

Digital Lending: The Role Of Rationality, Experience, And Behavioral Intention To Re-Applied P2P Lending In Yogyakarta

Peminjaman Digital: Peran Rasionalitas, Pengalaman, Dan Niat Perilaku Dalam Re-Applied P2P Lending Di Yogyakarta

Dinda Sukmaningrum^{1*}, Dodi Setiawan Riatmaja², Narwanto Nurcahyo³, Nurhayanto⁴

Universitas Amikom Yogyakarta^{1,2,3,4}

dinda.s@amikom.ac.id^{1*}, dodi@amikom.ac.id², narwanto.n@amikom.ac.id³

nurhayanto@amikom.ac.id⁴

**Corresponding Author*

ABSTRACT

This study examines the impact of rationality and experience on users' decision to reapply for a digital peer-to-peer (P2P) loan, with behavioral intention as an intermediary factor, in the context of Yogyakarta, Indonesia. As the popularity of digital lending platforms increases, understanding the behavioral factors behind loan reapplication decisions is crucial. This study uses quantitative methods with Structural Equation Models (SEM), with data collected from active P2P users who have previously reapplied for a loan. Findings show that both rationality and experience significantly affect behavioral intention rates, which in turn affect reapplication behavior. Behavioral intention plays a crucial mediating role, linking cognitive and experiential factors to the decision to reapply for a loan. These results highlight the importance of cognitive evaluation and experiential memory in shaping financial behavior in the digital context, providing insights for financial technology providers, regulators, and educators.

Keywords: *Rationality, Experience, Behavioral Intention, Re-Applied P2P Lending, SEM*

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis dampak rasionalitas dan pengalaman terhadap keputusan pengguna untuk mengajukan kembali pinjaman peer-to-peer (P2P) digital, dengan niat perilaku sebagai faktor perantara, dalam konteks Yogyakarta, Indonesia. Seiring meningkatnya popularitas platform pinjaman digital, memahami faktor perilaku di balik keputusan pengajuan kembali pinjaman menjadi sangat penting. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan Model Persamaan Struktural (SEM), dengan data yang dikumpulkan dari pengguna P2P aktif yang sebelumnya telah mengajukan kembali pinjaman. Temuan menunjukkan bahwa baik rasionalitas maupun pengalaman secara signifikan mempengaruhi tingkat niat perilaku, yang pada gilirannya mempengaruhi perilaku pengajuan kembali. Niat perilaku memainkan peran mediasi yang krusial, menghubungkan faktor kognitif dan pengalaman dengan keputusan untuk mengajukan pinjaman kembali. Hasil ini menyoroti pentingnya evaluasi kognitif dan memori pengalaman dalam membentuk perilaku keuangan dalam konteks digital, memberikan wawasan bagi penyedia teknologi keuangan, regulator, dan pendidik.

Kata kunci: Rasionalitas, Pengalaman, Niat Perilaku, Pinjaman P2P yang Diajukan Kembali, SEM

1. Pendahuluan

Transformasi digital di sektor keuangan telah menghadirkan berbagai model pembiayaan alternatif, salah satunya adalah layanan pinjaman peer-to-peer (P2P). Di Indonesia, keberadaan pinjaman P2P tidak hanya menawarkan akses mudah ke dana, tetapi juga membuka peluang bagi orang-orang yang sebelumnya tidak dilayani oleh lembaga keuangan formal (Ichwan & Kasri, 2019). Kota-kota seperti Yogyakarta, dengan populasi muda dan tingkat penetrasi teknologi yang tinggi, menjadi lahan subur bagi pertumbuhan platform pinjaman digital ini (OJK, 2024).

Namun, kemudahan akses dan proses aplikasi yang cepat seringkali menimbulkan tantangan, salah satunya adalah fenomena perilaku pengajuan ulang, di mana pengguna mengajukan pinjaman berulang kali, baik di platform yang sama maupun berbeda (Alimusa et

al, 2025). Perilaku ini, meskipun mungkin mencerminkan kebutuhan pembiayaan yang berulang, juga menimbulkan kekhawatiran tentang risiko over-indebtedness dan keberlanjutan keuangan jangka panjang individu (Wulandari et al., 2021). Menurut laporan OJK (2022), sebagian besar peminjam digital berisiko tinggi terjebak dalam siklus utang akibat pinjaman lintas platform yang berdekatan.

Meskipun minat terhadap perilaku pinjaman digital meningkat, perhatian yang diberikan terhadap konteks regional spesifik seperti Yogyakarta, yang memiliki karakteristik unik, masih terbatas. Wilayah ini dihuni oleh proporsi besar mahasiswa dan dewasa muda, yang aktif secara digital namun rentan secara ekonomi. Hal ini menjadikan Yogyakarta lingkungan unik untuk meneliti perilaku pinjaman digital, terutama terkait dengan pengajuan pinjaman berulang melalui platform peer-to-peer (P2P).

Selain itu, sebagian besar studi yang ada berfokus pada hubungan langsung antara prediktor dan perilaku pinjaman, sementara proses psikologis yang mendasari yang menghubungkan kognisi dan perilaku masih kurang di . Khususnya, peran niat perilaku sebagai faktor perantara belum mendapat perhatian empiris yang cukup, terutama dalam konteks pengguna fintech Indonesia.

Penelitian ini berkontribusi dalam menutup celah tersebut dengan menganalisis bagaimana evaluasi rasional dan pengalaman pengguna memengaruhi keputusan untuk mengajukan pinjaman digital kembali, dengan niat perilaku bertindak sebagai variabel mediasi. Dengan menerapkan pendekatan modeling struktural di lingkungan Yogyakarta, studi ini menawarkan wawasan baru mengenai mekanisme perilaku dan dinamika regional yang membentuk pengambilan keputusan keuangan di era digital.

