

Factors Influencing Undergraduate Students' Use of Online Loans in Yogyakarta

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Mahasiswa S1 Menggunakan Pinjaman Online di Yogyakarta

Valentina Cesaria Febriani^a, Abdul Moin^b

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia^{a,b}

¹22311152@students.uii.ac.id, ²abdulmoin@uii.ac.id

Abstract

This study is entitled "Factors Influencing Students' Use of Online Loans in Yogyakarta." This research is motivated by the increasing use of online loans among students, which has the potential to cause various financial risks. The research problem focuses on the influence of financial literacy, a consumptive lifestyle, ease of access to technology, and the social environment on students' decisions to use online loans. This study aims to analyze and empirically test the influence of these variables on the entanglement or decision to use online loans. The method used is a quantitative approach with data collection through questionnaires distributed to 130 students who meet the research criteria. Data analysis was conducted using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results show that a consumptive lifestyle, ease of access to technology, and the social environment have a positive and significant influence on the decision to use online loans, while financial literacy has no significant influence. Future research is recommended to add other relevant variables, expand the scope of the research area, and use different methodological approaches to obtain more comprehensive results.

Keywords: *Financial Literacy, Consumptive Behavior, Easy Access to Technology, Social Influence, Online Lending.*

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Mahasiswa Menggunakan Pinjaman Online di Yogyakarta". Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan pinjaman online di kalangan mahasiswa yang berpotensi menimbulkan berbagai risiko finansial. Permasalahan penelitian berfokus pada pengaruh literasi keuangan, gaya hidup konsumtif, kemudahan akses teknologi, dan lingkungan sosial terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan pinjaman online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap keterjeratan atau keputusan penggunaan pinjaman online. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 130 mahasiswa yang memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif, kemudahan akses teknologi, dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan pinjaman online, sedangkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan, memperluas cakupan wilayah penelitian, serta menggunakan pendekatan metodologis yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

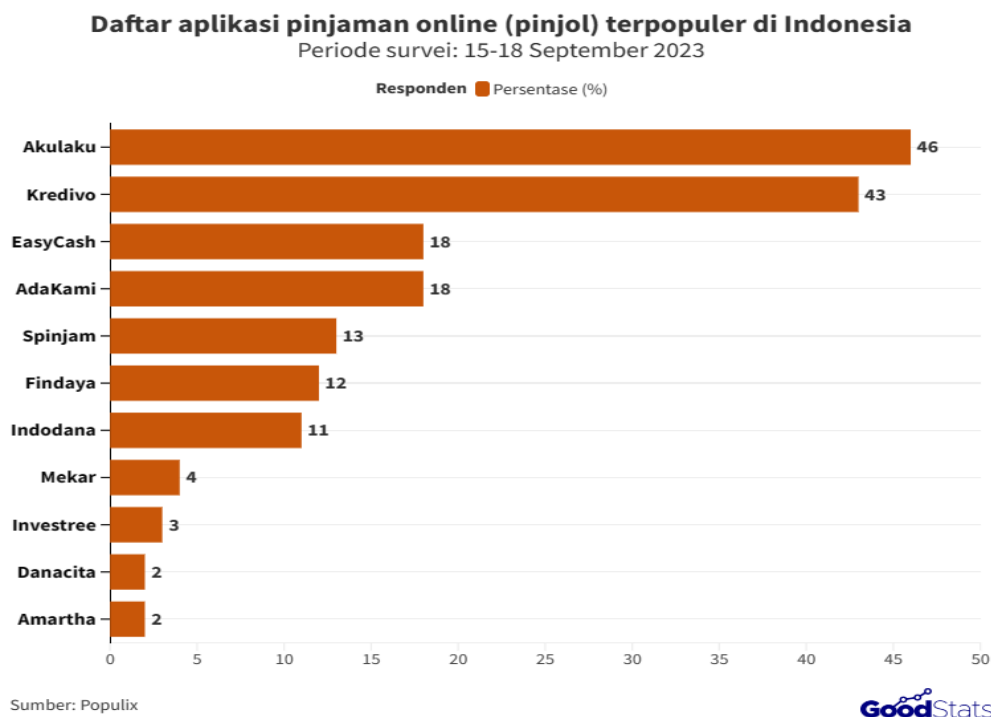
Kata Kunci: *Literasi Keuangan (Financial Literacy), Gaya Hidup Konsumtif (Consumptive Behavior), Kemudahan Akses Teknologi (Easy Access to Technology), Lingkungan Sosial (Social Influence), Pinjaman Online (Online Lending).*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang terjadi belakangan ini telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan (Hoehe & Thibaut, 2020). Transformasi ini melahirkan inovasi layanan finansial berbasis digital atau *Financial*

Technology, yakni integrasi antara teknologi dan sistem keuangan untuk menyediakan layanan yang lebih mudah diakses oleh masyarakat (Alt et al., 2024). Fintech juga menghadirkan produk keuangan baru seperti pinjaman online yang menawarkan akses dana secara cepat tanpa tatap muka langsung (Amnas et al., 2023). Kehadiran pinjaman online ini menjadi salah satu bentuk disrupsi dalam sistem keuangan tradisional dan berkembang pesat sebagai alternatif sumber pembiayaan bagi masyarakat modern (Sigalingging et al., 2024).

