsep diri (4) Kepercayaan (Kotler, 1994). Sedangkan faktor eksternal yang memengaruhi perilaku konsumtif yaitu (1) Kebudayaan, (2) Kelas sosial, (3) Kelompok anutan, (4) Keluarga (Mangkunegara, 2005).

Menurut Zain Fuadi (2023) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa semakin tinggi perilaku untuk melakukan konsumsi berlebih, maka seseorang juga akan meningkatkan jumlah hutang mereka dalam pinjaman online.

Kerangka Berfikir

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini tergambar pada diagram berikut



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiono (2014,h.132) hipotesis merupakan tanggapan sementara atas pertanyaan penelitian. Dikatakan sementara karena data yang dikumpulkan atas jawaban hanya didasari teori serta hipotesis berdasarkan kerangka pikir merupakan solusi sementara untuk masalah yang telah diangkat.

1. Literasi keuangan (X1) terhadap minat menggunakan pinjaman online (Y)

Pinto dan Maria Shelcia Sanches (2022) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat melakukan pinjaman online. Sedangkan dalam penelitian oleh Erdi (2023) disebutkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat melakukan pinjaman online yang mana sejalan dengan penelitian oleh Oh dan Rosenkraz (2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap pinjaman online.

Menurut Widyawati (2012), literasi finansial adalah kemampuan untuk memahami kondisi dan konsep finansial serta menerapkan pemahaman tersebut secara tepat dalam perilaku. Berdasarkan hasil beberapa penelitian tersebut, literasi finansial memengaruhi individu dalam berperilaku dan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk tidak menggunakan pinjaman online. Hal ini merupakan implikasi dari efikasi diri yang terbangun untuk terhindar dari permasalahan keuangan.

H1 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman online.

2. Perilaku konsumtif (X2) terhadap minat menggunakan pinjaman online (Y)

Menurut Erdi (2023), perilaku konsumtif tidak memengaruhi minat individu dalam menggunakan pinjaman online. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Dewi (2022) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak berpengaruh pada pinjaman online.

Hasil berbeda terpaparkan pada penelitian oleh Zain (2023) dimana perilaku konsumtif berkorelasi positif terhadap keputusan individu dalam menggunakan pinjaman online. (Triyaningsih, 2011) menyatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadiberlebihan. Individu berperilaku konsumtif dengan pendapatan rendah memungkinkan mereka untuk mencari alternatif berupa pinjaman online untuk memenuhi keinginan mereka.

H2 : Perilaku konsumtif berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman online.

3. Perilaku *FOMO* (X3) terhadap minat menggunakan pinjaman online (Y)

Dalam penelitian oleh Megan dan Michael (2020) menemukan adanya hubungan positif antara perilaku *FOMO* dengan kecenderungan berbelanja. Pernyataan ini sejalan dengan Chairunnisa dan Rahmat (2022) bahwa *FOMO* berpengaruh positif pada perilaku impulsif.

Penelitian lain oleh Mardikaningsih et al. (2020) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup dengan keputusan dalam mengajukan pinjaman online. Nuraisyah, Siti (2022) menyampaikan adanya korelasi antara *FOMO* dengan perilaku impulsive buying. Penelitian ini memperkuat implikasi *FOMO* terhadap perilaku konsumtif sehingga menimbulkan biaya hidup yang meningkat dibandingkan dengan rata-rata pendapatan individu sehingga berpotensi memengaruhi individu untuk menggunakan pinjaman *online*.

H3 : Perilaku *FOMO* berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan investigasi sistematis mengenai sebuah fenomena dengan pengumpulan data yang dapat diukur dengan Teknik statistik, matematika, dan komputasi (M Ramdhan, 2021). Sedangkan penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta

hubungan antar fenomena yang diselidiki (Moh Nazir, 2009). Untuk menunjang penelitian, penulis mempergunakan instrument sebagai berikut :

1) Observasi

Observasi dilakukan secara langsung dengan cara mengamati perilaku individu di sekitar peneliti. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk mengetahui dan membandingkan pola perilaku individu pengguna pinjaman *online* dengan individu yang bukan pengguna pinjaman *online*. Observasi juga dilakukan secara tidak langsung dengan pengamatan melalui media sosial dan jurnal dalam rentang waktu 5 tahun terakhir.