Dalam konteks perilaku keuangan digital, keputusan untuk mengajukan pinjaman kembali tidak sepenuhnya rasional dan tidak hanya didasarkan pada kebutuhan ekonomi objektif. Penelitian di bidang psikologi keuangan menunjukkan bahwa faktor kognitif seperti rasionalitas dan pengalaman memainkan peran signifikan dalam pembentukan keputusan keuangan (Simon, 1982; Kahneman, 2011). Rasionalitas mewakili sejauh mana individu mengevaluasi informasi dan membuat keputusan secara logis berdasarkan analisis risiko dan manfaat. Dalam konteks ini, individu rasional cenderung mempertimbangkan tingkat niat perilaku, reputasi platform, dan kemampuan membayar sebelum memutuskan untuk mengajukan pinjaman kembali (Ajzen, 1991; Parasuraman, 2000).

Di sisi lain, pengalaman membentuk kerangka persepsi dan kepercayaan terhadap sistem. Pengalaman positif dapat membangun kepercayaan dan meningkatkan kenyamanan pengguna, sementara pengalaman negatif dapat menyebabkan kehati-hatian atau bahkan ketidakpercayaan terhadap platform tertentu (Chen & Li, 2015). Hal ini konsisten dengan studi Parasuraman (2000) yang menyatakan bahwa kesiapan teknologi dipengaruhi oleh dimensi ketidaknyamanan dan ketidakamanan, dua aspek yang sering ditemukan dalam layanan keuangan digital berbasis aplikasi.

Niat perilaku bertindak sebagai mediator antara komponen rasional dan afektif dengan perilaku aktual. Menurut Ajzen (1991), *niat* dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dirasakan. Dalam model perilaku digital, niat perilaku mencerminkan intensitas motivasi dan keinginan untuk bertindak, termasuk dalam keputusan pinjaman ulang. Studi terbaru oleh Wulandari dkk. (2021) menunjukkan bahwa niat perilaku menjadi jembatan antara pengalaman digital sebelumnya dan perilaku keuangan pengguna di platform pinjaman online.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana rasionalitas dan pengalaman memengaruhi niat perilaku, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan untuk mengajukan kembali pinjaman digital melalui platform P2P di Yogyakarta. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui model Structural Equation Modeling (SEM), penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan teori

perilaku konsumen digital dan memberikan masukan strategis bagi penyedia layanan pinjaman P2P, otoritas regulasi, dan program pendidikan keuangan digital.

2. Tinjauan Pustaka

Rasionalitas merujuk pada evaluasi logis dan sadar terhadap opsi keuangan yang tersedia. Pengalaman berkaitan dengan interaksi pengguna sebelumnya dengan platform pinjaman digital, yang memengaruhi keyakinan dan pola perilaku. Niat perilaku berfungsi sebagai variabel mediasi yang mengarahkan proses kognitif dan emosional ke hasil perilaku.

2.1 Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB)

Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB) menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat untuk melakukan perilaku tersebut, yang dipengaruhi oleh tiga komponen utama: sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dirasakan (Ajzen, 1991). Dalam konteks pinjaman digital, TPB digunakan untuk memahami alasan psikososial di balik keputusan keuangan.

"Model TPB tidak hanya berfokus pada aspek penerimaan teknologi, tetapi faktor-faktor teknologi, sosial, dan lingkungan lainnya merupakan stimulus eksternal yang memengaruhi aspek psikokognitif individu".

Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB) dikembangkan oleh Ajzen (1991) sebagai pengembangan dari Teori Tindakan yang Dipertimbangkan (Ajzen & Fishbein, 1980). TPB menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku ditentukan oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kendali perilaku yang dirasakan. Ketiga faktor ini mempengaruhi niat, yang merupakan prediktor utama perilaku aktual.

Dalam konteks layanan keuangan digital, TPB telah digunakan untuk menjelaskan perilaku adopsi perbankan internet (Shih & Fang, 2004), penggunaan fintech (Sholihat et al., 2023), dan niat meminjam kembali dalam pinjaman peer-to-peer (Ichwan & Kasri, 2019). She et al. (2023) juga menemukan bahwa TPB mampu memprediksi secara signifikan perilaku keuangan individu dewasa di Malaysia. Penggunaan TPB telah diperluas untuk menjelaskan fenomena pengajuan ulang di platform pinjaman P2P, di mana niat bertindak sebagai variabel mediasi antara faktor kognitif dan perilaku aktual.

2.2 Rasionalitas dalam Keputusan Keuangan

Rasionalitas dalam konteks keuangan digital merujuk pada kemampuan individu untuk membuat keputusan berdasarkan pertimbangan logis dan analitis. Rasionalitas sering dikaitkan dengan pemrosesan informasi yang sistematis, membandingkan manfaat dan risiko sebelum mengambil keputusan keuangan (Simon, 1982). Dalam konteks keuangan digital, pengguna yang rasional akan mengevaluasi biaya, niat perilaku, dan reputasi platform sebelum mengajukan pinjaman ulang.

Raut dkk. (2018) menemukan bahwa bias perilaku dari pengalaman dapat mengurangi rasionalitas dalam keputusan investasi. Sementara itu, dalam studi fintech, pengguna yang cenderung rasional akan lebih berhati-hati dalam mengajukan pinjaman ulang dan hanya akan mengajukan kembali ketika mereka menilai bahwa platform dan syarat pinjaman sesuai dengan kebutuhan mereka.

"Rasionalitas merujuk pada evaluasi logis dan sadar terhadap opsi keuangan yang tersedia".

Rasionalitas juga sejalan dengan komponen sikap dalam TPB, yang menyarankan bahwa persepsi positif terhadap perilaku pinjaman ulang dapat meningkatkan niat untuk melakukannya lagi.

2.3 Pengalaman

Pengalaman menggunakan platform digital memengaruhi pembentukan niat untuk meminjam kembali. Pengalaman positif membangun kepercayaan, sementara pengalaman negatif dapat menciptakan bias atau kewaspadaan yang lebih tinggi.

"Individu terkadang menilai sikap positif dan lingkungan sosial yang mendukung untuk meminjam kembali, tetapi pengalaman seperti: ketidaknyamanan dan ketidakpastian masih mempengaruhi keyakinan mereka".

Pengalaman adalah kenangan afektif dan kognitif yang terbentuk melalui interaksi sebelumnya dengan suatu sistem. Dalam pinjaman digital, pengalaman positif membangun kepercayaan, sementara pengalaman negatif menciptakan ketidakpastian (Chen et al., 2015).