Pinjaman online atau pinjol berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan internet dan layanan keuangan digital di Indonesia. Pertumbuhan layanan pinjaman online mencapai 71 persen pada akhir tahun 2022 dan didominasi oleh generasi muda yang aktif dalam aktivitas digital dan media sosial (Uli et al., 2024). Menurut data Otoritas Jasa Keuangan, total pinjaman online telah mencapai Rp602,09 triliun hingga akhir 2024, meningkat sebesar 22,87 persen dibanding tahun sebelumnya. Dari lebih dari 46 juta pengguna aktif, sekitar 61 persen berasal dari usia 19-34 tahun, merupakan mahasiswa dan kelompok usia produktif (OJK, 2024). Data ini menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan segmen pengguna yang sangat potensial dalam pasar pinjaman online.



Gambar 1. Daftar Aplikasi Pinjaman Online Terpopuler di Indonesia
Sumber: Goodstats, 2023

Tingginya penetrasi pinjaman online juga terlihat dari popularitas aplikasi-aplikasi tertentu yang banyak digunakan masyarakat. Berdasarkan survei Populix periode 15-18 September 2023, aplikasi pinjaman online seperti Akulaku menjadi platform paling populer dengan persentase pengguna sebesar 46%, disusul oleh Kredivo sebesar 43%. Selain itu, aplikasi lain seperti EasyCash dan AdaKami juga digunakan oleh 18% responden. Data diatas menunjukkan jika pinjaman online merupakan bagain pola hidup yang mengandalkan transaksi digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari (Angelia, 2022).

Hal ini menunjukkan tingginya ketertarikan kalangan muda terhadap layanan keuangan digital, termasuk pinjaman online, yang dinilai lebih praktis dan mudah diakses dibandingkan layanan keuangan konvensional. Fenomena ini turut menggambarkan bahwa mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda berpotensi besar menjadi pengguna aktif layanan pinjaman online, untuk tujuan konsumtif maupun produktif.

Mahasiswa sebagai generasi digital native merupakan angkatan familiar dalam perkembangan digitalisasi dan layanan berbasis daring (Hughes, 2025). Kemudahan dalam mengakses berbagai aplikasi keuangan membuat mahasiswa menjadi segmen pengguna potensial bagi penyedia layanan pinjaman online (Nasith, 2023). Namun, mahasiswa umumnya masih dalam tahap belajar mengelola keuangan pribadi dan belum memiliki pendapatan stabil (Rodríguez-Correa et al., 2025). Tekanan gaya hidup dan pengaruh sosial sering mendorong pengambilan keputusan finansial yang kurang bijak, termasuk memanfaatkan pinjaman online tanpa mempertimbangkan kemampuan membayar kembali (Ab Hamid et al., 2025), Kondisi ini menimbulkan risiko keuangan jangka panjang jika penggunaan pinjaman tidak diikuti pemahaman keuangan yang memadai (Moore et al., 2021).

Literasi keuangan merupakan faktor penting yang memengaruhi individu dalam menggunakan produk keuangan digital. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa peningkatan penggunaan pinjaman online dipengaruhi dengan tingkat literasi keuangan yang rendah (Lyons et al., 2019 dan Pratisia et al., 2025) Temuan serupa ditunjukkan oleh (Putra et al., 2023 dan Sudrajat et al., 2023). Hasilnya menunjukkan temuan yang sejalan mengenai hubungan antara literasi keuangan dan penggunaan pinjaman online. Keduanya berpendapat bahwa rendahnya pengetahuan tentang keuangan menyebabkan meningkatnya kecenderungan individu untuk menggunakan layanan pinjaman online, ini bisa disebabkan karena ketidaktahuan terhadap risiko finansial maupun kurangnya kemampuan dalam mengelola keuangan secara baik. Namun, perbedaan terletak pada cakupan penelitian, (Sudrajat et al., 2023) menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode SEM-PLS yang didasarkan pada data sekunder dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS), yang mencakup seluruh provinsi di Indonesia, sehingga memberikan gambaran makro mengenai hubungan literasi keuangan, minat terhadap pinjaman online, dan tingkat kemiskinan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Putra et al., (2023) menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam terhadap 90 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surabaya untuk memahami secara langsung perilaku dan persepsi individu terhadap pinjaman online.

Namun, penelitian Yang et al., (2023) di Tiongkok menggunakan data *China Household Finance Survey* (CHFS) dengan responden rumah tangga di berbagai wilayah justru menunjukkan hasil yang berbeda, di mana literasi keuangan yang tinggi justru meningkatkan kecenderungan individu untuk menggunakan pinjaman online. Temuan ini berbeda dari sebagian besar penelitian sebelumnya karena di China, pinjaman online lebih banyak dimanfaatkan secara rasional dan produktif, seperti untuk modal usaha atau investasi, bukan akibat rendahnya pemahaman finansial.