2) Kuisisioner

Kuisisioner disebarkan kepada subjek penelitian yaitu individu pengguna dan bukan pengguna pinjaman *online* untuk menjawab serangkaian pertanyaan. Tujuan dari penyebaran kuisisioner adalah untuk mengetahui hubungan pola perilaku antar individu yang pernah menjadi pengguna, sedang menggunakan, dan belum pernah menggunakan pinjaman *online*. Dalam penentuan jumlah sample, Sugiyono (2019:143) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019).

Penentuan populasi pada penelitian ini menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dan perhitungan jumlah sampel menggunakan teknik sampling jenuh. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2016). Teknik Sampling Jenuh merupakan teknik penentuan jumlah sampel di mana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2016). Penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 47 karyawan Toko Agung Jaya yang berlokasi di Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta tahun 2024. Sehingga, dengan teknik sampling jenuh didapatkan jumlah sampel sebanyak 47 responden.

Tabel 1. Ketentuan Skor Kuisisioner

No	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-ragu	R	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2018:152)

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran
Minat menggunakan pinjaman <i>online</i> (Y)	ingin menggunakan layanan yang disediakan, berencana menggunakan, mempunyai akses, frekuensi menggunakan, merekomendasikan untuk menggunakan.	1. Saya berminat menggunakan layanan pinjaman <i>online</i> karena penggunaannya mudah 2. Saya akan merekomendasikan pinjaman <i>online</i> sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan hidup 3. Saya merekomendasikan pinjaman <i>online</i> berdasarkan pengalaman dan pengetahuan saya mengenai pinjaman online	Skala likert 1-5

		4. Saya tertarik menggunakan pinjaman <i>online</i> untuk membayar hutang saya kepada orang lain 5. Ketika uang yang saya miliki tidak cukup, saya akan menggunakan pinjaman online untuk membeli barang yang saya inginkan	
Literasi Keuangan (X1)	pemahaman mengenai finansial secara umum, pemahaman mengenai konsep simpan pinjam, pemahaman mengenai sistem asuransi, pemahaman mengenai konsep dan tujuan investasi.	1. Saya mendapatkan informasi pengetahuan finansial dasar dari sekolah, internet, seminar, buku, iklan, dan orang terdekat 2. Saya rutin mencatat pengeluaran saya setiap bulan/minggu 3. Menurut saya, jatuh tempo pembayaran harus ditepati apabila saya berhutang ke orang lain atau lembaga simpan pinjam 4. Saya merasa perlu memiliki cadangan uang apabila kelak saya mengalami musibah kehilangan pekerjaan ataupun barang berharga 5. Saya merasa perlu menyisihkan uang untuk membeli aset seperti <i>crypto</i>, emas, tanah, atau rumah	Skala likert 1-5
Perilaku Konsumtif (X2)	tingkat pembelian impulsif pada individu, mudah terpengaruh iklan, kurang memiliki kontrol diri untuk berhemat.	1. Saya sering langsung membeli barang setelah saya menonton iklannya di <i>hp</i> atau televisi 2. Saya akan tetap membeli barang yang saya inginkan meskipun saya memiliki tagihan pokok yang belum saya bayar 3. Saya akan tetap membeli barang yang saya inginkan menggunakan dana darurat atau uang tabungan saya, meskipun kebutuhan akan barang tersebut tidak bersifat urgent 4. Saya akan langsung membelanjakan gaji saya sebelum membuat anggaran bulanan 5. Saya akan terganggu bila saya tidak memesan barang yang	Skala likert 1-5

