



Pengaruh *Financial Literacy* dan Tingkat Hedonisme Terhadap Minat Pengguna Pinjaman *Online* pada Generasi Z

Anggi Margomgom Gloria Simanjuntak¹

(anggisimanjuntak1211@gmail.com)

Vicka Ramadhani²

(vvickar3114@gmail.com)

Meta Anjali Taslim³

(metaajltslm@gmail.com)

¹Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas, Indonesia

²Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas, Indonesia

³Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan dan tingkat hedonisme terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan pinjaman online. Dengan pendekatan kuantitatif dan metode kausalitas, penelitian dilakukan terhadap 100 responden Generasi Z pengguna pinjaman online di Kota Palembang, yang dipilih melalui teknik convenience sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regresi linear berganda melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan pinjaman online; semakin tinggi pemahaman keuangan seseorang, semakin rendah kecenderungannya untuk menggunakan pinjaman online. Selain itu, tingkat hedonisme juga menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan, bertolak belakang dengan hipotesis awal yang menyatakan adanya pengaruh positif. Koefisien determinasi (R^2) *financial literacy* dan tingkat hedonisme memiliki pengaruh sebesar 51,3% terhadap minat penggunaan pinjaman *online*, sedangkan 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain variasi minat penggunaan pinjaman online dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan pentingnya meningkatkan literasi keuangan di kalangan Generasi Z untuk mengurangi ketergantungan pada pinjaman online dan menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor-faktor dominan lainnya yang memengaruhi minat penggunaan pinjaman online.

Kata Kunci: *Financial Literacy*, *Hedonism*, *Pinjaman Online*, Generasi Z, Perilaku Keuangan.

Abstract

This study examines the influence of financial literacy and hedonism on Generation Z's interest in using online loans. A quantitative approach with causality methods was employed, involving 100 Generation Z respondents who are online loan users in Palembang City, selected through convenience sampling. Data were collected via a questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS. Results indicate that financial literacy negatively and significantly influences interest in online loans; higher financial understanding correlates with a lower tendency to use such loans. Additionally, the level of hedonism also showed a significant negative influence, contrary to the initial hypothesis of a positive effect. The coefficient of determination (R^2) of 22.7% suggests that 77.3% of the variation in interest in online loans is influenced by factors outside this study. These findings highlight the need to improve financial literacy among Generation Z to reduce reliance on online loans and suggest further research to identify other factors affecting this interest.

Keywords: *Financial Literacy*, *Hedonism*, *Online Loans*, *Generation Z*, *Financial Behavior*.



PENDAHULUAN

Menurut OJK, (2024) Pinjaman *online* adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Perkembangan pinjaman *online* di Indonesia sudah menjamur dimana iklan pinjaman *online* sendiri sudah banyak sekali beredar di semua platform sosial media, website bahkan aplikasi. Pinjaman *online* bisa diakses dan digunakan oleh semua kalangan, mulai dari remaja hingga lansia. Gambar berikut ini menunjukkan jumlah pengguna pinjaman *online* aktif di Indonesia per tahun 2024 dari segi usia.



Gambar 1. Pengguna Pinjaman *Online* di Indonesia per Tahun 2024

(Sumber: Data sekunder diolah dari data ojk.go.id)

Gambar 1 menampilkan bahwa pengguna pinjaman *online* di dominasi oleh masyarakat dengan kategori umur 19-34 dengan 11.268.489 pengguna aktif. pengguna dengan kategori umur 35-54 tahun menempati urutan kedua dengan total pengguna aktif sebesar 6.989.931. sedangkan jumlah pengguna aktif untuk kategori umur >54 tahun sebanyak 645.987 dengan total pengguna pinjaman *online* aktif paling sedikit. Gen Z sebagai pengguna terbanyak mengambil pinjaman *online* dikarenakan dari segi kemudahan di mana persyaratan dalam pengajuan pinjaman *online* hanya mensyaratkan Kartu Tanda Penduduk (KTP) saja. Gen Z atau iGeneration adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Gen Z melakukan pinjaman *online* sebagai solusi akhir dalam mencukupi kebutuhan gaya hidup mereka tanpa memikirkan kemampuan finansial mereka (Firnando, J., et al. 2025). Gen Z perlu memiliki dasar pengetahuan akuntansi dan keuangan karena literasi keuangan adalah aspek penting dalam mengelola keuangan pribadi dan mencapai kestabilan finansial (Aisa & Silalahi, 2024). Pemahaman terkait *financial literacy* cenderung membuat seseorang lebih bijak dalam menggunakan pinjaman *online* untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka dengan dapat membuat Keputusan efektif dengan memanfaatkan seluruh sumber daya keuangan yang