Raut (2020) menegaskan bahwa perilaku keuangan seseorang sangat dipengaruhi oleh perilaku keuangan masa lalunya, terutama dalam konteks individu yang menggunakan layanan investasi digital. Hal ini konsisten dengan teori *kebiasaan* Verplanken (2018), yang menyatakan bahwa pengalaman merupakan dasar yang kuat untuk pengulangan perilaku dalam konteks serupa. Menurut Ichwan & Kasri (2019), pemahaman tentang perilaku pinjaman ulang di negara-negara berkembang seperti Indonesia masih sangat terbatas dan penting untuk diteliti lebih lanjut.

2.4 Niat Perilaku sebagai Variabel Perantara

Niat perilaku sebagai konstruksi psikologis mencerminkan motivasi internal dan kesiapan yang mendorong seseorang untuk bertindak. Dalam Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB), niat perilaku memediasi pengaruh faktor kognitif dan pengalaman terhadap perilaku aktual (Ajzen, 1991). Niat perilaku menangkap kesediaan seseorang untuk menggunakan kembali layanan dan menerjemahkan sikap yang dirasakan, ekspektasi sosial, dan keyakinan kontrol menjadi tindakan di masa depan.

Niat perilaku bertindak sebagai mekanisme psikologis yang menghubungkan penilaian kognitif dan keputusan perilaku aktual. Niat perilaku dipicu oleh daya tarik emosional dan manfaat yang dirasakan, dan menjadi kunci dalam model mediasi niat ke perilaku.

"Perilaku meminjam kembali dimulai dari niat perilaku, yang mencerminkan kesiapan psikologis atau kemauan seseorang untuk bertindak. Niat ini muncul dari penilaian sikap (perasaan percaya diri atau ketidakpastian), yang dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan dan pengalaman masa lalu..."

Sebagai variabel mediasi, niat perilaku menjelaskan bagaimana individu menginternalisasi pengalaman dan rasionalitas sebelum bertindak.

Dalam konteks pinjaman digital, niat perilaku berfungsi sebagai jembatan antara evaluasi rasional dan kesan pengalaman dengan keputusan akhir untuk meminjam kembali. Niat ini terbentuk melalui kombinasi analisis logis (misalnya, kelayakan pembayaran) dan kesan emosional (misalnya, kepercayaan terhadap platform), yang bersama-sama membentuk kesediaan untuk kembali terlibat dalam perilaku meminjam.

Wu & Zumbo (2008) menekankan bahwa variabel mediasi seperti niat perilaku sangat penting untuk menjelaskan bagaimana dan mengapa efek tertentu terjadi antara prediktor dan hasil. Oleh karena itu, dalam studi ini, niat perilaku bukanlah minat yang samar-samar, melainkan prediktor konkret dari kemungkinan perilaku, yang merupakan manifestasi kesiapan psikologis pengguna untuk mengajukan kembali pinjaman P2P, berdasarkan pertimbangan rasional dan pengalaman masa lalu.

2.5 Perilaku Mengajukan Kembali Pinjaman

Perilaku mengajukan kembali pinjaman P2P merupakan respons terhadap kebutuhan pembiayaan yang berulang dan terbentuk dari niat yang kuat, biasanya dipicu oleh dorongan internal atau tekanan lingkungan sosial. Perilaku mengajukan kembali atau meminjam kembali

merupakan fenomena umum di kalangan pengguna aktif pinjaman P2P di negara-negara berkembang. Ichwan & Kasri (2019) menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna mengajukan kembali pinjaman tidak hanya karena kebutuhan ekonomi, tetapi juga karena kemudahan akses digital, kenyamanan penggunaan, dan persepsi risiko yang rendah.

"Peminjam yang menghadapi masalah utang, banyak di antaranya mengajukan pinjaman kembali... baik di platform yang sama maupun berbeda".

Hal ini diperkuat oleh stimulus seperti promosi platform, kemudahan akses, serta faktor teknologi seperti kenyamanan dan rasa aman dari platform.

Namun, fenomena ini juga menjadi penyebab meningkatnya *over-indebtedness* yang ditandai dengan pinjaman ganda di berbagai platform dan gagal bayar. Purwani dkk. (2024) menambahkan bahwa persepsi jaminan sistem dan popularitas platform (jaminan struktural yang dirasakan & massa kritis) merupakan pendorong niat untuk mengajukan pinjaman kembali dalam model perilaku digital.

2.6 Penelitian sebelumnya

Beberapa peneliti telah mengembangkan model TPB untuk lebih sesuai dengan dinamika fintech. Boonroungrut & Huang (2020) menambahkan variabel seperti ketidaknyamanan dan ketidakamanan, sementara Parasuraman (2000) menyarankan pentingnya memasukkan indeks kesiapan teknologi dalam memahami perilaku pengguna digital. Sholihat dkk. (2023) menggunakan model TAM yang diperluas untuk memahami penerimaan layanan pinjaman P2P, tetapi model ini dianggap kurang mewakili faktor sosial dan pengalaman pengguna. Oleh karena itu, TPB lebih cocok karena memasukkan aspek psikososial dan kognitif pengguna, terutama dalam perilaku berulang seperti mendaftar ulang layanan pinjaman P2P.

Sementara itu, heuristik (bias ketersediaan) merupakan bagian dari bias kognitif yang memengaruhi keputusan cepat.

"Ada banyak informasi tentang aplikasi pinjaman online ... orang memproses informasi yang mudah diperoleh dan tersedia ... menggunakan pinjol yang sedang banyak digunakan".

Heuristik memperpendek proses pengambilan keputusan dan sering digunakan dalam situasi berisiko tinggi dengan informasi terbatas. Kondisi eksternal seperti akses ke perangkat teknologi, kemampuan menggunakan aplikasi, dan dukungan lingkungan berperan sebagai faktor moderasi dalam hubungan antara niat dan perilaku.

"Kondisi memfasilitasi mewakili karakteristik lingkungan yang memperkuat atau melemahkan pengaruh niat terhadap perilaku".