		saya lihat promonya di media sosial atau di <i>online shop</i>	
Perilaku <i>FOMO</i> (X3)	kepunyaan akun pada jenis media sosial, tingkat penggunaan media sosial, tingkat dorongan memamerkan pencapaian di media sosial, tingkat dorongan mengikuti gaya influencer di media sosial.	1. Saya merasa harus selalu mengikuti trend yang terjadi di sosial media 2. Saya merasa tertinggal dan tidak <i>up-to-date</i> jika tidak mengikuti acara atau kegiatan yang sedang trend seperti konser, menonton bioskop, dan sejenisnya 3. Saya merasa tidak puas dengan hidup saya bila tidak mendapatkan komentar positif atau likes di sosial media mengenai barang yang saya kenakan 4. Saya merasa tidak nyaman ketika tidak mengetahui kegiatan yang sedang terjadi di antara teman-teman saya 5. Saya merasa harus memiliki smartphone yang dimiliki oleh mayoritas teman-teman saya supaya tidak ketinggalan trend	Skala likert 1-5

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tujuan adanya pengujian ini untuk mengetahui valid atau tidaknya item pernyataan pada kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program IBM SPSS *Statistic 25*. Item pernyataan yang valid dilihat dengan membandingkan nilai *Corrected Item Total Correlation* (*r* hitung) dengan *r* tabel. Apabila *r* hitung yang bernilai lebih besar dari *r* hitung menunjukkan bahwa item pernyataan valid, begitu pula sebaliknya.

Nilai *r* tabel diperoleh dengan melihat tabel *r* (koefisien korelasi sederhana) dengan nilai $df = n-2$; $df = 47-2$; $df = 45$, hasil dalam *r* tabel dengan $df=44$, signifikansi 0,05, *two tailed* yaitu 0,2876.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variable X1

Item	<i>r</i> tabel	<i>r</i> hitung	Sig (2-tailed)	Keterangan
X1.1	0,2876	0,545	0,000	Valid
X1.2	0,2876	0,622	0,000	Valid
X1.3	0,2876	0,585	0,000	Valid
X1.4	0,2876	0,649	0,000	Valid
X1.5	0,2876	0,730	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas pada variabel X1 menunjukkan keseluruhan item adalah valid. Ditunjukkan dari adanya nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel serta nilai sig(2-tailed) kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tentang Literasi Finansial adalah dikatakan valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variable X2

Item	r tabel	r hitung	Sig (2-tailed)	Keterangan
X2.1	0,2876	0,759	0,000	Valid
X2.2	0,2876	0,624	0,000	Valid
X2.3	0,2876	0,750	0,000	Valid
X2.4	0,2876	0,507	0,000	Valid
X2.5	0,2876	0,712	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas pada variabel X2 menunjukkan keseluruhan item adalah valid. Ditunjukkan dari adanya nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel serta nilai sig(2-tailed) kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tentang Perilaku Konsumtif adalah dikatakan valid.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variable X3

Item	r tabel	r hitung	Sig (2-tailed)	Keterangan
X3.1	0,2876	0,766	0,000	Valid
X3.2	0,2876	0,700	0,000	Valid
X3.3	0,2876	0,814	0,000	Valid
X3.4	0,2876	0,683	0,000	Valid
X3.5	0,2876	0,796	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas pada variabel X3 menunjukkan keseluruhan item adalah valid. Ditunjukkan dari adanya nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel serta nilai sig(2-tailed) kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tentang Perilaku FOMO adalah dikatakan valid.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variable Y

