

Niat Menggunakan Pinjaman *Online* Di Kalangan Mahasiswa: Apakah Emosi Juga Berpengaruh?

Dhoni Rizky Widya Mardika

Universitas YPPI Rembang

dhonirizky@uyr.ac.id

Erni Harlina Isdiati

Universitas Negeri Semarang

erniharlina18@mail.unnes.ac.id

Iva Sofi Gunawati

Universitas Negeri Semarang

isofi@mail.unnes.ac.id

Bambang Triyono

Universitas Negeri Jenderal Soedirman

bambang.triyono@unsoed.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsi, dan emosi terhadap niat untuk memanfaatkan pinjaman online, serta pengaruh niat terhadap perilaku penggunaan pinjaman online di kalangan mahasiswa. Ukuran sampel untuk penelitian ini terdiri dari 180 siswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Salatiga. Temuan menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsi dan emosional berdampak positif pada niat siswa untuk memanfaatkan pinjaman online. Selain itu, niat juga dapat meningkatkan kecenderungan untuk terlibat dalam perilaku pinjaman online. Kontribusi studi ini dapat digunakan untuk meningkatkan model penelitian dengan mengintegrasikan komponen emosional, menghasilkan kerangka kerja yang lebih komprehensif. Selain itu, penelitian ini berfungsi sebagai sumber daya yang berharga bagi pemerintah untuk memberikan panduan keuangan tentang online lending melalui konseling keuangan berbasis emosional.

Kata Kunci

Sikap, Norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, Emosi, niat, perilaku pinjaman online

PENDAHULUAN

Pinjaman *online* telah merevolusi industri keuangan dalam beberapa tahun terakhir. Bentuk pinjaman ini memungkinkan individu dan usaha kecil untuk meminjam uang langsung dari investor melalui *online* (Tang et al., 2020). Hal ini telah memberi individu dan usaha kecil sumber pendanaan alternatif selain lembaga perbankan tradisional. *Online lending* telah membuka peluang bagi individu yang mungkin sebelumnya berjuang untuk mendapatkan pembiayaan dari bank karena persyaratan yang ketat atau kurangnya riwayat kredit (Wuisan et al., 2023). Menurut Risha & Samudro, (2021), dalam beberapa bulan terakhir, sektor ini telah mengalami peningkatan yang signifikan, dengan peningkatan hampir sembilan persen dalam aktivitas pinjaman pada Juli, Agustus, dan September 2023. Ketika seseorang menjadi lebih nyaman dengan melakukan transaksi keuangan *online*, individu tersebut cenderung mengeksplorasi opsi pinjaman alternatif seperti pinjaman *online*. Semakin banyak individu yang berhasil meminjam uang dari platform ini dan membayar kembali pinjaman tersebut, kepercayaan pada industri pinjaman *online* meningkat (Isaputra & Sumaryono, 2023; Lin & Huang, 2021).

Kepercayaan yang tumbuh ini menarik lebih banyak peminjam dan investor untuk berpartisipasi dalam kegiatan pinjaman *online*. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan tentang faktor-faktor apa yang berkontribusi terhadap pertumbuhan signifikan dalam kegiatan pinjaman *online* di Indonesia.

Keputusan untuk menggunakan pinjaman sangat dipengaruhi oleh perspektif individu. Media sosial memainkan peran penting dalam membentuk sikap terhadap pinjaman *online* (Guerin & Toland, 2020). Paparan iklan, ulasan positif, dan kisah sukses di media sosial dapat menciptakan persepsi positif tentang pinjaman *online* di kalangan mahasiswa. Hal ini dapat dikaitkan dengan fakta bahwa pinjaman *online* menyediakan *platform* yang nyaman dan dapat diakses bagi mahasiswa meminjam uang untuk berbagai keperluan, seperti biaya sekolah, biaya hidup, atau memulai bisnis. Selain itu, integrasi teknologi dan kemudahan mengakses platform pinjaman *online* melalui aplikasi seluler juga membuatnya lebih menarik bagi mahasiswa (Elhoushy & El-Said, 2020; Zhang & Li, 2020). Kombinasi dari faktor-faktor ini memengaruhi sikap mahasiswa terhadap pinjaman *online*, yang pada akhirnya membentuk niat untuk menggunakan layanan keuangan ini. Oleh karena itu, sangat penting bagi universitas dan lembaga keuangan untuk mempromosikan literasi keuangan di kalangan siswa dan menciptakan kesadaran tentang penggunaan platform pinjaman *online* yang bertanggung jawab (Yulianti & Etikariena, 2021).