Dalam gaya hidup konsumtif, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif memiliki hubungan positif dengan kecenderungan penggunaan pinjaman online. Danendra et al., (2024) dan Owusu et al., (2023) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif dan rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan dapat meningkatkan ketergantungan individu terhadap pinjaman untuk memenuhi

kebutuhan yang bersifat non-esensial. Hasil serupa ditunjukkan oleh Hao et al., (2019) dan Zhao et al., (2022) menemukan bahwa individu dengan gaya hidup konsumtif serta keinginan untuk mengikuti tren cenderung memanfaatkan layanan kredit online guna memenuhi kebutuhan konsumsi yang bersifat tidak esensial. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif menjadi salah satu faktor penting yang mendorong peningkatan penggunaan pinjaman online di kalangan masyarakat modern. Namun, penelitian oleh Dixit et al., (2024) dan Pino et al., (2024) menunjukkan temuan yang berbeda, di mana perilaku impulsif lebih dipengaruhi oleh tekanan psikologis dan adiksi internet daripada faktor keuangan. Perbedaan hasil temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian mengenai hubungan antara gaya hidup konsumtif dan penggunaan pinjaman online, khususnya pada konteks mahasiswa di Indonesia yang memiliki karakteristik perilaku keuangan dan pola konsumsi yang berbeda dibandingkan dengan konteks penelitian sebelumnya.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan pinjaman online. Firmansyah et al., (2023) menemukan bahwa kemudahan mengakses pinjaman melalui *peer-to-peer lending* berpengaruh positif terhadap niat konsumen untuk meminjam karena prosesnya cepat dan fleksibel. Hasil serupa dikemukakan oleh Hutapea & Andista, (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan aplikasi fintech meningkatkan minat pengguna. Namun, penelitian Frisancho et al., (2023) menunjukkan hasil berbeda, di mana kemudahan akses aplikasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku berutang. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian mengenai sejauh mana kemudahan akses benar-benar memengaruhi keputusan individu menggunakan pinjaman online, khususnya di kalangan mahasiswa di Indonesia. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial berperan penting dalam mendorong penggunaan layanan keuangan digital seperti pinjaman online. Wang et al., (2021) menemukan bahwa keputusan individu dalam menggunakan layanan pinjaman daring sering dipengaruhi oleh perilaku orang lain (*herd behavior*) di dalam platform. Temuan ini diperkuat oleh Widyanto et al., (2022) yang menjelaskan bahwa persepsi adanya banyak pengguna (*critical mass*) dapat meningkatkan keyakinan dan niat seseorang untuk terus menggunakan layanan pinjaman online. Selain itu, Kumar et al., (2025) melalui teori *financial socialization* menunjukkan bahwa interaksi sosial dari keluarga, teman, dan media juga berpengaruh terhadap sikap serta niat individu dalam menggunakan produk keuangan digital.

Merujuk pada berbagai studi terdahulu, masih diperlukan kajian lanjutan untuk mengkaji determinan yang memengaruhi pemanfaatan layanan pinjaman online di kalangan mahasiswa. Adanya inkonsistensi temuan penelitian terkait peran literasi keuangan, pola konsumsi yang cenderung konsumtif, kemudahan akses layanan, serta pengaruh lingkungan sosial mengindikasikan adanya *research gap* yang relevan untuk dieksplorasi lebih mendalam. Sehubungan dengan hal tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menguji secara empiris sejauh mana keempat variabel tersebut berkontribusi terhadap keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan pinjaman online, sekaligus menentukan faktor yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap perilaku tersebut. Diharapkan hasil penelitian ini mampu memperkaya pemahaman mengenai perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa, terutama dalam menghadapi perkembangan layanan keuangan berbasis digital yang kian berkembang pesat di era kontemporer.

2. Metode

Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, yang mengutamakan pengolahan data dalam bentuk angka untuk memperoleh pemahaman tentang fenomena dari perspektif partisipan. Menurut Hair et al., (2022), penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data numerik, instrumen yang terstandarisasi. Penelitian ini juga menerapkan teknik pemodelan statistik, yaitu *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), untuk menganalisis hubungan antarvariabel dan menguji hipotesis secara terukur dan sistematis. Tujuan dari pendekatan ini adalah menghasilkan temuan yang memiliki daya generalisasi. Variabel penelitian diukur secara kuantitatif melalui instrumen yang terstandarisasi, sehingga data numerik yang terkumpul dapat dianalisis dengan metode statistik yang relevan.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah keseluruhan elemen atau responden yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi objek fokus dalam suatu studi. Dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah mahasiswa yang masih terdaftar dan aktif mengikuti perkuliahan serta pernah atau sedang menggunakan layanan pinjaman online. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yakni metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria atau karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga hanya responden yang memenuhi kriteria tersebut yang dijadikan sampel. Kriteria yang diterapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa S1 Aktif
2. Berusia 18-25 tahun
3. Sedang menggunakan atau pernah terjerat pinjaman online

Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder, yang bertujuan untuk mendukung analisis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam memanfaatkan layanan pinjaman online.

1. Data Primer

Menurut Hair et al., (2022), data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari responden atau sumber utama yang relevan, dengan tujuan memperoleh informasi yang spesifik untuk menjawab masalah penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert kepada mahasiswa aktif yang pernah atau sedang memanfaatkan layanan pinjaman online.

