

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Taufiq Akbar Dewi Firdaus¹; Wiwik Tiswiyanti²; Muhammad Gowon³

Universitas Jambi

Jln. Raya Jambi Muara Bulian Km 15, Mendalo Darat, Jambi Luar Kota, Muaro Jambi

E-mail : akbartaufiq844@gmail.com (Koresponding)

Submit: 9 Nopember 2025

Review: 19 Nopember 2025

Publish: 26 Nopember 2025

*) Korespondensi

Abstract: In the era of rapid technological advancement and digitalization, access to financial services has become increasingly easy. This study aims to examine the effects of financial literacy and risk perception on the use of online lending and consumptive behavior, as well as the effect of consumptive behavior on online lending usage, and its mediating role between financial literacy, risk perception, and online lending. This research adopts a quantitative approach using a survey method. Data were collected through a Likert-scale questionnaire (1–5), with 271 active students from the Faculty of Economics and Business, Universitas Jambi, selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using SEM-PLS with SmartPLS 4 software. The results indicate that financial literacy and risk perception have a negative and significant effect on both consumptive behavior and online lending usage, while consumptive behavior has a positive and significant effect on online lending usage. Furthermore, consumptive behavior partially mediates the relationship between financial literacy and risk perception on the use of online lending.

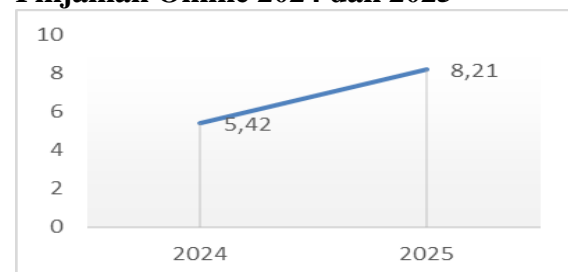
Keywords: *Financial Literacy, Perceived Risk, Online Loans, Consumptive Behavior*

Perkembangan teknologi dan era digitalisasi membuat akses terhadap berbagai produk dan layanan menjadi lebih cepat, praktis, dan efisien, sehingga mempermudah aktivitas masyarakat sehari-hari. Salah satu bentuknya adalah kemunculan financial technology di sektor jasa keuangan, yang menawarkan beragam layanan terkait pengelolaan, pengumpulan, dan distribusi dana guna mendukung transaksi, investasi, dan pemenuhan kebutuhan finansial individu maupun perusahaan.

Di Indonesia, layanan fintech yang berkembang meliputi peer-to-peer lending, pinjaman online, crowdfunding, market aggregator, layanan pembayaran, serta manajemen risiko dan investasi. Di antara berbagai jenis tersebut, pinjaman online menjadi yang paling populer karena memberikan kemudahan akses, proses pengajuan yang cepat, persyaratan yang ringan, serta fleksibilitas jangka waktu pinjaman, bahkan tanpa agunan. Kondisi ini mendorong maraknya perusahaan pinjol, baik legal maupun ilegal, di tengah masyarakat.

Keberadaan pinjol ilegal menimbulkan masalah baru karena menysasar kelompok yang membutuhkan dana cepat dengan bunga sangat tinggi, sementara pengawasan masih lemah. Laporan Profil Internet Indonesia 2025 APJII menunjukkan tren peningkatan penggunaan pinjaman online berdasarkan survei terhadap 8.700 responden di 38 provinsi.

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Layanan Pinjaman Online 2024 dan 2025

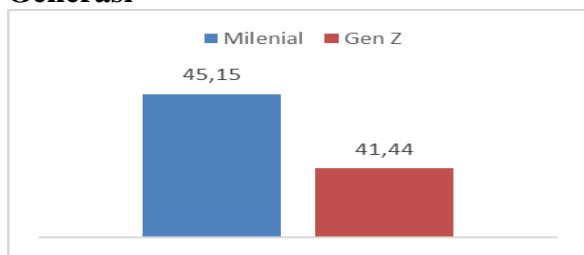


Sumber: (APJII, 2025)

Hasil survei menunjukkan tren peningkatan penggunaan pinjaman online di Indonesia, dari 5,42% responden pada 2024 menjadi 8,21% pada 2025 dari total 8.700 responden di 38 provinsi. Secara

absolut, pengguna pinjol naik dari sekitar 472 menjadi 714 orang, yang mengindikasikan semakin meluasnya pemanfaatan layanan tersebut di masyarakat. Peningkatan ini berpotensi menimbulkan risiko utang jangka panjang, khususnya bila tidak diimbangi literasi keuangan yang memadai dalam mengelola pinjaman digital secara bijak.