Berdasarkan tinjauan teoretis dan hasil penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa keputusan pengguna untuk meminjam kembali di platform pinjaman P2P merupakan hasil interaksi kompleks antara faktor kognitif (rasionalitas), afektif (pengalaman), dan motivasional (niat perilaku). TPB merupakan kerangka kerja yang paling sesuai untuk menjelaskan dinamika ini, terutama ketika dikombinasikan dengan faktor tambahan seperti bias perilaku dan kesiapan teknologi.

2.7 Memperluas Perspektif Teoritis tentang Perilaku Pinjaman Digital

Studi ini didasarkan pada Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB), yang menjelaskan niat perilaku sebagai hasil dari sikap, norma yang dirasakan, dan kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Namun, mengandalkan TPB saja dapat mengabaikan mekanisme kognitif dan psikologis lain yang memengaruhi keputusan dalam keuangan digital. Oleh karena itu, beberapa teori perilaku komplementer diperkenalkan untuk memberikan pandangan yang lebih komprehensif. Salah satu konsep yang relevan adalah rasionalitas terbatas, yang menyarankan bahwa individu sering membuat keputusan di bawah batasan seperti waktu yang terbatas, informasi yang tidak

lengkap, atau jalan pintas mental (Simon, 1982). Dalam lingkungan pinjaman digital yang cepat, peminjam mungkin tidak melakukan evaluasi yang mendalam tetapi bergantung pada penalaran yang disederhanakan untuk mencapai keputusan yang dapat diterima, meskipun tidak optimal.

Selain itu, pembentukan kebiasaan berperan dalam membentuk perilaku pengguna seiring waktu. Menurut Verplanken (2018), perilaku yang diulang dalam konteks stabil seperti persetujuan pinjaman yang cepat dan mudah dapat menjadi otomatis. Ini berarti pengguna mungkin mengajukan pinjaman kembali bukan hanya karena kebutuhan, tetapi karena rutinitas yang terbentuk melalui pengalaman sebelumnya.

Faktor lain adalah pemrosesan heuristik, di mana individu mengandalkan petunjuk atau kesan sederhana seperti familiaritas platform, rekomendasi teman, atau fitur promosi saat membuat keputusan dengan cepat (Kahneman, 2011). Penghakiman intuitif semacam ini dapat mengesampingkan pemikiran yang disengaja, terutama dalam konteks digital yang mengutamakan kenyamanan.

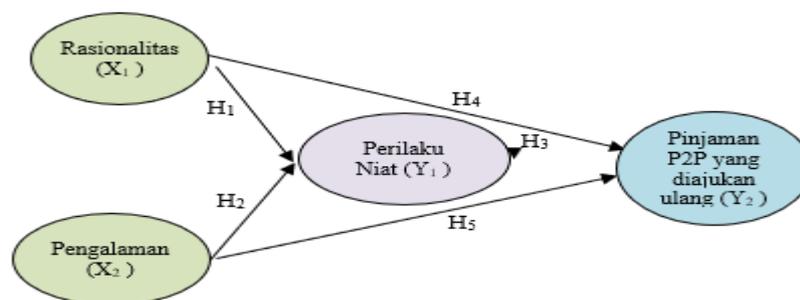
Terakhir, kesiapan teknologi menggambarkan kecenderungan umum pengguna untuk menerima atau menolak sistem teknologi. Sifat positif seperti optimisme dapat meningkatkan kemungkinan keterlibatan berulang dengan platform digital, sementara perasaan ketidaknyamanan atau ketidakamanan dapat menekan perilaku tersebut (Parasuraman, 2000). Perspektif ini membantu menjelaskan variasi dalam cara pengguna memandang layanan keuangan digital di luar logika rasional biaya-manfaat.

Mengintegrasikan teori-teori perilaku ini memungkinkan interpretasi yang lebih kaya tentang proses pengambilan keputusan pengguna. Meskipun TPB berfokus pada niat sebagai prasyarat tindakan, kerangka kerja tambahan ini memperhitungkan pengaruh emosional, kebiasaan, dan konteks yang membentuk niat itu sendiri. Integrasi teoretis yang lebih luas ini meningkatkan relevansi studi dalam memahami loyalitas pengguna dan perilaku berulang dalam lingkungan keuangan digital.

2.8 Kerangka Kerja dan Hipotesis

Berdasarkan Teori Perilaku yang Direncanakan (Ajzen, 1991), perilaku individu untuk bertindak dipengaruhi oleh niat perilaku yang terbentuk dari faktor kognitif seperti sikap, norma subjektif, dan kontrol yang dirasakan. Dalam konteks pinjaman digital, terutama melalui platform pinjaman *peer-to-peer* (P2P), keputusan untuk mengajukan pinjaman kembali tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi ekonomi saja, tetapi juga oleh faktor psikologis dan pengalaman sebelumnya.

Rasionalitas sebagai bentuk evaluasi kognitif logis memainkan peran penting dalam menilai kelayakan pengajuan ulang. Sementara itu, pengalaman dengan platform pinjaman juga membentuk persepsi dan sikap terhadap kemungkinan pengajuan ulang. Niat perilaku pengguna dalam konteks ini berfungsi sebagai jembatan psikologis antara persepsi rasional dan pengalaman, serta kecenderungan untuk bertindak dalam bentuk pengajuan ulang pinjaman. Oleh karena itu, niat perilaku berperan sebagai variabel mediasi antara masukan kognitif dan keluaran perilaku.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka kerja dan model konseptual yang digambarkan dalam diagram jalur SEM, penelitian ini mengusulkan lima hipotesis utama. Hipotesis H1 hingga H3 menguji efek langsung antara variabel, sementara H4 dan H5 menguji efek tidak langsung (mediasi) melalui variabel niat perilaku.

Dengan kondisi sebagai berikut:

- X1 = Rasionalitas
- X2 = Pengalaman
- Y1 = Niat Perilaku untuk Mengajukan Kembali
- Y2 = Keputusan atau Niat untuk Mengajukan Kembali Pinjaman P2P

Niat perilaku (Y1) bertindak sebagai variabel mediasi antara faktor kognitif (X1, X2) dan perilaku mengajukan kembali (Y2).