Dalam beberapa tahun terakhir, platform pinjaman online telah berkembang, menawarkan opsi pembiayaan alternatif bagi mahasiswa. Namun, norma-norma subjektif, yang mengacu pada tekanan dan pengaruh sosial yang dirasakan oleh siswa mengenai perilaku tertentu, dapat memainkan peran penting dalam membentuk keinginan siswa untuk menggunakan pinjaman online. Semakin tinggi pengaruh keyakinan normatif dan keinginan untuk mengikuti, semakin rendah pengaruh norma-norma subjektif. Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan hal ini lebih jauh. TPB mengatakan bahwa pembentukan niat perilaku dipengaruhi oleh norma-norma subjektif, sikap, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Ali et al., 2017). Oleh karena itu, mahasiswa lebih mungkin menggunakan platform pinjaman online jika merasa bahwa orang lain penting mendukungnya.

Kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah salah satu dari banyak variabel yang mempengaruhi tujuan menggunakan platform pinjaman online (Agyei et al., 2020). Keyakinan seseorang pada kemampuan untuk melakukan perilaku yang diperlukan untuk mencapai hasil tertentu disebut kontrol perilaku yang dirasakan. Platform pinjaman online lebih cenderung digunakan oleh individu dengan kontrol perilaku yang dirasakan tinggi (Ningtyas et al., 2021). Individu percaya ini karena pengalaman sebelumnya dengan perilaku keuangan yang serupa dan pendapat tentang seberapa mudah atau sulit menggunakan platform ini. Selain itu, pengalaman dan pendapat orang lain, seperti teman atau anggota keluarga yang telah menggunakan platform pinjaman online sebelumnya, dapat memengaruhi kontrol perilaku yang dirasakan (Hendra & Afrizal, 2020; Tanusdjaja, 2018). Oleh karena itu, platform pinjaman online sangat penting untuk mengatasi dan mengontrol perilaku yang dirasakan individu untuk mencapai tujuan.

Emosi memainkan peran penting dalam perilaku dan pengambilan keputusan, dan ini merupakan salah satu komponen yang dapat memengaruhi keinginan siswa untuk menggunakan pinjaman online (Hall et al., 2024). Emosi positif, seperti kebahagiaan dan keyakinan diri, dapat mendorong niat yang lebih besar untuk menggunakan pinjaman online. Di sisi lain, emosi negatif, seperti ketakutan dan kecemasan, dapat mengurangi niat tersebut. Untuk memahami dampak emosi pada keinginan siswa untuk menggunakan pinjaman online, *Theory of Interpersonal Behavior* (TIB) dapat digunakan (Sun et al., 2024). Mahasiswa dengan pengetahuan finansial dan kesejahteraan emosional yang lebih baik mungkin lebih percaya diri dalam kemampuan untuk mengelola keuangan dan membuat keputusan berdasarkan informasi tentang pinjaman rekan-rekan (Jabeen et al., 2023; Nguyen et al., 2023). Pengaruh emosi pada keinginan siswa untuk menggunakan pinjaman online sangat penting bagi para peneliti dan pembuat kebijakan. Dengan memahami bagaimana emosi memengaruhi keinginan untuk menggunakan pinjaman online, intervensi dan pendekatan yang tepat dapat dikembangkan untuk membuat mahasiswa

berperilaku pinjaman yang bertanggung jawab. Program pendidikan untuk meningkatkan pengetahuan keuangan, program kesehatan finansial untuk mendorong emosi positif, dan sumber daya untuk membantu siswa mengelola emosi dengan cara yang sehat dan konstruktif adalah beberapa contoh dari intervensi dan pendekatan ini.