Gambar 1. 2 Persentase Pengguna Layanan Pinjaman Berdasarkan Generasi



Sumber: (APJII, 2025)

Hasil survei menunjukkan bahwa penggunaan pinjaman online di Indonesia didominasi generasi Milenial sebesar 45,15%, disusul generasi Z sebesar 41,44% yang sebagian besar masih berada pada fase pembelajaran finansial. Mahasiswa sebagai bagian dari Gen Z kerap memanfaatkan pinjol untuk menutup kebutuhan keuangan sehari-hari, biaya kuliah, maupun kondisi darurat karena kemudahan akses dan proses pengajuan yang cepat. Namun, kemudahan ini sering diiringi suku bunga tinggi dan berbagai risiko finansial, sehingga menuntut kesadaran dan pengelolaan keuangan yang lebih bijak agar tidak berujung pada masalah utang jangka panjang (Yudianto, 2023).

Pra-survei terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi menunjukkan bahwa sebagian besar responden menghadapi masalah terkait penggunaan pinjol, antara lain karena perilaku konsumtif, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta dorongan mengikuti gaya hidup dan tren. Banyak mahasiswa memanfaatkan pinjol bukan untuk kebutuhan produktif, tetapi untuk belanja online dan hiburan, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan beban finansial baik dalam jangka pendek maupun jangka

panjang (Mardikaningsih et al., 2020). Perilaku konsumtif tersebut dapat dipahami sebagai upaya menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial, sehingga mendorong pengeluaran berlebihan dan keputusan finansial yang kurang rasional (Schiffman & Kanuk, 2014).

Rendahnya literasi keuangan menjadi pemicu penting pola perilaku ini, karena mahasiswa kesulitan membedakan kebutuhan dan keinginan serta cenderung melakukan pengeluaran impulsif tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial jangka panjang Perkasa dan Zoraya (2024). Teknologi finansial yang sangat mudah diakses ikut memperkuat gaya hidup konsumtif ketika tidak diimbangi pengetahuan pengelolaan keuangan yang sehat. Mardikaningsih et al. (2020) Kemudahan fasilitas pinjol membuat mahasiswa dengan cepat menjadikannya sebagai sumber pembiayaan alternatif ketika dana pribadi tidak mencukupi, sehingga memperbesar kemungkinan keterjebakan dalam siklus utang.

Selain itu, Andista dan Susilawaty (2021) persepsi risiko yang rendah terhadap pinjol mendorong semakin banyak mahasiswa tertarik menggunakan layanan tersebut. Ketika risiko bunga tinggi, denda keterlambatan, hingga potensi penipuan dinilai kecil atau dapat diabaikan, mahasiswa merasa lebih aman dan bebas bertransaksi, sehingga perilaku konsumtif makin menguat Putri dan Amin (2024). Padahal, di balik kemudahan akses pinjol, terdapat risiko serius berupa beban bunga dan biaya administrasi yang tinggi, serta penyalahgunaan data pribadi peminjam Prajogo dan Rusno (2022).

Noer et al. (2025); Putri dan Amin (2024); Fuadztullah dan Wibowo (2024) Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam: sebagian studi menemukan bahwa persepsi risiko dan Sari dan Saepulloh (2025); Septiliyani dan Wibowo (2025) literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap minat penggunaan pinjol, sementara studi lain menyatakan keduanya

tidak berpengaruh signifikan Amalia dan Muskal (2025).

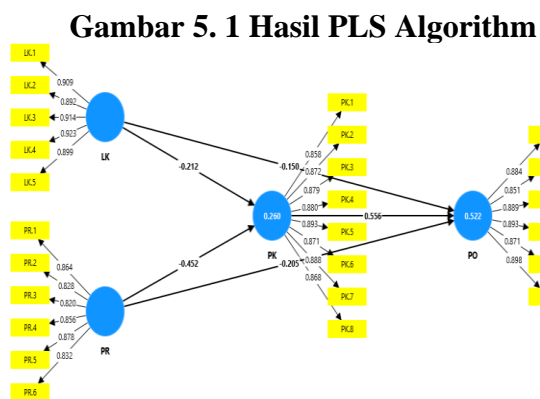
METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif yang di mana penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik (Ghozali dan Latan 2020). Penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel independen, 1 (satu) variabel *mediating* dan satu variabel dependen. Metode survey online dipilih untuk mengumpulkan informasi dari responden menggunakan instrumen kuesioner. Creswell dan Creswell (2021) mengemukakan bahwa penelitian survei adalah prosedur dalam penelitian kuantitatif dimana penelitian mengadministrasikan survei pada suatu sampel atau pada seluruh populasi orang untuk mendeskripsikan sikap, pendapat, perilaku atau ciri khusus populasi.