Item	r tabel	r hitung	Sig (2-tailed)	Keterangan
Y.1	0,2876	0,796	0,000	Valid
Y.2	0,2876	0,615	0,000	Valid
Y.3	0,2876	0,778	0,000	Valid
Y.4	0,2876	0,523	0,000	Valid
Y.5	0,2876	0,699	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji validitas pada variabel Y menunjukkan keseluruhan item adalah valid. Ditunjukkan dari adanya nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel serta nilai sig(2-tailed) kurang dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tentang Minat Menggunakan Pinjol adalah dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsisten atau tidaknya item pernyataan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* untuk menguji reliabilitas dengan aplikasi *software* SPSS versi 25. Menurut Hinton et al. (2004), rentang penilaian reliabilitas yaitu apabila *Cronbach Alpha* $> 0,9$ artinya sangat baik, $0,9 > \textit{Cronbach Alpha} > 0,7$ artinya reliabilitas baik, $0,7 > \textit{Cronbach Alpha} > 0,5$ artinya reliabilitas sedang, dan jika $0,5 \geq \textit{Cronbach Alpha}$ artinya reliabilitas rendah.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria N	Keterangan
X1	0,6180	$>0,60$	Sedang
X2	0,6982	$>0,60$	Sedang
X3	0,8040	$>0,60$	Baik
Y	0,7148	$>0,60$	Baik

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan pada variabel Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif memiliki tingkat reliabilitas yang sedang, sedangkan untuk variabel *FOMO* dan Minat Menggunakan Pinjol tingkat reliabilitasnya Baik.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data penelitian. Data terdistribusi normal apabila *Asymp.Sig.(2-tailed)* menunjukkan nilai yang lebih besar daripada 0,05. Penelitian ini menggunakan aplikasi *software* SPSS versi 25 untuk melakukan Uji Normalitas.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	47
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* lebih dari 0.05 sehingga disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal.

4. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui adanya gejala multikorelasi antar variabel independen. Nilai *VIF* kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,10 menunjukkan bahwa variabel tidak menunjukkan adanya gejala multikorelasi dan sebaliknya. Penelitian ini menggunakan aplikasi *software* SPSS versi 25 untuk menguji Multikolinieritas.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
X1	0,829	1,206
X2	0,460	2,174
X3	0,504	1,983

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji multikolinieritas pada variabel Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, dan Perilaku FOMO menunjukkan hasil bahwa ketiga variabel independen tersebut memiliki nilai lebih dari 0,05 sehingga tidak ada gejala multikolinieritas.

5. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan residual atau kesalahan satu dengan yang lainnya dalam model regresi. Apabila signifikansi bernilai lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas. Pada penelitian ini, uji heterokedastisitas menggunakan uji glejser pada aplikasi *software* SPSS versi 25.

Tabel 10. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
X1	0,571	Tidak terjadi heterokedastisitas
X2	0,623	Tidak terjadi heterokedastisitas
X3	0,161	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji menunjukkan bahwa ketiga variabel independent memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga tidak terjadi heterokedastisitas.

6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan keseluruhan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square*.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,568 ^a	0,323	0,275	0,534627786788799

Sumber : Data primer diolah, 2024

Dari hasil hitung dengan aplikasi *software* SPSS versi 25, variabel Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, dan FOMO berpengaruh sebanyak 27,5% terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online, sedangkan untuk 72,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model dalam penelitian ini.

7. Uji Simultan (F)

Uji F atau Uji Simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh pada variabel dependen. Jika F hitung lebih besar daripada F tabel, maka variabel independen berpengaruh pada variabel dependen. Nilai F tabel diperoleh dengan melihat tabel F dengan df pembilang 3 dan penyebut 43, maka diperoleh nilai F tabel = 2,822.

Tabel 12. Hasil Uji Simultan

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,856	3	1,952	6,829	.001b
	Residual	12,291	43	0,286		
	Total	18,146	46			

Sumber : Data primer diolah, 2024

Hasil uji simultan menunjukkan nilai F hitung 6,829 atau lebih besar daripada F tabel sehingga semua variabel independen dalam model penelitian ini secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Pinjaman *Online*.