Tabel 1. Hipotesis

Kode Hipotesis	Pernyataan Hipotesis
H1	Rasionalitas (X ₁) memiliki efek positif terhadap niat perilaku dalam mengajukan pinjaman kembali (Y ₁).
H2	Pengalaman (X ₂) memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku dalam mengajukan kembali pinjaman (Y ₁).
H3	Niat perilaku (Y ₁) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan untuk mengajukan kembali pinjaman P2P (Y ₂).
H4	Rasionalitas (X ₁) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mengajukan kembali (Y ₂) melalui mediasi niat perilaku (Y ₁).
H5	Pengalaman (X ₂) memiliki efek positif terhadap keputusan untuk mengajukan kembali (Y ₂) melalui niat perilaku (Y ₁).

Sumber: Data yang diproses

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Model Persamaan Struktural (SEM) untuk mengevaluasi efek mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna aktif platform pinjaman peer-to-peer (P2P) di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang tercatat memiliki tunggakan lebih dari 90 hari (TWP90) berdasarkan data statistik LPBBTI pada Desember 2024. Jumlah populasi total adalah 3.251 orang. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 orang. Konstruk utama meliputi rasionalitas, pengalaman, niat perilaku, dan perilaku pengajuan ulang.

Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yang menargetkan responden yang pernah meminjam setidaknya sekali dan menunjukkan niat perilaku untuk meminjam kembali. Metode sampling non-probabilitas ini dipilih karena kebutuhan untuk mengakses perilaku pengguna yang relevan dengan model studi. Namun, purposive sampling memiliki keterbatasan inheren dalam generalisasi, karena sampel mungkin tidak sepenuhnya mewakili populasi peminjam P2P yang lebih luas di berbagai demografi dan wilayah.

Hal ini menimbulkan pertimbangan etis, terutama terkait bias seleksi, over-representasi jenis pengguna tertentu, dan risiko mengesampingkan populasi yang kurang melek digital. Temuan ini, oleh karena itu, lebih cocok untuk generalisasi analitis daripada generalisasi statistik. Penelitian masa depan sebaiknya mempertimbangkan penggunaan metode sampling berbasis probabilitas, seperti sampling berstrata atau sampling kluster acak, untuk memastikan pemahaman yang lebih representatif dan inklusif tentang perilaku peminjaman digital di Indonesia. Pendekatan ini akan meningkatkan validitas eksternal dan memungkinkan inferensi yang lebih luas pada tingkat nasional.

Data dikumpulkan melalui distribusi kuesioner online dan offline. Alat ukur dirancang dalam bentuk pernyataan tertutup dengan skala Likert 6 poin, di mana poin 1 = sangat tidak setuju; poin 2 = tidak setuju; poin 3 = agak tidak setuju; poin 4 = agak setuju; poin 5 = setuju; poin 6 = sangat setuju. Instrumen penelitian disusun dalam bentuk pernyataan tertutup menggunakan skala Likert 6 poin untuk mengukur tingkat kesepakatan responden. Skala ini dirancang tanpa titik netral untuk menghindari bias pusat (Creswell, 2014). Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, dan kecenderungan perilaku responden terhadap pernyataan tertentu.

Instrumen penelitian dikembangkan berdasarkan Teori Perilaku Terencana dan beberapa referensi sebelumnya. Setiap variabel diukur oleh indikator yang tercantum dalam tabel berikut:

Tabel 2. Variabel Operasional

Kode	Variabel	Dimensi	Indikator	Sumber
X1.1	Rasionalitas	Evaluasi Kognitif	Saya mempertimbangkan syarat dan risiko sebelum mengajukan kembali	Simon (1982), Ajzen (1991)
X1.2		Penilaian Risiko	Saya mengevaluasi kemampuan saya untuk membayar sebelum mengajukan pinjaman kembali	Ajzen (1991)
X1.3		Logika Ekonomi	Saya hanya meminjam kembali jika manfaatnya lebih besar daripada biayanya	Ajzen (1991)
X1.4		Informasi Rasional	Saya membaca informasi platform sebelum memutuskan untuk mengajukan kembali	Kahneman (2011)
X2.1	Pengalaman	Kepuasan	Saya puas dengan pengalaman pinjaman saya sebelumnya	Parasuraman (2000)
X2.2		Kepercayaan	Saya merasa lebih percaya pada platform setelah pengalaman pertama	Chen dkk. (2015)
X2.3		Hambatan	Saya mengalami hambatan selama pinjaman pertama	Raut (2020)
X2.4		Pengaruh Keputusan	Pengalaman saya mendorong saya untuk meminjam kembali	Verplanken (2018)
Y1.1	Niat Perilaku	Tarikan Psikologis	Saya merasa niat untuk mengajukan permohonan peminjaman ulang	Ajzen (1991)
Y1.2		Preferensi	Saya akan mempertimbangkan platform yang sama jika saya membutuhkan pinjaman	Wu & Zumbo (2008)
Y1.3		Kesiapan Bertindak	Saya merasa siap untuk meminjam secara online lagi	Ajzen (1991)
Y2.1	Re-Apply P2P	Rencana	Saya berencana untuk meminjam kembali dalam waktu dekat	Ichwan & Kasri (2019)

Y2.2	Kecenderungan	Saya kemungkinan akan mengajukan pinjaman kembali	Wulandari dkk. (2021)
Y2.3	Kepastian	Saya yakin akan menggunakan platform P2P lagi	Ajzen (1991)

Sumber: Data yang diproses

Data dianalisis menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berdasarkan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Analisis terdiri dari dua tahap:

- Uji Model Luar: untuk mengevaluasi validitas konvergen, reliabilitas, dan AVE
- Uji Model Dalam: untuk menganalisis hubungan antara variabel laten (koefisien jalur), nilai R^2 , Q^2 , dan efek mediasi.