dimiliki atau juga dapat mengatur pengelolaan keuangan pribadi. Gaya hidup hedonisme terjadi karena keinginan untuk memenuhi gengsi agar dapat membangun citra diri yang sesuai dengan standar sosial tertentu (alvionita, 2025). Mahasiswa merasa terdorong untuk mengikuti tren dan memenuhi ekspektasi sosial agar diterima dalam kelompok mereka (Fatmawati, 2022). Oleh karena itu, cara paling mudah yang bisa Gen Z lakukan untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya adalah dengan cara melakukan pinjaman online.

KAJIAN PUSTAKA

1. *Theory of Reasoned Action*

Menurut Fishbein dan Azjen dalam (Rahangiar, 2021) dikatakan teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action* – TRA) menjelaskan tentang niat perilaku seseorang atau niat individu yang terbentuk dari norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku. Menurut Arianti (2021, hlm. 3-4) teori tersebut mengasumsikan juga bahwa manusia berperilaku dengan sadar dan tidak mempertimbangkan informasi yang tersedia. Faktor yang dapat dihubungkan oleh teori TRA yaitu sikap, keyakinan/niat, kehendak dan perilaku dalam pengambilan keputusan. Teori ini pula diketahui bahwa perilaku dipengaruhi oleh niat berperilaku individu terhadap perilaku tertentu yang menjadi faktor utama dari perilaku individu. Sikap individu terhadap perilaku tersebut, norma subjektif dan perasaan individu tentang kemampuan mengontrol segala sesuatu yang mempengaruhi apabila hendak melakukan perilaku tersebut.

2. *Financial Literacy*

Menurut Arianti, (2021, hlm. 1) dalam bukunya yang berjudul Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya), literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula manajemen keuangan seseorang tersebut. Literasi keuangan atau melek keuangan mengacu pada kemampuan atau tingkat pemahaman/pengetahuan seseorang atau masyarakat tentang bagaimana uang bekerja. Namun nyatanya masyarakat Indonesia juga cenderung semakin konsumtif. Menurut Aji, et al (2024) masyarakat modern tidak tergantung pada jasa keuangan, individu yang kurang memahami keuangan juga akan menghadapi tantangan untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Semakin baik literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah pula minat seseorang untuk menggunakan pinjaman *online*, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji, et al (2024) Literasi keuangan memiliki dampak negatif terhadap minat menggunakan pinjaman *online*. Menurut Robb & Woodyard (2011) dalam Baiq Fitri Arianti (2021, hlm. 2) financial literacy yang cukup akan memberikan pengaruh positif terhadap perilaku keuangan seseorang, seperti mengatur atau mengalokasikan keuangannya dengan tepat.



Menurut Australian Securities & Investment Commission, tolak ukur atau indikator literasi keuangan, adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan seseorang atas nilai suatu barang dan skala prioritas dalam hidupnya
2. Penganggaran, tabungan dan bagaimana mengelola uang
3. Pengelolaan kredit
4. Pentingnya asuransi dan melindungi terhadap risiko
5. Pasar investasi
6. Perencanaan pensiun
7. Pemanfaatan dari belanja dan membandingkan produk dimana harus pergi dan mencari saran dan informasi bimbingan, dan dukungan tambahan
8. Bagaimana mengenali potensi konflik atas kegunaan (prioritas).

3. *Hedonic Consumption*

Menurut (Srinivasan & Srivastava, 2010) dalam Wijiyanto et al. (2023) *hedonic consumption* merupakan aspek-aspek perilaku yang terkait dengan multi indera, fantasi, dan emosional konsumen yang didorong dari berbagai macam keuntungan yang di dapat dari kesenangan menggunakan produk tersebut dan estetika yang ditimbulkan dari produk tersebut.