2. Data Sekunder

Hair et al., (2022) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan informasi dari pihak luar pada waktu sebelumnya untuk kepentingan tertentu, dan selanjutnya dimanfaatkan oleh peneliti sebagai referensi tambahan. Dalam penelitian ini, data sekunder digunakan untuk memperkuat kajian teori dan latar belakang, serta sebagai dasar pembandingan terhadap hasil yang diperoleh seperti laporan OJK, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Danendra et al., 2024; Frisancho et al., 2023; Khan et al., 2024; Lyons et al., 2019)

3. Hasil dan Pembahasan

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran dievaluasi melalui validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk dengan menggunakan algoritma PLS. Evaluasi dilakukan untuk memastikan setiap indikator memenuhi kriteria validitas dan tidak terjadi tumpang tindih antar konstruk. Pada variabel Financial Literacy, dari 6 indikator awal hanya X1.5 yang dipertahankan karena indikator lainnya tidak memenuhi validitas diskriminan. Pada variabel Consumptive Behavior, dari 6 indikator, hanya X2.1, X2.2, X2.4, dan X2.5 yang memenuhi kriteria, sedangkan lainnya dieliminasi. Pada variabel Easy Access to Technology, seluruh 8 indikator memenuhi kriteria validitas sehingga digunakan seluruhnya. Pada variabel Social Influence, dari 9 indikator hanya X4.6, X4.7, X4.8, dan X4.9 yang dipertahankan, sementara lainnya dieliminasi. Pada variabel Intention to Use, seluruh indikator memenuhi kriteria sehingga semuanya digunakan dalam model. Kesimpulannya, eliminasi indikator dilakukan untuk memastikan model memiliki kualitas pengukuran yang baik dan bebas dari masalah validitas.

Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Tabel 1. Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE	Keterangan
Financial Literacy	X1.5	1,000	1,000	Valid
Consumptive Behavior	X2.1	0,801	0,572	Valid
	X2.2	0,700		Valid
	X2.4	0,825		Valid
	X2.5	0,690		Valid
Easy Access to Technology	X3.1	0,761	0,558	Valid
	X3.2	0,739		Valid
	X3.3	0,761		Valid
	X3.4	0,693		Valid
	X3.5	0,785		Valid
	X3.6	0,784		Valid
	X3.7	0,745		Valid
	X3.8	0,701		Valid
Social Influence	X4.6	0,762	0,551	Valid
	X4.7	0,829		Valid
	X4.8	0,650		Valid
	X4.9	0,717		Valid
Intention to Use	Y1.1	0,756	0,600	Valid
	Y1.2	0,811		Valid
	Y1.3	0,767		Valid
	Y1.4	0,756		Valid
	Y1.5	0,776		Valid
	Y1.6	0,783		Valid
	Y1.7	0,773		Valid

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS

Berdasarkan Tabel 1, seluruh indikator pada masing-masing variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen, yang diukur melalui nilai loading factor $\geq 0,70$ dan AVE $\geq 0,50$.

Pada variabel Financial Literacy, indikator X1.5 memiliki loading factor dan AVE sebesar 1,000, menunjukkan representasi konstruk yang sangat baik. Variabel Consumptive Behavior memiliki loading factor 0,690–0,825 dengan AVE 0,572; meskipun ada satu indikator di bawah 0,70, masih dapat diterima karena AVE memenuhi syarat.

Variabel Easy Access to Technology memiliki loading factor 0,693–0,785 dan AVE 0,558, sedangkan Social Influence memiliki loading factor 0,650–0,829 dan AVE 0,551; keduanya memenuhi validitas konvergen. Variabel Intention to Use menunjukkan loading factor 0,756–0,811 dengan AVE 0,600, menandakan konsistensi yang baik dalam mengukur niat penggunaan.

Secara keseluruhan, seluruh konstruk telah memenuhi validitas konvergen sehingga instrumen penelitian dinyatakan layak untuk analisis selanjutnya.

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian memiliki perbedaan yang jelas dengan konstruk lainnya. Menurut Hair et al., (2022), validitas diskriminan menunjukkan sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dan tidak tumpang tindih dengan konstruk lain, sehingga mampu merepresentasikan konsep yang unik.

Tabel 2. Validitas Diskriminan

	Consumptive Behavior	Easy Access to Technology	Financial Literacy	Intention to use	Social Influence
Consumptive Behavior					
Easy Access to Technology	0,757				
Financial Literacy	0,323	0,314			
Intention to use	0,757	0,802	0,407		
Social Influence	0,625	0,603	0,360	0,732	

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS

Pada Tabel 2, pengujian validitas diskriminan dilakukan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*, yaitu dengan membandingkan akar kuadrat *Average Variance Extracted* (\sqrt{AVE}) pada setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila nilai \sqrt{AVE} lebih besar dibandingkan dengan korelasinya terhadap konstruk lain (Hair et al., 2022).

Pada variabel Consumptive Behavior, nilai \sqrt{AVE} ($\pm 0,756$) lebih kecil dibandingkan korelasinya dengan Easy Access to Technology (0,757), sehingga belum memenuhi kriteria *discriminant validity*. Variabel Easy Access to Technology juga tidak memenuhi kriteria karena nilai \sqrt{AVE} ($\pm 0,747$) lebih kecil dari korelasinya dengan Intention to Use (0,802), yang menunjukkan hubungan antar konstruk terlalu

kuat. Sebaliknya, Financial Literacy memenuhi kriteria dengan sangat baik karena nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ (1,000) lebih besar dari seluruh korelasinya. Variabel Intention to Use masih cukup memenuhi kriteria meskipun memiliki korelasi tinggi dengan Easy Access to Technology, karena nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ -nya relatif lebih tinggi dibanding sebagian besar korelasi lainnya. Variabel Social Influence juga memenuhi kriteria karena nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ ($\pm 0,742$) lebih besar dari seluruh korelasinya dengan variabel lain.