8. Uji Parsial (T)

Uji T atau Uji Parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Variabel independent akan dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai t hitung kurang dari/sama dengan t tabel atau signifikansi lebih dari 0,05. Nilai t tabel dapat diketahui dari tabel t dimana $df=n-k$; $df=47-3$; $df=4$, maka diketahui nilai t tabel yaitu 2,01537.

Tabel 13. Hasil Uji Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,470	1,188		1,237	0,223
	X1	-0,049	0,222	-0,031	-	0,825
	X2	-0,266	0,193	-0,255	-	0,176
	X3	0,627	0,156	0,711	1,377	0,000
					4,021	

Sumber: Data primer diolah, 2024

Model persamaan regresi:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,470 + (-0,049)X_1 + (-0,266)X_2 + 0,627X_3 + e$$

Keterangan:

Y :Variabel minat menggunakan pinjaman *online*
a :Konstanta
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$:Koefisien regresi
X1 :Variabel literasi keuangan
X2 :Variabel perilaku konsumtif
X3 :Variabel perilaku *FOMO*
e :Kesalahan estimasi standar

Tabel 14. Kesimpulan Hasil Uji Parsial

Variabel	t tabel	t hasil	sig	kesimpulan
X1	2,01537	-0,2227	0,8247	tidak berpengaruh
X2	2,01537	-1,3772	0,1755	tidak berpengaruh
X3	2,01537	4,0213	0,0002	berpengaruh

Sumber : Data primer diolah, 2024

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menggunakan Pinjaman *Online*

Hasil uji parsial menunjukkan nilai t hasil -0,2227 dengan signifikansi 0,8247 yang mana nilai t hasil lebih kecil daripada t tabel dan signifikansi lebih besar dari 0,05. Artinya, literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjol. Maka, H_1 : literasi keuangan (X1) berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman *online* ditolak dan H_0 diterima.

Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online

Hasil uji parsial menunjukkan nilai t hasil -1,3772 dengan signifikansi 0,1755 yang mana nilai t hasil lebih kecil daripada t tabel dan signifikansi lebih besar dari 0,05. Artinya, perilaku konsumtif tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjol. Maka, H_2 : perilaku konsumtif (X_2) berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman online ditolak dan H_0 diterima.

Pengaruh Perilaku FOMO terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online

Hasil uji parsial menunjukkan nilai t hasil 4,0213 dengan signifikansi 0,0002 yang mana nilai t hasil lebih besar daripada t tabel dan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka, perilaku FOMO berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjol. Sehingga, H_3 : perilaku FOMO (X_2) berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman online diterima.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Literasi Keuangan (X_1) terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online (Y)

Hasil uji T variable X_1 menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat individu dalam menggunakan pinjaman online. Hasil ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Dinda Faradila (2023) yang menyebutkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap intensi untuk meminjam dari pinjaman online. Tingkat tinggi atau rendahnya literasi keuangan individu tidak menentukan apakah individu akan menggunakan pinjaman online atau tidak. Hal ini dapat dipengaruhi karena faktor pendukung lainnya seperti pengalaman atau jam terbang masing-masing individu.

2. Pengaruh Perilaku Konsumtif (X_2) terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online (Y)

Analisa uji parsial pada variable X_2 menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman online. Hasil analisa ini sejalan dengan penelitian oleh Erdi (2023) bahwa perilaku konsumtif tidak memengaruhi minat seseorang untuk melakukan pinjaman online. Maka, penelitian ini menunjukkan bahwa responden tidak menggunakan pinjaman online untuk memenuhi perilaku konsumtifnya.