4. Hasil dan Pembahasan

Analisis data dalam studi ini dilakukan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS), yang dijalankan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4. Pendekatan ini dipilih karena cocok untuk mengeksplorasi model kausal, menangani sampel kecil (<math>N < 200</math>), dan mampu menganalisis model dengan banyak konstruksi laten dan indikator (Hair et al., 2017).

Model dalam SEM-PLS dianalisis melalui dua tahap utama, yaitu:

a. Pengujian Model Pengukuran (Model Luar)

Tahap ini bertujuan untuk menguji kualitas indikator dalam mengukur konstruksi laten. Dalam model luar, pengujian dilakukan:

- Validitas konvergen, melalui nilai faktor beban dan Average Variance Extracted (AVE). Setiap indikator dinyatakan valid jika memiliki faktor beban ≥ 0.7 dan AVE ≥ 0.5 . Berikut adalah tabel validitas konvergen sebagai tahap awal

Tabel 3. Convergent Validity Test Results (Loading Factor and AVE)

Construct	Indicator	Loading Factor	AVE	Description
Rasionalitas (X_1)	X1.1	0.784	0.603	Valid
	X1.2	0.801		
	X1.3	0.764		
	X1.4	0.773		
Pengalaman (X_2)	X2.1	0.832	0.648	Valid
	X2.2	0.787		
	X2.3	0.754		
	X2.4	0.762		
Niat Perilaku (Y_1)	Y1.1	0.795	0.655	Valid
	Y1.2	0.802		
	Y1.3	0.823		
Reapply (Y_2)	Y2.1	0.811	0.681	Valid
	Y2.2	0.805		
	Y2.3	0.842		

Sumber: Data yang diproses

Semua indikator dalam setiap konstruk memiliki nilai faktor beban di atas 0,70, dengan rentang antara 0,754 hingga 0,842. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut memiliki kontribusi yang kuat terhadap konstruk masing-masing. Nilai AVE untuk semua konstruk berada di atas 0,50 (antara 0,603 hingga 0,681), menunjukkan bahwa lebih dari 50%

varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Oleh karena itu, semua konstruk dalam model dinyatakan valid konvergen dan dapat digunakan untuk uji struktural lebih lanjut.

2) Keandalan konstruk, yang dievaluasi dari Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha, keduanya harus $> 0,7$ agar konstruk dianggap andal (Hair et al., 2020). Berikut adalah tabel keandalan konstruk:

Tabel 4. Construct Reliability

Construct	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)	Description
Rasionalitas (X_1)	0.768	0.813	Reliable
Pengalaman (X_2)	0.785	0.829	Reliable
Niat Perilaku (Y_1)	0.796	0.842	Reliable
Reapply (Y_2)	0.812	0.854	Reliable

Sumber: data yang diproses

Semua nilai CR berada di atas 0,80 (antara 0,813 - 0,854), melebihi batas minimum 0,70, yang berarti semua konstruk memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Cronbach's Alpha juga menunjukkan konsistensi yang kuat dengan nilai antara 0.768 - 0.812. Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam model telah memenuhi kriteria keandalan, baik dalam pendekatan klasik (alpha) maupun modern (CR).

Instrumen yang digunakan dalam studi ini valid dan reliabel, serta cocok untuk pengujian lebih lanjut model struktural (model dalam). Niat Perilaku (Y_1) dan Niat Mendaftar Kembali (Y_2) dapat dianggap sebagai konstruksi psikologis yang diukur dengan kuat melalui indikator yang telah dirancang.

b. Structural Model Testing (Inner Model)

Setelah model pengukuran dianggap valid dan reliabel, hubungan antara konstruksi laten kemudian diuji melalui analisis model dalam. Tahap ini meliputi:

1) Koefisien jalur (β) dan nilai p, yang menunjukkan kekuatan dan signifikansi hubungan antara variabel. Hasil jalur menunjukkan hubungan antara variabel sebagai berikut:

Tabel 5. Path coefficient

Path of Influence	Coefficient (β)	p-value	Description
Rasionalitas \rightarrow Niat Perilaku	0.31	< 0.01	Significant
Pengalaman \rightarrow Niat Perilaku	0.27	< 0.01	Significant
Niat Perilaku \rightarrow Reapply	0.41	< 0.01	Significant
Rasionalitas \rightarrow Reapply (indirect)	0.13	< 0.01	Significant (mediation)
Pengalaman \rightarrow Reapply (indirect)	0.11	< 0.01	Significant (mediation)

Sumber : data yang diproses

Rasionalitas dan pengalaman terbukti memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku pengguna dalam mengajukan pinjaman kembali. Niat perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat mengajukan kembali, memperkuat peran niat perilaku sebagai mediator. Efek tidak langsung X_1 dan X_2 terhadap Y_2 melalui Y_1 juga signifikan, menunjukkan model mediasi parsial.

R-square (R^2), untuk mengukur kemampuan prediktif konstruk independen terhadap konstruk dependen. Hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Construct	R ²	Interpretation
Niat Perilaku (Y1)	0.45	Moderate Prediction
Reapply (Y2)	0.52	Moderate Prediction

Sumber: data yang diolah

Nilai R² untuk konstruk niat perilaku (0,45) menunjukkan bahwa 45% varians dalam niat perilaku dapat dijelaskan oleh rasionalitas dan pengalaman. Nilai R² untuk konstruk Reapply (0,52) menunjukkan bahwa niat perilaku menjelaskan 52% varians dalam keputusan Reapply, yang dikategorikan sebagai prediksi sedang hingga kuat (Hair et al., 2019).

Q-square (Q²) dan SRMR (Standardized Root Mean Square Residual), sebagai indikator *kesesuaian model*. Nilai Q² > 0 menunjukkan bahwa model memiliki daya prediksi yang relevan untuk konstruksi endogen. Tabel berikut:

Tabel 7. Relevansi Prediktif

Construct	Q ²	Description
Niat Perilaku (Y1)	0.29	Relevant
Reapply (Y2)	0.35	Relevant

Sumber: data yang diproses

Model dikatakan baik jika memiliki nilai SRMR < 0,08 dan R² antara 0,3-0,6, yang menunjukkan daya prediksi moderat dari konstruk dependen (Sarstedt dkk., 2014).