HASIL

Measurement Model (Outer Model)

Adapun *outer model* berdasarkan hasil *running PLS-Algorithm* dalam penelitian ini sebagai berikut:



Convergent Validity

Adapun hasil pengujian *convergent validity dan reliability* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.1 Convergent Validity dan Reliability

Konstruk	Item	Convergent Validity	Reliability
----------	------	---------------------	-------------

		Loading Factor	AVE	CA	CR
Rule of Thumb		> 0,7	> 0,5	> 0,7	> 0,7
Literasi Keuangan	LK.1	0.909	0,824	0,947	0,950
	LK.2	0.892			
	LK.3	0.914			
	LK.4	0.923			
	LK.5	0.899			
Persepsi Risiko	PR.1	0.864	0,717	0,921	0,925
	PR.2	0.828			
	PR.3	0.820			
	PR.4	0.856			
	PR.5	0.878			
	PR.6	0.864			
Perilaku Konsumtif	PK.1	0.858	0,767	0,957	0,958
	PK.2	0.872			
	PK.3	0.879			
	PK.4	0.880			
	PK.5	0.893			
	PK.6	0.871			
	PK.7	0.888			
	PK.8	0.868			
Penggunaan Pinjaman Online	PO.1	0.884	0,777	0,942	0,942
	PO.2	0.851			
	PO.3	0.889			
	PO.4	0.893			
	PO.5	0.871			
	PO.6	0.898			

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator pada variabel Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Perilaku Konsumtif, dan Penggunaan Pinjaman Online dinyatakan valid dan reliabel, dengan nilai loading factor di atas 0,7, nilai AVE seluruh konstruk di atas 0,5, serta nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability masing-masing variabel yang seluruhnya melebihi batas 0,7, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat validitas konvergen dan reliabilitas yang sangat baik.

Discriminant Validity Cross Loading

Adapun *output* hasil pengolahan *cross loading* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.7 Cross Loading

	LK	PK	PO	PR
LK.1	0.909	-0.237	-0.266	0.052
LK.2	0.892	-0.212	-0.247	0.045
LK.3	0.914	-0.177	-0.271	0.074
LK.4	0.923	-0.244	-0.288	0.041
LK.5	0.899	-0.193	-0.246	0.023
PK.1	-0.176	0.858	0.546	-0.389
PK.2	-0.224	0.872	0.572	-0.362
PK.3	-0.120	0.879	0.620	-0.407
PK.4	-0.201	0.880	0.619	-0.372
PK.5	-0.215	0.893	0.622	-0.436
PK.6	-0.175	0.871	0.618	-0.416
PK.7	-0.321	0.888	0.637	-0.422
PK.8	-0.209	0.868	0.567	-0.438

PO.1	-0.259	0.575	0.884	-0.435
PO.2	-0.281	0.612	0.851	-0.427
PO.3	-0.290	0.603	0.889	-0.371
PO.4	-0.266	0.608	0.893	-0.457
PO.5	-0.212	0.625	0.871	-0.416
PO.6	-0.231	0.604	0.898	-0.376
PR.1	0.011	-0.372	-0.413	0.864
PR.2	0.057	-0.381	-0.374	0.828
PR.3	0.050	-0.362	-0.387	0.820
PR.4	0.059	-0.393	-0.402	0.856
PR.5	0.076	-0.454	-0.455	0.878
PR.6	0.003	-0.383	-0.347	0.832

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil *cross loading* di atas, setiap indikator menunjukkan nilai *loading* yang lebih tinggi terhadap konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi.

Fornell-Larcker

Adapun hasil *output* terkait *Fornell-Larcker* dapat dilihat pada tabel ini:

Tabel 5. 8 Fornell Larcker

	LK	PK	PO	PR
LK	0.908			
PK	-0.236	0.876		
PO	-0.291	0.686	0.881	
PR	0.052	-0.463	-0.470	0.847

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Hasil uji validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell–Larcker menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan, di mana nilai akar kuadrat AVE pada setiap variabel Literasi Keuangan (0,908), Perilaku Konsumtif (0,876), Penggunaan Pinjaman Online(0,881), dan Persepsi Risiko (0,847) lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya.