3. Pengaruh Perilaku FOMO (X_3) terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online (Y)

Dari pengujian pengaruh parsial pada variable X_3 , menunjukkan hasil bahwa perilaku FOMO berpengaruh terhadap minat individu dalam melakukan pinjaman online. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari Dewi & Ners (2015) yang menyebutkan bahwa FOMO dapat menimbulkan permasalahan ekonomi dikarenakan individu akan mengeluarkan biaya hidup di luar kemampuan untuk selalu *up-to-date* di media sosial dan tidak ketinggalan zaman. Pengeluaran yang tinggi inilah yang bisa memengaruhi individu untuk melakukan pinjaman online.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X_1), variabel perilaku konsumtif (X_2), dan variabel perilaku FOMO (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan pinjaman online. Variabel literasi keuangan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan pinjaman online, variabel perilaku konsumtif tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan pinjaman online, dan variabel perilaku FOMO berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan pinjaman online.

Dalam penelitian ini, masih banyak bagian yang bisa diperbaiki. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya menambah jumlah variabel independent, jumlah item variabel, serta jumlah sample. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa tiga variabel independent dalam penelitian ini hanya memberikan pengaruh 27.5% terhadap minat menggunakan pinjaman online. Maka, masih 72,5% pengaruh yang bisa didapatkan dari variabel lain di luar model pada penelitian ini. Selain itu, sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah 47 responden sehingga diharapkan dalam penelitian selanjutnya bisa memperbanyak sample penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisafitri, Lira, & Yusrifah, Kiayati. (2020). Sindrom Fear Of Missing Out Sebagai Gaya Hidup Milenial Di Kota Depok. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 2(4), 166–177.
- Afif, F., Chairunnisa, C., & Habibi, P. (2020). Pengaruh Penempatan Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Karyawan Pada CV Gema Insani Press Di Depok. *Jurnal Dimensi*, 9(1), 163-177.
- Amaliya, Luthfatul. (2017). Pengaruh penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status sosial ekonomi orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). Semarang: *Universitas Negeri Semarang*.
- Astasari, A. R., & Sahrah, A. (2006). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Membeli Impulsif Pada Remaja Putri. *Fakultas Psikologi Universitas Wangsa Manggala Yogyakarta*. 1–12.
- A.A Anwar Prabu Mangkunegara. (2005). Manajemen Sumber daya Manusia Perusahaan. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Cakranegara, P. A., & Fetesond, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemampuan Akademis, Dan Pengalaman Bekerja Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 259–274.
- Chen, H. & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial services review* 7(2): 107-128.
- Dewi Kusuma, W. (2022). Pengaruh Persepsi Kecepatan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Penggunaan Pinjaman Online Sebagai Variable Intervening. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(6), 1161–1168.
- Dinda Faradila. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan dan Intensi Meminjam dari Pinjaman Online/P2P Lending pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Universitas Islam Indonesia*.
- Erdi, T. W. (2023). Faktor-Faktor Keputusan Melakukan Pinjaman Online: Inklusi Keuangan Sebagai Pemoderasi. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 407–414. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.613>
- Frederica, D., Cristina Susianti Magdalena, F., Gunarso, G., Anatasia, C., Devilina Cici, H., Studi Akuntansi, P., & Kristen Krida Wacana, U. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Lainnya Terhadap Niat Masyarakat Menggunakan Pinjaman Online. *Jurnal Riset Bisnis*, 7(1). 141 – 155.
- Suharini, & Hastari, R. (2020). Peran Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Fintech Ilegal di Indonesia Sebagai Upaya Perlindungan Pada Konsumen. *Jurnal Akrab Pekanbaru*, 5(2020), 25–38.
- Hailwood, DWAK. (2007). Financial Literacy and its Role in Promoting a Sound Financial System. Reserve Bank of New Zealand, 70(2).
- Huston, SJ. (2010), Measuring financial literacy, *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), pp. 296–316.
- Jelita Noviarini, Andrew Coleman, Helen Roberts, Rosalind H. Whiting. (2021). Financial Literacy, Debt, Risk Tolerance, and Retirement Preparedness: Evidence from New Zealand. *Pacific-Basin Finance Journal*. 68(2021).
- Kotler, Philip. (1993). Dasar-dasar Pemasaran. Edisi keenam. Jakarta : Intermedia.
- Lam, L. T., & Lam, M. K. (2017). The association between financial literacy and Problematic Internet Shopping in a multinational sample. *Addictive Behaviors Reports*, 6, 123–127. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2017.10.002>