Secara keseluruhan, model belum sepenuhnya memenuhi discriminant validity berdasarkan kriteria Fornell-Larcker karena masih terdapat variabel dengan korelasi lebih tinggi dari $\sqrt{\text{AVE}}$. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi lanjutan, seperti uji cross loading atau pendekatan alternatif seperti HTMT.

Tabel 3. Nilai Loading Silang (*Cross Loading*)

	Financial Literacy	Consumptive Behavior	Easy Access to Technology	Social Influence	Intention to use
X1.5	1,000	0,323	0,314	0,360	0,407
X2.1	0,322	0,801	0,599	0,564	0,638
X2.2	0,288	0,700	0,484	0,476	0,551
X2.4	0,165	0,825	0,706	0,460	0,640
X2.5	0,199	0,690	0,468	0,369	0,426
X3.1	0,191	0,540	0,761	0,392	0,510
X3.2	0,162	0,473	0,739	0,430	0,519
X3.3	0,187	0,535	0,761	0,372	0,541
X3.4	0,086	0,458	0,693	0,355	0,507
X3.5	0,346	0,651	0,785	0,535	0,707
X3.6	0,331	0,689	0,784	0,580	0,716
X3.7	0,320	0,599	0,745	0,443	0,596
X3.8	0,178	0,512	0,701	0,431	0,622
X4.6	0,434	0,556	0,531	0,762	0,606
X4.7	0,269	0,468	0,484	0,762	0,606
X4.8	0,152	0,404	0,262	0,762	0,393
X4.9	0,172	0,415	0,465	0,762	0,532
Y1.1	0,336	0,550	0,670	0,762	0,756
Y1.2	0,342	0,711	0,643	0,762	0,811
Y1.3	0,377	0,654	0,665	0,762	0,767
Y1.4	0,289	0,606	0,690	0,762	0,756
Y1.5	0,451	0,528	0,522	0,762	0,776
Y1.6	0,239	0,486	0,541	0,762	0,783
Y1.7	0,155	0,533	0,586	0,762	0,773

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS

Berdasarkan Tabel 3, uji **cross loading** menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai tertinggi pada konstruksinya masing-masing. Dengan demikian, semua konstruk memenuhi validitas diskriminan dan model layak dilanjutkan ke pengujian struktural.

Reliabilitas Konstruk

Tabel 4. Uji Reliabilitas

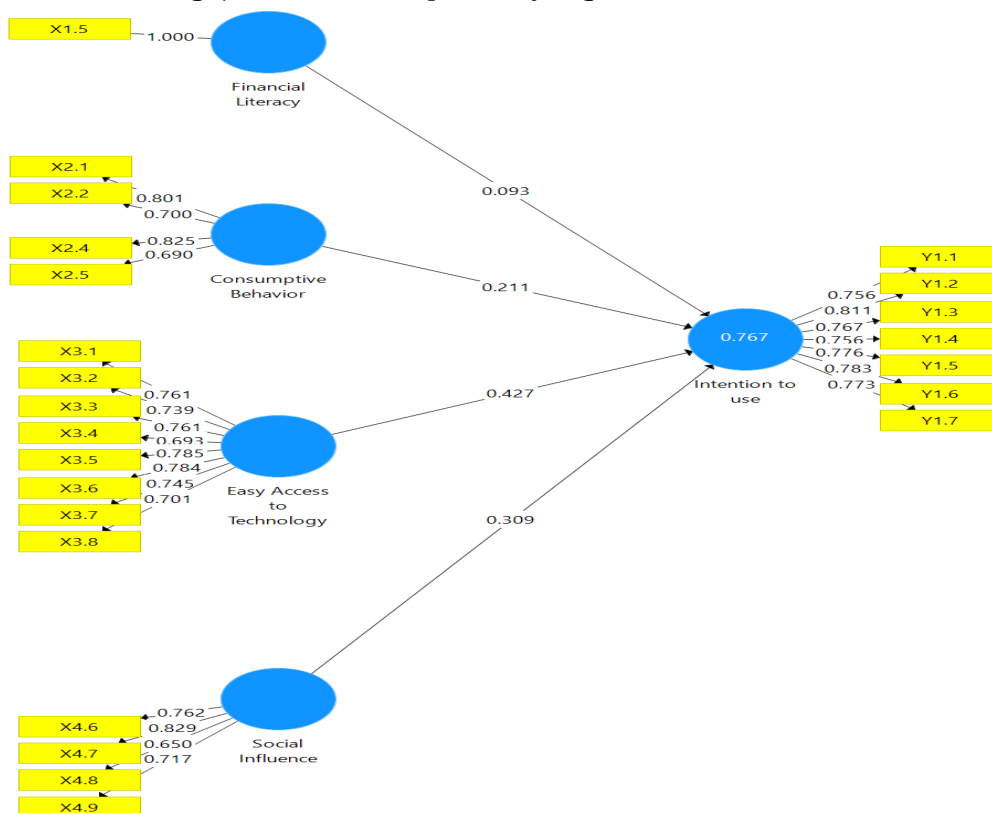
	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Financial Literacy	1,000	1,000
Consumptive Behavior	0,750	0,842
Easy Access to Technology	0,887	0,910
Social Influence	0,729	0,830
Intention to use	0,889	0,913

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS

Berdasarkan Tabel 4, seluruh konstruk memenuhi kriteria reliabilitas (Cronbach's Alpha dan Composite Reliability $\geq 0,70$), sehingga instrumen dinyatakan andal dan konsisten, serta layak untuk analisis lanjutan.