HTMT

Adapun hasil pengolahan HTMT dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 9 Heterotrait-Monotrait Ratio

	LK	PK	PO	PR
LK				
PK	0.244			
PO	0.307	0.721		
PR	0.058	0.491	0.502	

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Hasil uji validitas diskriminan menggunakan Heterotrait–Monotrait Ratio

(HTMT) menunjukkan bahwa seluruh nilai HTMT antar konstruk berada di bawah ambang batas 0,9.

Structural Model (Inner Model)

Uji Kolinearitas (VIF)

Adapun hasil uji kolinearitas dengan VIF yakni sebagai berikut:

Tabel 5. 2 Colinearity (VIF)

	VIF
LK -> PK	1.003
LK -> PO	1.064
PK -> PO	1.351
PR -> PK	1.003
PR -> PO	1.279

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil pengujian *collinearity* (VIF) di atas, seluruh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) berada di bawah batas toleransi 5. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas, sehingga masing-masing variabel independen mampu memberikan kontribusi unik terhadap variabel dependen yang diukurnya.

Model Fit

Penelitian ini mengevaluasi kesesuaian model dengan menggunakan metode pengujian yaitu *standardized root mean square residual* (SRMR). Ketika nilai SRMR berada di bawah 0,10, hal ini menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kesesuaian yang baik dengan data (Henseler et al., 2016). Selain itu, *Normed Fit Index* (NFI) adalah suatu ukuran yang digunakan untuk menilai kecocokan model dalam analisis statistik, khususnya dalam konteks pemodelan struktural. Dengan cara ini, NFI menghasilkan nilai yang berkisar antara 0 hingga 1. Semakin dekat nilai NFI ke 1, semakin baik kecocokan model tersebut.

Adapun hasil pengujian SRMR dan NFI sebagai berikut:

Tabel 5. 3 Model Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.039	0.039
d_ULS	0.490	0.490
d_G	0.294	0.294
Chi-square	450.262	450.262
NFI	0.929	0.929

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil pengujian goodness of fit model, nilai *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) pada model *saturated* dan *estimated* masing-masing sebesar 0,039, yang berada jauh di bawah batas toleransi 0,10. Sementara itu, nilai *Normed Fit Index* (NFI) diperoleh sebesar 0,929, mendekati angka 1 yang menjadi indikator kecocokan model yang tinggi. Dengan demikian, kedua indikator tersebut SRMR dan NFI secara konsisten menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki kecocokan yang baik (*good model fit*) dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

R-Square (R²)

Adapun hasil pengolahan *R square* sebagai berikut:

Tabel 5. 12 R Square (R²)

	R-square	R-square adjusted
PK	0.260	0.254
PO	0.522	0.516

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil uji Adjusted R-Square, variabel Perilaku Konsumtif memiliki nilai sebesar 0,254 yang menunjukkan bahwa 25,4% variasinya dijelaskan oleh Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko dengan kemampuan prediksi yang tergolong lemah, sedangkan variabel Penggunaan Pinjaman Online memiliki nilai Adjusted R-Square sebesar 0,516 yang berarti 51,6% variasinya dapat dijelaskan oleh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Perilaku Konsumtif, dengan kemampuan prediksi model dalam kategori moderat.

F-Square (F²)

Adapun hasil uji *f²* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 13 F Square (F²)

	LK	PK	PO	PR
LK		0.061	0.044	
PK			0.478	
PO				
PR		0.276	0.069	

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil uji *Effect Size* (*f²*), Berdasarkan hasil uji *Effect Size* (*f²*), Literasi Keuangan memiliki pengaruh kecil terhadap

Perilaku Konsumtif (0,061) dan Penggunaan Pinjaman Online (0,044), sementara Perilaku Konsumtif memiliki pengaruh besar terhadap Penggunaan Pinjaman Online (0,478) yang menunjukkan kontribusi yang sangat substansial, sedangkan Persepsi Risiko memiliki pengaruh moderat terhadap Perilaku Konsumtif (0,276) dan pengaruh kecil terhadap Penggunaan Pinjaman Online (0,069)..

Q-Square (Q²)

Adapun hasil uji *Q²* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 14 Q Square (Q²)

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
LK	1355.000	1355.000	0.000
PK	2168.000	1743.328	0.196
PO	1626.000	979.033	0.398
PR	1626.000	1626.000	0.000

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan hasil uji *Q-Square* (*Q²*), diketahui bahwa variabel Perilaku Konsumtif (PK) memiliki nilai *Q²* sebesar 0,196, yang termasuk dalam kategori kemampuan prediktif sedang, sedangkan variabel Penggunaan Pinjaman Online (PO) memperoleh nilai *Q²* sebesar 0,398, menunjukkan kemampuan prediktif yang kuat.