Teori perilaku yang direncanakan, yang terdiri dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian, telah menunjukkan dampak positif terhadap niat pinjam online (Giovanis et al., 2019; Johan et al., 2020; Putri, 2020; Tama et al., 2020; Yulandreano & Rita, 2023). Namun, penelitian sebelumnya belum mempertimbangkan faktor emosi sebagai faktor yang memengaruhi niat untuk menggunakan pinjaman antar rekan. Dengan menambahkan faktor emosi ke dalam model penelitian, diharapkan model ini dapat memprediksi keputusan online lending secara lebih menyeluruh dan konsisten. Dengan menggunakan pinjaman online platform, penelitian ini menyelidiki determinan niat dari sikap, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, dan emosional.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis untuk membangun model penelitian yang lebih komprehensif yang mempertimbangkan elemen emosi. Hal ini sangat penting karena mahasiswa masih sangat muda, sehingga emosinya sangat memengaruhi pengambilan keputusan. Penelitian ini dapat membantu pemerintah membuat kebijakan yang dapat mengarahkan penggunaan online lending yang aman melalui sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian dan emosional. Selain itu, penyedia layanan online lending dapat meningkatkan kepercayaan dalam penggunaan online lending melalui sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian dan emosi.

LANDASAN TEORI

Sikap

Sikap seseorang adalah ekspresi pikiran tentang sesuatu yang bersifat positif atau negatif. Sikap terhadap perilaku adalah definisi dari apa yang dianggap baik atau buruk oleh seseorang untuk berperilaku dengan cara yang menarik (Dwiastuti & Etikariena, 2020). Sikap yang positif cenderung mendorong orang untuk berperilaku. Seseorang mengembangkan sikap negatif atau positif terhadap perilaku berdasarkan apa yang dipikirkan tentang perilaku tersebut. Individu merasakan norma subyektif tentang perilaku berdasarkan apa yang dipikirkan tentang perilaku tersebut, dan mengukur perilaku yang dirasakan berdasarkan apa yang dipikirkan (Ariadin & Safitri, 2021).

Norma subjektif

Norma subyektif adalah emosional atau asumsi seseorang tentang beberapa harapan orang lain tentang perilaku tertentu (Ningtyas et al., 2021). Orang-orang memiliki norma subyektif yang dipengaruhi oleh keyakinan. Namun, fungsi keyakinan tersebut didapatkan dari pandangan orang lain yang memiliki hubungan dengannya. Pengaruh interpersonal berasal dari teman, keluarga, kolega, dan orang yang memiliki pengalaman. Namun, faktor eksternal yang memengaruhi bagaimana seseorang berperilaku adalah informasi nonpersonal, opini para ahli, dan media (Aboelmagd, 2021).

Kontrol Perilaku Persepsian

Kontrol perilaku persepsian, juga dikenal sebagai kontrol perilaku persepsian, mengacu pada perasaan seseorang tentang seberapa mudah atau sulit mewujudkan suatu perilaku tertentu (Tama et al., 2020). Keyakinan individu tentang ketersediaan sumber daya, termasuk peralatan, kompatibilitas, kemampuan, dan kesempatan, yang mendukung atau menghambat perilaku yang akan diprediksi, dan seberapa besar peran sumber daya tersebut dalam mewujudkan perilaku tersebut (Ilyas & Zaman, 2020).