Evaluasi Model Pengukuran (Inner Model)

Setelah melakukan uji *outer model*, selanjutnya melakukan uji *inner model*. Uji *inner model* atau model struktural dalam PLS-SEM digunakan untuk mengevaluasi hubungan kausal antar variabel laten dalam model penelitian. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen serta menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan.



Gambar 2. Model Struktural
Sumber: Hasil *Output* Smart PLS

Tabel 5. Path Coefficient

	Intention to Use
Financial Literacy	0,093
Consumptive Behavior	0,211
Easy Access to Technology	0,427
Social Influence	0,309

Sumber: Hasil Output SmartPLS

Hasil uji model struktural menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh terhadap Intention to Use dengan arah positif, namun tingkat pengaruhnya berbeda. Pertama, Financial Literacy memiliki koefisien 0,093 (positif) tetapi tidak signifikan dan tidak sesuai hipotesis, sehingga belum memengaruhi keputusan penggunaan. Kedua, Consumptive Behavior (0,211) berpengaruh positif, menunjukkan bahwa semakin konsumtif seseorang, semakin tinggi niat menggunakan layanan. Ketiga, Easy Access to Technology (0,427) merupakan faktor paling dominan dalam meningkatkan niat penggunaan. Keempat, Social Influence (0,309) juga berpengaruh positif cukup kuat, di mana lingkungan sosial meningkatkan niat penggunaan.

R Square

Tabel 6. Hasil Pengujian R Square

	R Square	R Square Adjusted
Intention to use	0,767	0,761

Sumber: Hasil Output SmartPLS

Nilai **R Square (R^2)** untuk *Intention to Use* sebesar 0,767 dan **Adjusted R Square** 0,761, yang berarti 76,7% variasi dapat dijelaskan oleh variabel independen, sementara 23,3% dipengaruhi faktor lain. Nilai R^2 tersebut termasuk kategori kuat (*substantial*) karena $>0,67$ (Hair et al., 2022), menunjukkan model memiliki kemampuan prediktif yang sangat baik. Selisih kecil dengan Adjusted R^2 menandakan model stabil dan tidak bias, sehingga layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

F Square

Tabel 7. Hasil Pengujian F Square

	Financial Literacy	Consumptive Behavior	Easy Access to Technology	Social Influence	Intention to use
Financial Literacy					0,032
Consumptive Behavior					0,073
Easy Access to Technology					0,311
Social Influence					0,224
Intention to use					

Sumber: Hasil Output SmartPLS

Mengacu pada Tabel 7, nilai effect size (f^2) menunjukkan kontribusi variabel independen terhadap *Intention to Use*. Hasilnya, Easy Access to Technology dan Social

Influence memiliki pengaruh terbesar dalam meningkatkan kemampuan prediktif model, sedangkan Consumptive Behavior dan Financial Literacy berpengaruh lebih kecil. Interpretasi f^2 mengikuti Hair et al. (2022): 0,02 (kecil), 0,15 (sedang), dan 0,35 (besar).

Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
H1	0,093	0,089	0,050	1,879	0,061	Ditolak
H2	0,211	0,209	0,078	2,706	0,007	Diterima
H3	0,427	0,440	0,089	4,779	0,000	Diterima
H4	0,309	0,303	0,062	4,967	0,000	Diterima

Sumber: Hasil Output SmartPLS

Mengacu pada Tabel 8, dasar penentuan penerimaan maupun penolakan hipotesis dilakukan dengan melihat nilai t-statistics dan p-values pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila memenuhi kriteria t-statistics $> 1,96$ dan p-values $< 0,05$. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat diuraikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan

Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pinjaman online ($t = 1,879$; $p = 0,061$), sehingga hipotesis ditolak.

2. Pengaruh Gaya Hidup (Consumptive Behavior)

Gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan ($t = 2,706$; $p = 0,007$), sehingga hipotesis diterima.

3. Pengaruh Kemudahan Akses Teknologi

Kemudahan akses teknologi berpengaruh positif dan paling dominan ($t = 4,779$; $p = 0,000$), sehingga hipotesis diterima.

4. Pengaruh Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan ($t = 4,967$; $p = 0,000$), sehingga hipotesis diterima.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Pinjaman Online

Hasil uji menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan ($t = 1,879$; $p = 0,061$), sehingga hipotesis ditolak. Pemahaman keuangan mahasiswa belum cukup menjadi faktor penentu karena keputusan lebih dipengaruhi kemudahan akses, kebutuhan jangka pendek, dan tekanan situasional. Temuan ini sejalan dengan Lyons et al. (2019) dan Putra et al. (2023) yang menunjukkan literasi tidak selalu menjadi faktor protektif. Selain itu, Pratisia et al. (2025) menegaskan bahwa gaya hidup konsumtif dan lingkungan sosial dapat melemahkan peran literasi. Sudrajat et al. (2023) bahkan menunjukkan literasi dapat meningkatkan minat penggunaan karena persepsi kontrol yang lebih tinggi.