Uji Hipotesis

Adapun *output* hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 4 Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	T statistics ((O-STDEV))	P values
LK - > PK	-0.212	3.457	0.001
LK - > PO	-0.150	3.371	0.001
PK - > PO	0.556	11.162	0.000
PR - > PK	-0.452	10.056	0.000
PR - > PO	-0.205	4.120	0.000

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan *output* hasil uji hipotesis tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan (LK) terhadap Penggunaan Pinjaman Online (PO) juga menunjukkan hasil negatif dan signifikan, dengan nilai original sample

sebesar -0,150 dan p-value 0,001. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin kecil niatnya untuk melakukan pinjaman online. Berdasarkan hasil tersebut, Ha dalam penelitian ini diterima.

2. Pengaruh Persepsi Risiko (PR) terhadap Penggunaan Pinjaman Online (PO) juga bersifat negatif dan signifikan dengan nilai original sample -0,205 dan p-value 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar persepsi risiko terhadap pinjaman online, semakin rendah niat mahasiswa untuk melakukannya. Dengan kata lain, persepsi terhadap potensi bahaya seperti bunga tinggi, penagihan agresif, atau penyalahgunaan data pribadi dapat menurunkan minat individu untuk menggunakan layanan pinjaman online. Berdasarkan hasil tersebut, Ha dalam penelitian ini diterima.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa Literasi Keuangan (LK) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (PK) dengan nilai original sample sebesar -0,212 dan p-value 0,001. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Berdasarkan hasil tersebut, Ha dalam penelitian ini diterima.
4. Pengaruh Persepsi Risiko (PR) terhadap Perilaku Konsumtif (PK) menunjukkan nilai original sample sebesar -0,452 dengan p-value 0,000, menandakan pengaruh negatif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi persepsi risiko yang dimiliki seseorang terhadap aktivitas finansial, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Berdasarkan hasil tersebut, Ha dalam penelitian ini diterima.
5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Perilaku Konsumtif (PK) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Pinjaman Online (PO) dengan nilai original sample sebesar 0,556 dan p-value 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif mahasiswa, semakin besar pula niat

mereka untuk melakukan pinjaman online. Berdasarkan hasil tersebut, Ha dalam penelitian ini diterima.

Uji Mediasi

Adapun hasil uji mediasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. 5 Hasil Uji Mediasi

	Original sample (O)	T statistics ((O/STDEV))	P values
LK -> PK -> PO	-0.118	3.715	0.000
PR -> PK -> PO	-0.252	8.283	0.000

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti

Berdasarkan *output* hasil pengujian mediasi atau pengaruh tidak langsung tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian efek mediasi, diperoleh bahwa hubungan antara literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan Penggunaan Pinjaman Online menunjukkan hasil yang signifikan. Nilai original sample sebesar -0,118, t-statistik 3,715, dan p-value 0,000 menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berperan sebagai mediator parsial antara literasi keuangan dan Penggunaan Pinjaman Online. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, semakin rendah perilaku konsumtif yang dimilikinya, sehingga menurunkan kecenderungan untuk melakukan pinjaman online.
2. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh mediasi yang signifikan antara persepsi risiko, perilaku konsumtif, dan Penggunaan Pinjaman Online. Nilai original sample sebesar -0,252, t-statistik 8,283, dan p-value 0,000 mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif juga menjadi mediator parsial pada hubungan ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Pinjaman Online

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Penggunaan

Pinjaman Online, dengan nilai original sample sebesar -0,150 dan p-value 0,001. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat literasi keuangan pada individu justru akan menurunkan keinginan mereka untuk menggunakan layanan pinjaman online. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh Erdi (2023); Maivalinda *et al.* (2023); Mulyawan (2025) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penggunaan Pinjaman Online.

Literasi keuangan sendiri mencakup kemampuan untuk memahami serta menerapkan pengetahuan tentang uang dan keuangan secara bijak guna membuat keputusan finansial yang tepat, yang merupakan keterampilan penting di era modern saat ini (Haiqal *et al.*, 2024). Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi umumnya memiliki kemampuan lebih baik dalam memahami risiko dan konsekuensi dari keputusan finansial yang diambil. Dengan pemahaman tersebut, mereka cenderung bersikap lebih hati-hati dan menghindari ketergantungan pada pinjaman yang bersifat konsumtif (Maya *et al.*, 2024).