Tabel 8. Nilai SMNR

Model Fit Indicator	Value	Ideal Limit	Interpretation
SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)	0.061	≤ 0.08	Model Fit

Sumber: data yang diproses

Nilai SRMR (Sisa Rata-Rata Kuadrat Standar) sebesar 0.061 menunjukkan bahwa perbedaan rata-rata antara korelasi yang diamati dan yang diprediksi oleh model relatif kecil. Nilai ini berada di bawah ambang batas 0.08, seperti yang dinyatakan oleh Henseler dkk. (2014), yang menunjukkan bahwa model struktural memiliki kesesuaian yang baik dengan data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik rasionalitas maupun pengalaman secara signifikan mempengaruhi niat perilaku pengguna dalam mengajukan kembali pinjaman melalui platform *pinjaman peer-to-peer (P2P)*. Selain itu, niat perilaku pengguna juga terbukti secara signifikan mempengaruhi keputusan atau niat untuk *mengajukan kembali*. Temuan ini memiliki implikasi teoretis dan praktis dalam konteks perilaku pengguna layanan keuangan digital.

a. Rasionalitas sebagai Prediktor Niat Perilaku

Rasionalitas terbukti berkontribusi positif terhadap pembentukan niat perilaku pengguna ($\beta = 0.31$; $p < 0.01$). Hasil ini mendukung pendekatan *Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB)* yang menyatakan bahwa niat terbentuk dari evaluasi kognitif individu terhadap hasil yang diharapkan dari suatu tindakan (Ajzen, 1991). Pengguna yang secara logis mengevaluasi manfaat, risiko, dan kemampuan membayar cenderung memiliki niat perilaku yang lebih besar dalam menggunakan kembali layanan pinjaman peer-to-peer (P2P).

"Sikap yang didasarkan pada evaluasi rasional terhadap hasil yang mungkin terjadi membentuk determinan inti dari niat perilaku." (Ajzen, 1991)

Dalam konteks pinjaman digital, rasionalitas juga mencerminkan kemampuan pengguna untuk membaca informasi kontrak, tingkat niat perilaku, dan perkiraan risiko default yang semakin transparan di era digital.

b. Pengalaman Mempengaruhi Niat Perilaku

Pengaruh pengalaman terhadap niat perilaku juga signifikan ($\beta = 0.27$; $p < 0.01$). Hal ini menegaskan bahwa pengalaman, baik dalam bentuk kemudahan proses, kecepatan pencairan, atau layanan pelanggan, membentuk persepsi positif yang mendorong niat perilaku dalam pengajuan ulang.

"Pengalaman pelanggan membentuk dasar kepercayaan dan niat penggunaan ulang di platform digital." (Parasuraman et al., 2005; Chen et al., 2015)

Dalam layanan pinjaman peer-to-peer (P2P), pengalaman yang aman dan memuaskan akan meningkatkan kenyamanan psikologis dan preferensi pengguna terhadap platform tertentu. Sebaliknya, pengalaman negatif dapat mengurangi niat, meskipun kebutuhan finansial tetap ada.

c. Peran Niat Perilaku sebagai Mediator

Niat perilaku terbukti menjadi mediator yang signifikan antara faktor kognitif dan pengalaman terhadap niat tindakan. Niat perilaku yang tinggi memperkuat efek tidak langsung rasionalitas dan pengalaman terhadap keputusan untuk mengajukan kembali. Hasil ini mendukung temuan Wu & Zumbo (2008), yang menyatakan bahwa niat perilaku mencerminkan *kesiapan motivasional* yang menghubungkan sikap dan keputusan nyata. Dalam konteks pinjaman digital, niat perilaku dapat terbentuk dari kombinasi persepsi risiko yang rendah, pengalaman sebelumnya, dan preferensi terhadap platform tertentu.

Penelitian ini memperkuat TPB dengan menambahkan bahwa dalam konteks ekonomi digital, rasionalitas dan pengalaman digital adalah dua elemen kognitif penting yang membentuk niat perilaku. Peran mediasi niat perilaku juga menunjukkan bahwa keputusan pengguna tidak instan, tetapi melalui proses psikologis internal yang dapat dipengaruhi oleh persepsi logis dan emosional.

Penelitian ini memiliki implikasi praktis, platform pinjaman P2P perlu menyediakan informasi yang transparan dan mudah dipahami untuk meningkatkan persepsi rasional pengguna. Selain itu, pengalaman pengguna yang positif, terutama pada pinjaman pertama, akan sangat menentukan loyalitas dan niat perilaku untuk mengajukan pinjaman kembali. Strategi pemasaran perlu berfokus pada pendidikan risiko, penguatan kepercayaan, dan testimoni pengguna yang sudah ada untuk membentuk persepsi positif dan mendorong perilaku berulang.

5. Penutup Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh rasionalitas dan pengalaman terhadap niat perilaku dan keputusan pengguna dalam mengajukan pinjaman kembali di platform pinjaman P2P di wilayah Yogyakarta.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode SEM-PLS, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Rasionalitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat perilaku pengguna dalam mengajukan pinjaman kembali. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pengguna tidak hanya didorong oleh kebutuhan finansial, tetapi juga oleh pertimbangan logis mengenai manfaat, risiko, dan kemampuan membayar.
- b. Pengalaman juga memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku. Pengalaman yang menyenangkan, cepat, dan andal dalam peminjaman sebelumnya memperkuat niat perilaku untuk meminjam kembali.
- c. Niat perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk mengajukan pinjaman kembali. Semakin tinggi niat perilaku atau kemauan pengguna untuk mengajukan pinjaman kembali, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan pinjaman ulang melalui platform pinjaman peer-to-peer (P2P). Niat ini mencerminkan kombinasi dorongan motivasi,

- manfaat yang dirasakan, dan pengalaman sebelumnya yang pada akhirnya membentuk tindakan pengguna.
- d. Niat perilaku berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara rasionalitas dan pengalaman terhadap keputusan mengajukan kembali. Hal ini menegaskan bahwa pembentukan niat pengguna tidak langsung, melainkan melalui proses psikologis internal.
 - e. Model penelitian yang dikembangkan memiliki kelayakan empiris yang baik dengan nilai R^2 moderat, nilai Q^2 yang relevan, dan SRMR di bawah batas ideal, yang menunjukkan bahwa model tersebut cocok dan prediktif.