Pengaruh Gaya Hidup Mahasiswa terhadap Pertimbangan Menggunakan Pinjaman Online

Hasil uji menunjukkan gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan ($t = 2,706$; $p = 0,007$). Mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif cenderung menggunakan pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan non-esensial dan kepuasan instan. Temuan ini sejalan dengan Kumar et al. (2025) terkait perilaku impulsif digital, serta Danendra et al. (2024) dan Hao et al. (2019) yang menegaskan tingginya konsumsi mendorong penggunaan kredit. Owusu et al. (2023) juga menunjukkan materialisme sebagai pendorong utama penggunaan kredit.

Pengaruh Kemudahan Akses Teknologi terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Pinjaman Online

Kemudahan akses teknologi berpengaruh positif dan signifikan ($t = 4,779$; $p = 0,000$). Faktor seperti proses cepat, praktis, dan fleksibel mendorong mahasiswa menggunakan pinjaman online. Temuan ini didukung oleh Firmansyah et al. (2023), Wijayanti et al. (2025), serta Hutapea & Andista (2021) yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan meningkatkan minat adopsi layanan.

Pengaruh Sosial terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Pinjaman Online

Pengaruh sosial terbukti signifikan ($t = 4,967$; $p = 0,000$). Keputusan mahasiswa dipengaruhi oleh teman, keluarga, dan norma sosial yang menganggap pinjaman online sebagai hal wajar. Temuan ini didukung oleh Zhao et al. (2022) melalui konsep normative beliefs, serta Farhansyah et al. (2025) yang menekankan peran komunikasi sosial. Hoque et al. (2024) menunjukkan pengaruh citra sosial, sedangkan Sari & Novrvianto (2020) menegaskan budaya lingkungan sebagai faktor dominan dalam keputusan penggunaan pinjaman online.

4. Kesimpulan

Melalui analisis dan pembahasan terhadap faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan pinjaman online di Yogyakarta, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Gaya Hidup Konsumtif menunjukkan pengaruh yang positif dan nyata. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan tingkat perilaku konsumtif yang tinggi memiliki kecenderungan lebih besar untuk menggunakan layanan pinjaman online sebagai pilihan pembiayaan, baik untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumsi yang bersifat spontan.
2. Kemudahan Akses Teknologi berpengaruh positif dan signifikan. Kemudahan proses pendaftaran, pencairan dana yang cepat, serta akses aplikasi yang praktis membuat mahasiswa lebih tertarik memanfaatkan layanan yang tersedia, khususnya generasi yang adaptif terhadap perkembangan platform digital.
3. Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan. Dorongan teman sebaya, rekomendasi lingkungan pergaulan, serta normalisasi meminjam uang melalui pinjaman online di lingkungan mahasiswa turut membentuk persepsi dan keputusan peminjaman.
4. Literasi keuangan tidak memperlihatkan peran yang nyata terhadap penentuan mahasiswa menggunakan pinjaman online. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa mengenai pengelolaan keuangan belum

sepenuhnya menjadi faktor pengendali dalam proses pengambilan keputusan. Terlebih ketika mahasiswa dihadapkan pada kebutuhan finansial jangka pendek, dorongan lingkungan sosial, serta kemudahan akses terhadap layanan pinjaman digital, pertimbangan rasional berbasis literasi keuangan cenderung kurang dominan.

5. Faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan mahasiswa S1 di Yogyakarta dalam menggunakan pinjaman online adalah kemudahan akses teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam mengakses aplikasi, proses pengajuan yang cepat, serta prosedur yang sederhana menjadi pendorong utama mahasiswa untuk menggunakan layanan pinjaman online. Selain itu, faktor lingkungan sosial dan gaya hidup konsumtif juga turut berperan dalam meningkatkan kecenderungan mahasiswa dalam mengambil keputusan peminjaman online.

5. Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Angelia, D. (2022). 7 Startup Pinjaman Online Terpopuler di Indonesia Q1 2022. GoodStats. <https://goodstats.id/article/7-startup-pinjaman-online-terpopuler-di-indonesia-q1-2022-zPXYm>
- Bachmann, A., Becker, A., Buerckner, D., Hilker, M., Kock, F., Lehmann, M., Tiburtius, P., & Funk, B. (2011). *Online Peer-to-Peer Lending – A Literature Review*.
- Candra, S., Nuruttariyah, F., & Hapsari, I. H. (2020). Revisited the Technology Acceptance Model with E-Trust for Peer-to-Peer Lending in Indonesia (Perspective from Fintech Users). *International Journal of Technology*, 11(4), 710. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v11i4.4032>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hao, Y., Liu, S., Jiesisibieke, Z. L., & Xu, Y.-J. (2019). What Determines University Students' Online Consumer Credit? Evidence From China. *Sage Open*, 9(1), 2158244019833594. <https://doi.org/10.1177/2158244019833594>
- Hutapea, R. S., & Andista, D. R. (2021). *The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, and Risk on User Interest in Using Financial Technology Peer to Peer Lending: 2nd International Seminar of Science and Applied Technology (ISSAT 2021)*. <https://doi.org/10.2991/aer.k.211106.096>
- Indriani, S., Nurwati, S., & Mahrita, A. (2025). Exploring the acceptance of fintech-based credit services: The impact of technology perception, social norms, and income. *JSM: Jurnal Sains Manajemen*, 14(1), 28–42. <https://doi.org/10.52300/jsm.v14i1.22238>
- Khan, M. S., Azad, I., Moosa, S., & Javed, M. Y. (2024). Do we really need financial literacy to access the behavioral dynamics of generation Z? A case of Oman. *Heliyon*, 10(13), e32739. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32739>
- Kumar, P., Saini, M., Ahlawat, P., Khurana, A., & Sharma, V. (2025). Do hedonic browsing, mood regulation and smartphone addiction influence Gen Z's behavioral intention toward continuous usage of BNPL credit schemes? *Aslib*