Berdasarkan teori perilaku terencana yang dikemukakan oleh Ajzen (2005), niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Dalam konteks hubungan antara literasi keuangan dan Penggunaan Pinjaman Online, individu yang memiliki literasi keuangan tinggi umumnya membentuk sikap yang lebih rasional dan kritis terhadap penggunaan pinjol. Mereka menyadari berbagai risiko seperti bunga yang memberatkan, penalti keterlambatan, serta potensi penyalahgunaan data pribadi,

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Penggunaan Pinjaman Online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Penggunaan Pinjaman Online, dengan nilai *original sample* sebesar -0,205 dan p-value 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat

persepsi risiko yang dimiliki mahasiswa terhadap penggunaan pinjaman *online*, semakin rendah kecenderungan mereka untuk memanfaatkannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh Prajogo dan Rusno (2022); Suliantini dan Dewi (2022); Saputra dan Sulindawati (2024) yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Penggunaan Pinjaman Online.

Tingkat persepsi risiko yang tinggi cenderung mengurangi minat individu untuk memanfaatkan layanan pinjaman digital. Sebaliknya, apabila seseorang merasa bahwa risiko tersebut dapat diminimalkan melalui sistem keamanan yang baik dan transparansi layanan, maka kecenderungan untuk menggunakan pinjaman online akan meningkat. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap persepsi risiko menjadi aspek krusial dalam menganalisis perilaku konsumen terhadap penggunaan layanan pinjaman online secara lebih komprehensif (Azmi *et al.*, 2025).

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh keyakinan yang terbentuk melalui tiga aspek utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penelitian ini, persepsi risiko menjadi salah satu faktor yang membentuk sikap dan keyakinan individu terhadap penggunaan layanan pinjaman online.. Dengan demikian, persepsi risiko berfungsi sebagai mekanisme psikologis yang memengaruhi pembentukan niat perilaku dalam kerangka TPB (Ajzen, 2005).

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai original sample sebesar -0,212 dan p-value $0,001 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Hasil

penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh Oktaviani *et al.* (2023); Nainggolan (2022); Putra dan Sinarwati (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Mahasiswa dengan literasi keuangan yang rendah cenderung melakukan pengeluaran hanya untuk memenuhi keinginan, bukan berdasarkan kebutuhan yang rasional. Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi umumnya memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik dalam mengelola keuangan, seperti menyusun anggaran, menentukan prioritas pengeluaran, serta mengalokasikan dana secara rasional sesuai dengan kebutuhan yang mendesak dan tujuan finansialnya (Oktaviani *et al.*, 2023).

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai original sample sebesar -0,452 dan p-value $0,000 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat persepsi risiko yang dimiliki seseorang terhadap aktivitas keuangan, semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan pengeluaran konsumtif. Individu yang memiliki kesadaran tinggi terhadap potensi risiko keuangan, seperti utang berlebih, bunga tinggi, atau ketidakstabilan ekonomi, cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola keuangannya dan menghindari pembelian yang tidak perlu. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh Sholehah dan Amaniyah (2024) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Konsumen yang menyadari adanya potensi bahaya, seperti ancaman terhadap keamanan transaksi, risiko finansial, atau dampak negatif terhadap kesejahteraan pribadi, akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan demikian, semakin besar risiko yang dirasakan, semakin rendah kecenderungan

seseorang untuk berperilaku konsumtif, karena mereka lebih fokus pada keamanan dan stabilitas finansial daripada kepuasan sesaat dari konsumsi (Larasati *et al.*, 2025).

Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan Pinjaman Online

Hasil analisis menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Pinjaman Online, dengan nilai original sample sebesar 0,556 dan p-value 0,000. Hal ini berarti bahwa semakin kuat kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif, semakin tinggi pula keinginan mereka untuk menggunakan layanan pinjaman online. Temuan ini sejalan dengan temuan sebelumnya oleh Amalia *et al.* (2025); Mardikaningsih *et al.* (2020); Sintawati *et al.* (2023) menyatakan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Pinjaman Online. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin perilaku konsumtif seseorang maka akan semakin tinggi niat seseorang dalam melakukan pinjaman *online*, begitu juga sebaliknya.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif seseorang, semakin besar pula minatnya untuk menggunakan layanan pinjaman online, termasuk yang berbasis syariah.. Dengan kemudahan akses, proses cepat, dan promosi yang menarik, pinjol menjadi alternatif yang diminati oleh individu dengan tingkat konsumtif tinggi, meskipun di sisi lain berpotensi menimbulkan risiko finansial yang lebih besar (Amalia *et al.*, 2025).