Saran

Hasil penelitian ini menegaskan peran rasionalitas, pengalaman, dan niat perilaku dalam memengaruhi keputusan pengguna untuk melakukan pengajuan ulang pinjaman digital. Implikasi praktis bagi pengembang platform P2P adalah penyediaan informasi pinjaman yang transparan, integrasi instrumen perencanaan keuangan, serta peningkatan kualitas pengalaman awal pengguna. Bagi regulator, khususnya Otoritas Jasa Keuangan, diperlukan penguatan pedoman pemasaran etis dan literasi keuangan digital yang tidak hanya menekankan aspek teknis, tetapi juga dimensi perilaku konsumen. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan penggunaan metode sampling probabilitas guna meningkatkan validitas eksternal, serta perluasan model teori perilaku dengan pendekatan kebiasaan atau rasionalitas terbatas. Secara keseluruhan, kolaborasi antara inovasi platform, regulasi yang adaptif, dan pengembangan teori akademik akan mendukung terciptanya ekosistem pinjaman digital yang lebih kredibel, inklusif, dan berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Tim Editorial dan para pengulas anonim Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ) atas komentar berharga, masukan konstruktif, dan dukungan berkelanjutan selama proses peninjauan dan publikasi. Ucapan terima kasih khusus juga disampaikan kepada semua responden di Yogyakarta yang dengan murah hati berbagi waktu dan wawasan mereka, yang membuat penelitian ini menjadi mungkin. Penulis juga berterima kasih kepada rekan-rekan dan institusi Universitas Amikom Yogyakarta atas dorongan dan dukungan akademik mereka. Publikasi ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan pengetahuan di bidang manajemen, kewirausahaan, dan studi keuangan digital.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I., dan Fishbein, M. (1980). *The Theory of Reasoned Action*. Prentice-Hall. New York.
- 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)
- Alimusa, L.O., Sukmana, R., Ratnasari, R.T., Machfud, S. and Latif, S.D.H. (2025), "Determinants of online cash waqf behavioural intentions for micro enterprises financing: the case of Indonesian Muslim youth", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 16 No. 6, pp. 1623-1649. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0166>
- Boonroungrut, C., & Huang, F. (2020). Measurement Validation for Money Management Intention Based on the Transtheoretical Model of Behavior Change. *The Journal of Behavioral Science*, 15(2), 38–53. retrieved from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/IJBS/article/view/175945>
- Chen, S. C., & Lin, C. P. (2015). The impact of customer experience and perceived value on sustainable social relationship in blogs: An empirical study. *Technological forecasting and social change*, 96, 40-50. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.11.011>
- Chen, Y., Yan, X., Fan, W., & Gordon, M. (2015). *The joint moderating role of trust propensity and*

- gender on consumers' online shopping behavior*. *Computers in Human Behavior*, 43, 272–283. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.020>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2014). *Research desing: qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (Vol. 54). United State of America: Sage Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M. and Ringle, C.M. (2019), "When to use and how to report the results of PLS-SEM", *European Business Review*, Vol. 31 No. 1, pp. 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135.
- Ichwan, I., & Kasri, R. A. (2019). Why are youth intent on investing through peer to peer lending? Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(4), 741-762. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i4.1157>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- OJK. (2022). *Laporan statistik fintech lending*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>
- OJK. (2024). *Statistik LPBBTI Desember 2024*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>
- Parasuraman, A. (2000). *Technology Readiness Index (TRI): A multiple-item scale to measure readiness to embrace new technologies*. *Journal of Service Research*, 2(4), 307–320. <https://doi.org/10.1177/109467050024001>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). ES-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of service research*, 7(3), 213-233. <https://doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Raut, R. K. (2020). Past behaviour, financial literacy and investment decision-making process of individual investors. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1243-1263. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOEM-07-2018-0379/full/html>
- Raut, R. K., Das, N., & Das, S. K. (2018). *Behavioral biases of individual investors: A systematic literature review*. *Qualitative Research in Financial Markets*, 10(1), 26–45. <https://doi.org/10.22452/ajba.vol11no1.9>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., Smith, D., Reams, R., & Hair, J. F. (2014). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A useful tool for family business researchers*. *Journal of Family Business Strategy*, 5(1), 105–115. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2014.01.002>
- Shih, Y. Y., & Fang, K. (2004). *The use of a decomposed theory of planned behavior to study Internet banking in Taiwan*. *Internet Research*, 14(3), 213–223. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/10662240410542643/full/html?queryID=59%2F5414275>
- Simon, H. A. (1982). *Models of bounded rationality: Empirically grounded economic reason* (Vol. 3). MIT Press.
- Solihat, I., Hamundu, F. M., & Wahyu, M. (2023). DETERMINANTS OF BEHAVIOR INTENTION TO ADOPT PEER-TO-PEER LENDING SERVICES AMONG INDONESIA MSMES. *International Journal of Business & Society*, 24(1). <https://doi.org/10.33736/ijbs.5633.2023>
- Verplanken, B. (2018). *Habit: From Overt Action to Mental Events*. In *The Psychology of Habit* (pp. 3–23). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-97529-0_1
- Purwani, T., Listijo, H., & Abdullah, N. (2024). Determinants of re-borrowing intention in peer-to-peer lending. *Global Business & Finance Review (GBFR)*, 29(4), 43-54. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2024.29.4.43>
- Wu, A. D., & Zumbo, B. D. (2008). *Understanding and using mediators and moderators*. *Social Indicators Research*, 87(3), 367–392. <https://doi.org/10.1007/s11205-007-9143-1>

Wulandari, D., Munandar, R., & Pradana, A. D. (2021). *Understanding financial re-engagement behavior in online lending platforms: The mediating role of intention*. *Journal of Financial Services Marketing*, 26(2), 91–104.
<https://www.aasmr.org/jsms/Vol14/No.10/Vol.14.No.10.04.pdf>