Dibawah ini merupakan indikator-indikator yang mempengaruhi *hedonic consumption* menurut (Rohman, 2012) dalam Wijiyanto et al. (2023), antara lain:

1. *Novelty* (sesuatu yang baru)
2. *Fun* (menyenangkan)
3. *Praise from others* (pujian dari orang lain)
4. *Escapism* (pelarian)
5. *Social interaction* (interaksi sosial)

Dari penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa teori *hedonic consumption* menjelaskan bahwa konsumen memilih produk atau layanan berdasarkan kesenangan atau utilitas yang mereka harapkan di mana seseorang membeli barang mewah atau pengalaman liburan untuk memaksimalkan kepuasan pribadinya. sementara itu dari paradoks hedonik sendiri menjabarkan bahwa meskipun orang terus mengejar kesenangan, kebahagiaan yang diperoleh sering kali hanya bersifat sementara. di mana individu terus mengejar kesenangan baru tanpa mencapai kepuasan jangka panjang. berdasarkan uraian ini, anak muda lebih rentan terhadap pinjaman *online* dikarenakan kecenderungan dan perilaku tersebut.

Pengembangan Hipotesis

Hubungan *Financial Literacy* dan Minat Pinjaman Online

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan mengelola informasi keuangan secara efektif dalam kehidupan sehari-hari. Literasi keuangan mencakup



pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana menurut Alvionita, B. (2025)

Menurut Aji, *et al* (2024) masyarakat modern tidak tergantung pada jasa keuangan, individu yang kurang memahami keuangan juga akan menghadapi tantangan untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Semakin baik literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah pula minat seseorang untuk menggunakan pinjaman *online*, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji, *et al* (2024) Literasi keuangan memiliki dampak negatif terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

Theory of Reasoned Action menyatakan bahwa manusia berperilaku dengan sadar dan tidak mempertimbangkan informasi yang tersedia. Pengetahuan dan pemahaman finansial seseorang dapat membentuk sikap *negative* terhadap pinjaman impulsif. Sehingga berdasarkan teori ini, hipotesis dapat dirumuskan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan pinjaman *online*.

H1: *Financial literacy* memiliki pengaruh *negative* terhadap minat penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z.

Hubungan Tingkat Hidup Hedonisme dan Minat Pinjaman *Online*

Menurut Jennyya, *et al* (2021) Gaya hidup hedonisme adalah sebuah bentuk pola perilaku yang muncul akibat globalisasi di lingkungan masyarakat kita hingga saat ini. Makna dari gaya hidup hedonisme ini sejatinya berbeda bagi setiap individu.

Tingkat hedonisme menekankan pada kepuasan pribadi individu dan kesenangan pribadi individu. Perilaku hedonism secara mendalam menarik perhatian, di mana gaya hidup hedonism dan cenderung munculnya perilaku seseorang melalui interaksi sosial antara seseorang dengan orang lain, dengan tujuan memperoleh kebahagiaan dan kebebasan untuk mencapai kenikmatan hidup (Ertina, S. *et al*. 2018). Berdasarkan hal ini, hipotesis dapat dirumuskan bahwa tingkat hedonisme berpengaruh positif terhadap minat pinjaman *online*.

Generasi Z cenderung mengutamakan gaya hidup mewah dan memikirkan kesenangan pribadi, sehingga memungkinkan untuk menggunakan pinjaman *online* untuk memenuhi gaya hidupnya.

H2: Tingkat hedonisme berpengaruh positif terhadap minat pinjaman *online* pada generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kausalitas yang di mana bertujuan untuk melihat sebab akibat dari pengaruh *financial literacy* dan pengaruh tingkat hedonism (variabel bebas) terhadap minat pengguna pinjaman *online* (variabel terikat) pada gen Z. jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang di mana penelitian ini menghasilkan data berupa angka dan dapat dihitung secara statistik. Data yang dipakai dalam penelitian ini



adalah data primer yang ditemukan secara langsung agar dapat mendapatkan data yang akan diolah untuk mendapatkan sebuah informasi untuk menguji hipotesis.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan data dilakukan dengan metode *convenience sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kemudahan akses dan keterjangkauan peneliti. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara langsung di pusat perbelanjaan (Palembang Square Mall), di mana peneliti berinteraksi langsung dengan pengunjung untuk meminta kesediaan mereka menjadi responden. Selain itu, peneliti juga menyebarkan kuesioner kepada orang-orang terdekat yang memenuhi kriteria responden yaitu pernah menggunakan pinjaman *online*, sebagai bagian dari upaya mempercepat proses pengumpulan data sekaligus menjaga keterwakilan sampel.