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Pinjaman Online yang Dimediasi Oleh Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian efek mediasi, ditemukan bahwa hubungan antara literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan Penggunaan Pinjaman Online bersifat signifikan. Nilai original sample sebesar -0,118 dan p-value $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif

berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara literasi keuangan dan Penggunaan Pinjaman Online. Hasil penelitian sebelumnya oleh Oktaviani *et al.* (2023); Nainggolan (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, temuan lain oleh Amalia *et al.* (2025); Mardikaningsih *et al.* (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif akan meningkatkan minat dalam melakukan pinjaman *online*.

Kondisi ini membuat mereka lebih mudah terpengaruh oleh promosi, tren sosial, maupun dorongan emosional dalam melakukan pembelian terhadap barang atau jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Kurangnya kemampuan dalam mengontrol keuangan juga memicu perilaku konsumsi berlebihan tanpa memperhitungkan kemampuan finansial yang dimiliki (Oktaviani *et al.*, 2023).

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Penggunaan Pinjaman Online yang Dimediasi Oleh Perilaku Konsumtif

Hasil analisis mediasi menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara persepsi risiko, perilaku konsumtif, dan Penggunaan Pinjaman Online. Nilai original sample sebesar -0,252 dan p-value 0,000 memperkuat bukti bahwa perilaku konsumtif berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan tersebut. Temuan sebelumnya oleh Sholehah dan Amaniyah (2024) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, temuan lain oleh Amalia *et al.* (2025); Mardikaningsih *et al.* (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif akan meningkatkan minat dalam melakukan pinjaman *online*.

Kurangnya kesadaran terhadap risiko membuat individu lebih berani mengambil keputusan pembelian yang tidak rasional dan berorientasi pada kepuasan sesaat (Larasati *et al.*, 2025). Menurut Amalia *et al.* (2025), perilaku konsumtif yang ditandai oleh tindakan pembelian spontan, pengambilan keputusan konsumsi yang tidak didasarkan

pada pertimbangan logis.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, disimpulkan bahwa literasi keuangan dan persepsi risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman online serta terhadap perilaku konsumtif, sedangkan perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman online. Selain itu, perilaku konsumtif terbukti memediasi secara parsial pengaruh literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap penggunaan pinjaman online, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan dan persepsi risiko mahasiswa, semakin rendah perilaku konsumtif dan niat untuk menggunakan pinjaman online.

DAFTAR RUJUKAN

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. McGraw-Hill Education.
- Amalia, Z., Isnaliana, & Muksal. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kemudahan, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Masyarakat Aceh dalam Menggunakan Fintech Peer To Peer Lending Syariah. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 7(2), 252–272. <https://doi.org/https://doi.org/10.22373/jtpscs14>
- Andista, D. R., & Susilawaty, R. (2021). The Influence of Perceived Ease of Use and Risk on Interest in Using Financial Online Loan Technology. *Prosiding The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1228–1233. <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2919>
- Azmi, N., Widiyasti, B. D., Zahrah, Z., Hendri, W., & Dethan, S. H. (2025). Pengaruh Inklusi Keuangan, Persepsi Risiko dan Persepsi Persepsi Kemudahan terhadap Konsumen Pinjaman Online. *SCIENTIFIC JOURNAL*

- OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(4), 1347–1354. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i4.1255>
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295–336.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power and Analysis for the Behavioral Sciences*. Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Creswell, W. J., & Creswell, J. D. (2021). Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Fifth Edit, Vol. 53, Issue 9). SAGE Publications, Inc.
- 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., Magdalena, F. C. S., Gunarso, G., Anatasia, C., & Cici, H. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Lainnya Terhadap Niat Masyarakat Menggunakan Pinjaman Online. *Jurnal Riset Bisnis*, 7(1), 141–155. <https://doi.org/https://doi.org/10.35814/jrb.v7i1.5723>
- Fuadzullah, M., & Wibowo, P. A. (2024). Nobel Management Review Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online (Studi Pada Pemuda Karangtaruna Desa Tahunan Jepara). *Nobel Management Review*, 5(4), 457–467. <https://doi.org/https://doi.org/10.37476/nmar.v5i4.5073>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip.
- Haiqal, R., Bintari, W. C., & Hidayah, N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Paylater. *Scientific Journal of Economics, Management, Business, and Accounting*, 14(2), 413–427. <https://doi.org/10.37478/als.v14i02.4548>
- Hair. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*. Cengage Learning. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- 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.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Emerald Group Publishing Limited*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Hidayah, A. (2022). Membongkar Sisi Gelap Fintech Peer-To-Peer Lending (Pinjaman Online) Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Journal of Humanity Studies*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.22202/jhs.2022.v1i1.6189>
- Hidayat, R., Afrioza, S., Adnandi, M. A., Supriyanto, B. E., & Sunata, H. (2024). Dampak Pinjaman Online Pada Mahasiswa UYM. *Journal of Economic and Digital Business*, 1(1), 1–6.
- Larasati, D. A., Fauzia, R., & Zwagery, R. V. (2025). Hubungan Persepsi Risiko dengan Perilaku Membeli Skincare pada Mahasiswi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat di Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*, 5(1), 40. <https://doi.org/10.20527/kognisia.2022.04.006>