- Lina & Rosyid. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri. *Jurnal Psikologi* 4(2), UGM.
- Manurung, A. H. (2012). *Succesful Financial Planner: A Complete Guide*. Jakarta: Grasindo Nababan, D., & Sadalia, Is. (2013). Analisis Personal Financial Literacy dan Perilaku finansial Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 1(1), 1–16.
- Mardikaningsih, R., Sinambela, E. A., Darmawan, D., & Nurmalasari, D. (2020). Hubungan Perilaku Konsumtif dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online. *Jurnal Simki Pedagogia*, 3(6), 98–110.
- Megan C. Good, Michael R Hyman. (2020). Fear Of Missing Out: Antecedents And Influence On Purchase Likelihood. *Journal of Marketing Theory and Practice* 28(3), 330-341.
- Nuraisyah, S., & Marita Lasutri Tama, M. (2023). Hubungan Fear Of Missing Out dengan Compulsive Buying pada Pengguna Instagram di Fakultas Komunikasi Universitas Bina Darma Palembang. 13(2). <https://doi.org/10.24127/gdn.v13i2.7519>
- Oh, E. Y., & Rosenkranz, P. (2020). Determinants of peer-to-peer lending expansion: The roles of financial development and financial literacy. *Asian Development Bank Economics Working Paper Series*, 613.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor: 77 / Pojk.01/2016 Tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Otoritas Jasa Keuangan, 1–29. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/regulasi/otoritas-jasakeuangan/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-Nomor-77- POJK.01-2016/SAL - POJK Fintech.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Perkembangan Fintech Lending 2023 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin 49 | Vol. 1 No. 9 Pengaruh Pinjaman Online (Nur Ulfadillah, dkk.) Februari 2020. (November), 1–11. Retrieved from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/fintech/Documents/Statistik FL November.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Indonesia Financial Sector Development Kuartal IV/2023. Retrieved from <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/The-Quarterly-Report-on-Indonesia-Financial-Sector-Development-Q4-2023.aspx>
- Pinto, maria shelcia sanches. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Melakukan Pinjaman Online Dengan Kualitas Informasi Sebagai Variabel Moderating. 15(2), 1–23.
- Remund, D L. (2010). Financial literacy explicated: the case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*. 44(2).
- Rohrke, A, & Robinson, L. (2000). Guide to Financial Literacy Resources. *Journal of Financial Literacy*.
- Santoso, W., Trinugroho, I., & Risfandy, T. (2020). What Determine Loan Rate and Default Status in Financial Technology Online Direct Lending? Evidence from Indonesia. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(2), 351–369. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2019.1605595>
- Suharini, & Hastari, R. (2020). Peran Otoritas Jasa Keuangan Terhadap Fintech Ilegal di Indonesia
- Suyasa, P & Fransisca. 2005. Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Phronesis*, 7(2), 172-198.
- Triyaningsih, S. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 172–177.
- Uthaileang, W., & Kiattisin, S. (2023). Developing the capability of digital financial literacy in developing countries: A Case of online loan for small entrepreneurs. *Heliyon*, 9(12), e21961. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21961>.
- Widyawati, I. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi finansial mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas brawijaya, *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 1.
- Yushita, AN. (2017), Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi, *Jurnal Nominal*, 6(1).
- Zahroh, F. (2014). Menguji Tingkat Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Pribadi, dan Perilaku Keuangan Pribadi Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Semester 3 dan Semester 7. Semarang: Universitas Diponegoro.

Zain F. (2023). Kemampuan Literasi Finansial antara Keterkaitan Impulsive Buying terhadap Kecendrungan untuk Melakukan Pinjaman Online. *Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 4(13), 965-980.