Kuesioner yang digunakan disusun berdasarkan indikator dari variabel penelitian. Untuk mendukung validitas penelitian, peneliti awalnya menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden, sesuai dengan kebutuhan analisis. Namun, dalam pelaksanaannya, peneliti mengumpulkan data dari 120 responden sebagai bentuk antisipasi terhadap kemungkinan adanya data yang tidak lengkap atau tidak valid. Hal ini dilakukan agar kualitas dan kelengkapan data tetap terjaga serta mendukung kelancaran proses analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang diambil dari 120 responden yang telah ditetapkan oleh peneliti, peneliti melakukan beberapa jenis pengujian terhadap data yang telah dikumpulkan. Berikut adalah hasil penelitian dari data yang telah dikumpulkan oleh peneliti:

Tabel 1. Profil Responden

Umur	Jumlah	Persentase
17	3	2,5%
18	6	5%
19	12	10%
20	18	15%
21	15	12,5%
22	11	9,17%
23	11	9.17%
24	10	8,33%
25	9	7,5%



26	7	5,83%
27	9	7,5%
28	4	3,33%
29	2	1,67%
30	2	1,67%
31	1	0,83%
Total	120	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa umur dari pengguna pinjaman *online* di dominasi oleh pengguna dengan umur 18 tahun dengan jumlah responden sebanyak 18 responden (15% dari total keseluruhan)

Uji Kelayakan Instrumen

Tabel 2. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas (N = 120 Responden)			
Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Financial Literacy</i>			
FL1	0,458	0,1496	VALID
FL2	0,370	0,1496	VALID
FL3	0,612	0,1496	VALID
FL4	0,592	0,1496	VALID
FL5	0,560	0,1496	VALID
FL6	0,518	0,1496	VALID
FL7	0,422	0,1496	VALID
FL8	0,452	0,1496	VALID
FL9	0,495	0,1496	VALID
FL10	0,418	0,1496	VALID
FL11	0,314	0,1496	VALID
FL12	0,514	0,1496	VALID
FL13	0,616	0,1496	VALID



FL14	0,653	0,1496	VALID
FL15	0,474	0,1496	VALID
FL16	0,374	0,1496	VALID
FL17	0,442	0,1496	VALID
FL18	0,503	0,1496	VALID
FL19	0,434	0,1496	VALID

Tingkat Hedonisme

TH1	0,611	0,1496	VALID
TH2	0,663	0,1496	VALID
TH3	0,751	0,1496	VALID
TH4	0,711	0,1496	VALID

TH5	0,515	0,1496	VALID
TH6	0,665	0,1496	VALID
TH7	0,527	0,1496	VALID
TH8	0,569	0,1496	VALID
TH9	0,560	0,1496	VALID
TH10	0,643	0,1496	VALID

Minat Pengguna Pinjaman Online

MPP01	0,717	0,1496	VALID
MPP02	0,680	0,1496	VALID
MPP03	0,484	0,1496	VALID
MPP04	0,769	0,1496	VALID
MPP05	0,620	0,1496	VALID
MPP06	0,745	0,1496	VALID
MPP07	0,801	0,1496	VALID
MPP08	0,768	0,1496	VALID
MPP09	0,543	0,1496	VALID
MPP010	0,504	0,1496	VALID



Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel diatas, semua item pertanyaan dari setiap variabel X dan Y bersifat vali. Hal ini dibuktikan dengan r hitung lebih besar dari r tabel yang sebesar 0,1496.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas (N = 100 Responden)			
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> Hitung	<i>Cronbach's Alpha</i> Standard	Keterangan
<i>Financial Literacy</i> (X1)	0,820	0,6	Reliabel
Tingkat Hedonisme (X2)	0,831	0,6	Reliabel
Minat Pengguna Pinjaman Online (Y)	0,861	0,6	Reliabel