- Maivalinda, M., Sulistianingsih, H., & Riski, T. R. (2023). Mengukur Prilaku Pinjaman Online Melalui Literasi Keuangan Digital, Preferensi Risiko dan Faktor Demografi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 25(2), 561–572. <https://doi.org/10.47233/jebd.v25i2.1002>
- Mardikaningsih, R., Sinambela, E. A., Darmawan, D., & Nurmalasari, D. (2020). Hubungan Perilaku Konsumtif dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online. *Journal of Simki Pedagogy*, 3(6), 98–110. <https://jipred.org/index.php/JSP>
- Maya, S., Anggresta, V., & Mashita, J. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Digital untuk Mencegah Jebakan Pinjaman Online Ilegal. *Batasa : Bangun Cipta, Rasa, & Karsa*, 3(4), 98–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.30998/pkmbatasa.v3i4.3210>
- Mulyawan, I. B. A. P., Asana, G. H. S., & Oktaviani, L. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Penggunaan Pinjaman Online Dengan Risiko Kredit Sebagai Variabel Moderasi. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1), 236–245. <https://doi.org/https://doi.org/10.59086/jam.v4i1.739>
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Noer, M. R. R., Fuadi, F., & Ermawati, L. (2025). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung Menurut Prespektif Islam. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(3), 420–429. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i3.7765>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Perkasa, A. P., & Zoraya, I. (2024). Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan dan Pinjaman Online Terhadap Gaya Hidup Masyarakat Bengkulu. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 537–551. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1441>
- Prajogo, U., & Rusno, R. (2022). Persepsi risiko terhadap minat melakukan pinjaman online dengan kemudahan penggunaan sebagai variabel moderasi. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 22–32. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i1.6680>
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 717–726. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.71877>
- Putri, T. G., & Amin, M. N. (2024). Pengaruh Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Fintech Pinjaman Online dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 175–184. <https://doi.org/10.25105/jet.v4i2.19793>

- Saputra, P. S. D., & Sulindawati, N. L. G. E. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Melakukan Pinjaman pada Fintech Peer-To-Peer Lending. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 15(02), 330–341. <https://doi.org/10.23887/jimat.v15i02.75083>
- Sari, L. N. I., & Saepuloh, C. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Urgensi Kebutuhan Terhadap Keputusan Penggunaan Pinjaman Online (Studi Kasus di Kelurahan Cipamokolan). *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 22(1), 49–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.26874/portofolio.v22i1.863>
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling: Handbook of Market Research*. Springer.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Consumer Behaviour* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Septilyani, W., & Wibowo, P. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Terhadap Minat Menggunakan Shopee Paylater dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderasi (Penelitian Pada Karyawan PT Hwanseung Indonesia Jepara). *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 14(2), 210–221. <https://doi.org/10.37476/jbk.v14i2.5126>
- Sholeha, S. E., & Amaniyah, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Penggunaan Fintech Payment (Paylater) pada Shopee Sebagai Variabel Intervening. *Competence: Journal of Management Studies*, 18(1), 79–98. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v18i1.25620>
- Sintawati, D., Nizar, M., Fahmul, M., & Alimatuf, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Jasa Pinjaman Online. *JIESP: Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 2(1), 88–100.
- Suliantini, K. A., & Dewi, G. A. K. R. S. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, dan Personalisasi Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Peer To Peer Lending. *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 10(02), 186–194. <https://doi.org/10.23887/vjra.v10i02.50881>
- Yudianto, A. (2023). Persepsi Dan Pengetahuan Mahasiswa Tentang Pinjaman Online (Mahasiswa Stia Amuntai). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(12), 5142–5155. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i12.1899>
- Zahroh, A., Septiana, A., & Arief, R. Z. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online Spaylater pada Mahasiswa di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 15(1), 55–62. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v15i1.63061>