- Journal of Information Management*, 1–31. <https://doi.org/10.1108/AJIM-08-2024-0618>
- Lee, Y.-K., Park, J.-H., Chung, N., & Blakeney, A. (2012). A unified perspective on the factors influencing usage intention toward mobile financial services. *Journal of Business Research*, (1)Global Research Partnering by the Korean Academy of Marketing Science and Society for Marketing Advances (2)Corporate Social Responsibility, Irresponsibility, and Corruption, 65(11), 1590–1599. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.02.044>
- Muttaqin, I., & Nuryanti, L. (2023). Online loan phenomenon among students: Micro and macro psychological analysis: Fenomena pinjaman online di kalangan mahasiswa: analisis psikologi mikro dan makro. *Psikologia: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 18(2), 171–184. <https://doi.org/10.32734/psikologia.v18i2.13873>
- Nasith, A. (2023). *PERCEPTION OF EASE, RISK, AND BENEFITS IN ONLINE LOANS: A STUDY IN LOWER MIDDLE COMMUNITIES*. 6(3).
- Nguyen, T. H., Nghiê-m-Phú, B., & Vu, Q. T. (2024). Undergraduate students' opinions of peer-to-peer lending and pawnbroking: A comparison study in Vietnam. *Cogent Education*, 11(1), 2375073. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2375073>
- OJK. (2025). *Penyelenggara Fintech Lending Berizin di OJK per 31 Januari 2025*. <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/data-dan-statistik/direktori/fintech/Pages/Penyelenggara-Fintech-Lending-Berizin-di-OJK-per-31-Januari-2025.aspx>
- Pino, M. J., Herruzo, C., Lucena, V., Trenados, Y., & Herruzo, J. (2024). A study of impulsivity as a predictor of problematic internet use in university students with disabilities. *Frontiers in Psychiatry*, 15, 1443289. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2024.1443289>
- Pratisia, A., Cahyono, D., & Halim, M. (2025). *AN ANALYSIS OF HOW CONSUMER LIFESTYLE AND FINANCIAL LITERACY AFFECT STUDENTS' ONLINE LOAN USAGE*. 22(12).
- Riyanto, F., Purusa, N. A., Zakaria, F., & Chaichotchuang, E. (2025). Behavioral Factors Determining Interest in Using Online Loans Generation Z: A Study in Indonesia. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 55–65. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v10i1.12147>
- Rohmadi, F. D., & Maula, A. M. (2025). Technology Disaster: Impact and Influence of Online Loans on Students' Social Environment. *Proceeding International Conference on Religion, Science and Education*, 4, 349–354.
- Sari, M. W., & Novrianto, A. (2020). ANALYZING SEVERAL FACTORS THAT INFLUENCE PEOPLE TO MAKE LOANS ONLINE. *JHSS (JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL STUDIES)*, 4(2), 179. <https://doi.org/10.33751/jhss.v4i2.2492>
- Sudrajat, E., Yunita, I., Rachman, N. A., & Rifai, B. (2023). The effect of financial literacy on online loans and its impact on poverty. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*.
- Uli, M. M. G. A., Aulia, V., Lubis, P. F., Adriansyah, N., & Pane, N. F. (2024, June 14). Pinjaman Online di Kalangan Mahasiswa: Jadi Solusi atau Ironi? *SUARA USU*. <https://suarausu.or.id/pinjaman-online-di-kalangan-mahasiswa-jadi-solusi-atau-ironi1/>

- Venkatesh, Morris, M. G., Davis, & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wang, Y., Wang, Q.-W., Tao, Y.-Y., & Xie, W.-W. (2021). Empirical Study of Consumption Behavior of College Students under the Influence of Internet-based Financing Services. *Procedia Computer Science*, 187, 152–157. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.04.046>
- Wijayanti, T. C., Ashari, I., & Darma, D. C. (2025). Interest in Using Online Loans and Underlying Factors. *Asian Business Research Journal*, 10(7), 50–59. <https://doi.org/10.55220/25766759.495>
- Yang, J., Wu, Y., & Huang, B. (2023). Digital finance and financial literacy: Evidence from Chinese households. *Journal of Banking & Finance*, 156, 107005. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2023.107005>
- Zhao, H., Peng, H., & Li, W. (2022). Analysis of Factors Affecting Individuals' Online Consumer Credit Behavior: Evidence From China. *Frontiers in Psychology*, 13, 922571. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.922571>