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel diatas, semua data dapat dikatakan reliabel karena nilai dari *Cronbach's Alpha* hitung lebih besar dari *Cronbach's Alpha Standard*, yaitu sebesar 0,6.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas		
<i>Unstandarized Residual</i>		Keterangan
N	120	Normal
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,543	

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel diatas, data bersifat normal setelah peneliti melakukan pengujian normalitas dengan menggunakan uji statistic Kolmogrov- sminov. Data tersebut dapat dikatakan normal apabila nilai dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolineritas			
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>Financial Literacy</i> (X1)	0,952	1,050	Bebas Multikolineritas
Tingkat Hedonisme (X2)	0,952	1,050	Bebas Multikolineritas



Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel diatas, data terbebas dari gejala multikolinearitas dikarenakan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih dari 1 dan lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya korelasi yang kuat pada antar variabel.

Tabel 6. Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas		
Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Financial Literacy</i> (X1)	0,680	Bebas Heterokedastisitas
Tingkat Hedonisme (X2)	0,123	Bebas Heterokedastisitas

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel diatas, data terbebas dari gejala heterokedastisitas dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,722	0,521	0,513	0,42644

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel diatas, *financial literacy* dan tingkat hedonisme memiliki pengaruh sebesar 51,3% terhadap minat penggunaan pinjaman *online*, sedangkan 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 8. Uji F

Hasil Uji F			
Model	Sig.	Standar Sig.	Keterangan
1	0,000	0,05	Signifikan

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel diatas, nilai signifikansi dalam uji F adalah sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian ini sangat layak dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.



Tabel 9. Uji T

Hasil Uji T				
Variabel	<i>B</i>	<i>Sig.</i>	<i>Sig. Standar</i>	Keterangan
<i>Financial Literacy</i> (X1)	-0,277	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan
Tingkat Hedonisme (X2)	-0.185	0,000	0,05	Berpengaruh Signifikan

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel diatas, nilai signifikansi dari setiap tabel lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

PEMBAHASAN

H1: *Financial Literacy* memiliki pengaruh negatif terhadap minat penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada variabel *financial literacy* (X1) terhadap minat penggunaan pinjaman *online* (Y) beta menunjukkan hasil sebesar -0,277 yang menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z sehingga hipotesis 1 diterima.

Literasi keuangan membentuk sikap rasional individu terhadap Keputusan keuangan, termasuk keputusan dalam menggunakan layanan pinjaman *online*. Semakin tinggi pemahaman finansial seseorang, semakin kecil kecenderungan mereka untuk memanfaatkan pinjaman online secara impulsif atau tanpa pertimbangan matang. Ini membuktikan bahwa pengetahuan yang baik dalam mengelola keuangan menjadi benteng yang kuat terhadap perilaku konsumtif yang tidak sehat, termasuk dalam hal pinjaman yang berbasis digital. Hal ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Ratuarat, et al. (2024) di mana *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan pinjaman *online*.

H2: Tingkat hedonisme berpengaruh positif terhadap minat pinjaman *online* pada generasi Z.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan pada variabel tingkat hedonisme (X2) terhadap minat penggunaan pinjaman *online* (Y) beta menunjukkan hasil -0,185 yang menunjukkan bahwa tingkat hedonisme berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z sehingga hipotesis 2 ditolak.

Penolakan hipotesis ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara dugaan awal dengan data empiris. Berdasarkan teori *Hedonic Consumption*, konsumen hedonis cenderung mencari kesenangan, kenikmatan, dan pengalaman emosional dalam proses konsumsi. Secara teori, hal ini harusnya mendorong kecenderungan menggunakan pinjaman *online* sebagai alat



untuk memenuhi kebutuhan konsumtif secara instan. Namun, hasil dalam penelitian ini, tingkat hedonism justru tidak mendorong minat penggunaan pinjaman *online*.

Fenomena ini dapat dijelaskan kembali melalui perspektif TRA, yang menekankan pentingnya norma subjektif dan persepsi kendali perilaku. Meskipun individu memiliki kecenderungan hedonis, mereka tetap dapat dipengaruhi norma sosial, nilai budaya, dan pengalaman pribadi yang membentuk persepsi *negative* terhadap penggunaan pinjaman *online*. Adanya stigma terhadap utang serta pemahaman yang berkembang mengenai risiko pinjaman digital bisa menahan perilaku konsumtif meskipun individu memiliki gaya hidup hedonis. Dengan demikian, hasil ini mengindikasikan bahwa hedonis tidak selalu berkorelasi dengan perilaku berisiko, termasuk dalam hal penggunaan layanan pinjaman basis digital.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. *Financial literacy* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat pengguna pinjaman *online* pada generasi Z. Artinya, semakin tinggi pemahaman keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungannya untuk menggunakan pinjaman online. Hal ini sejalan dengan teori bahwa literasi keuangan mendorong pengambilan Keputusan finansial yang lebih bijak.
2. Tingkat hedonisme tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pengguna pinjaman *online* pada generasi Z. Hal ini mengindikasikan bahwa generasi Z tidak selalu menggunakan pinjaman *online* untuk memenuhi gaya hidup hedonis.
3. Kontribusi variabel lain pada analisis koefisien determinasi (R^2) *financial literacy* dan tingkat hedonisme memiliki pengaruh sebesar 51,3% terhadap minat penggunaan pinjaman *online*, sedangkan 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain.
4. Hasil penelitian ini menekankan pentingnya meningkatkan literasi keuangan di kalangan generasi Z untuk mengurangi ketergantungan pada pinjaman *online*. Selain itu, perlu penelitian lebih lanjut untuk mengidentifikasi faktor dominan lain yang memengaruhi minat penggunaan pinjaman *online*.

Saran untuk peneliti selanjutnya adalah sebaiknya penelitiselanjutnya menambahkan variabel lain seperti pendapatan, tekanan sosial, atau pengaruh iklan digital. Lalu memperluas sampel penelitian ke wilayah geografis yang lebih beragam dan menggunakan metode kualitatif untuk memahami motivasi psikologis di balik penggunaan pinjaman *online*.

REFERENSI

- Aisa, N. N., & Silalahi, F. H. (2024). Analisis Literasi Keuangan Gen-Z: Studi Kasus pada Mahasiswa Akuntansi. 1–12.
- Aji, N. M. B., & Bagana, B. D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, dan Risiko



terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online: Studi Kasus pada Mahasiswa PTN dan PTS di Kota Semarang. *Journal of Administration and Educational Management: Volume 7, Nomor 1, Januari-Juni 2024*, 451.

Alvionita, B. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Akuntansi, dan Fintech Terhadap Minat Penggunaan Pinjaman Online di Kalangan Gen Z

Ardiatama, E. & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Eiger. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 9, Nomor 5, Mei 2020*, 3.

Arianti, B. A. (2021). *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)*. Purwokerto Selatan: CV. Pena Persada.

Chandritike, S. N., Edward, F., & Panjaitan, K. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Jumlah Pendapatan Terhadap Minat Pengguna Pinjaman Online pada Generasi Z. *Journal of UKMC*, 6 September 2024. 13.

Ertina, S., et al. (2018). The Students' Hedonism Lifestyle. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR) Vol 304*.

Fatmawati, D. (2022). *Jurnal Attending Volume 1 Nomor 3, Oktober 2022 Jurnal Attending Volume 1 Nomor 3 , Oktober 2022*. 1, 463–472.

Firnando, J., et al. (2025). Financial Quotient generasi Z: Lifestyle Exposure dan Strategi Manajemen Risiko dalam Penggunaan Pinjaman Online. *Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan Vol 12 Nomor 1*.

Jennyya, V., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. (2021). Gaya Hidup di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik Vol. 14 No. 3 / Juli – September 2021*. 3-4.

Lestari, D., Ilato, R., & Radia, A. (2023). Pengaruh Kecakapan Hidup (life skill) Dan Gaya Hidup (life style) Terhadap Pola Hidup Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16. NS Development. 27 Desember 2021. Pengertian Minat menurut Para Ahli. Diakses 22 Maret 2025, dari <https://nsd.co.id/posts/pengertian-minat-menurut-para-ahli.html>

OJK.go.id. 21 Maret 2025. *Financial-Technology*. Diakses pada 22 Maret 2025, dari <https://ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/default.aspx>

Rahangiar, M. (2021). Dampak Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko terhadap Fintech Continuance Intention pada Generasi Milenial di Surabaya. *Skripsi*, 11–41.