A. Emosional

Emosional mengacu pada aspek kehidupan emosional individu yang mempengaruhi interaksi sosial dan hubungan dengan orang lain. Emosional dalam theory of interpersonal

behavior merujuk pada keadaan emosi individu yang mencakup emosional, mood, dan reaksi emosional terhadap situasi tertentu (Fasyni et al., 2021). Emosional dalam theory of interpersonal behavior juga mencakup pemahaman dan pengaturan emosi, serta kemampuan individu untuk mengungkapkan dan mengelola emosi secara sehat dalam interaksi sosial. Dalam teori perilaku interpersonal, emosional menjadi faktor penting dalam memahami interaksi sosial dan hubungan antara individu (Fasyni et al., 2021).

B. Niat Menggunakan Online Lending

Individu memiliki motivasi dan perilaku yang dipengaruhi oleh intensitas atau niat. Kemungkinan seseorang melakukan pembelian lebih besar jika memiliki niat pembelian yang tinggi (Sherly et al., 2023). Niat beli ini juga dapat memengaruhi perilaku pembelian produk hijau. Individu dapat mengubah niat untuk membeli produk ramah lingkungan menjadi perilaku yang lebih ramah lingkungan (Deb & Lomo-David, 2014).

C. Keputusan Menggunakan Online Lending

Jika seseorang atau perusahaan memilih untuk menggunakan online lending sebagai alternatif yang lebih sederhana dan efisien daripada sistem perbankan konvensional, Individu dapat memilih untuk menggunakan platform online ini untuk meminjam atau memberikan pinjaman uang. Platform ini menghubungkan peminjam dengan pemberi pinjaman secara langsung tanpa melibatkan lembaga keuangan konvensional secara langsung (Hoehle et al., 2012).

2. Pengembangan Hipotesis

Sikap individu terhadap layanan keuangan seperti *online* lending dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan layanan tersebut (Estuti et al., 2021). Bagi mahasiswa, sikap terhadap *online* lending dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti persepsi tentang kemudahan penggunaan, manfaat yang diharapkan, kepercayaan terhadap layanan tersebut, serta norma sosial yang ada dalam lingkungan. Dengan memiliki sikap yang positif terhadap *online* lending, mahasiswa cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan tersebut (Setyawan & Wulandari, 2020). Sikap positif ini dapat tercermin dari keyakinan bahwa *online* lending dapat memberikan solusi finansial yang mudah, cepat, dan terjangkau, terutama dalam situasi keuangan yang mendesak. Selain itu, faktor-faktor lain seperti pengalaman sebelumnya dengan layanan serupa, informasi yang diterima dari teman atau keluarga, serta persepsi terhadap risiko juga dapat memengaruhi sikap dan niat mahasiswa terhadap penggunaan *online* lending.

H₁: Sikap berpengaruh positif terhadap niat menggunakan pinjaman *online*

Norma subjektif dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat individu untuk menggunakan layanan keuangan seperti *online* lending. Norma subjektif merupakan persepsi individu tentang sejauh mana orang-orang penting dalam kehidupan (seperti keluarga, teman, atau mentor) mendukung atau menentang penggunaan *online* lending (Aboelmaged, 2021; Filona & Misdiyono, 2019). Bagi mahasiswa, norma subjektif dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk norma kelompok atau komunitas tempat berada, pengaruh teman sebaya, serta harapan orang tua atau keluarga terhadap keputusan keuangan. Jika mahasiswa merasa bahwa orang-orang yang penting dalam kehidupan mendukung penggunaan *online* lending, maka cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk menggunakan layanan tersebut (Rehman et al., 2019).

H₂: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat menggunakan pinjaman *online*

Kontrol perilaku persepsi merupakan keyakinan individu tentang sejauh mana memiliki kendali atas perilaku keuangan sendiri. Dalam hal penggunaan layanan keuangan seperti *online* lending, kontrol perilaku persepsi dapat berpengaruh signifikan terhadap niat individu untuk menggunakan layanan tersebut (Syarfi & Asandimitra, 2020). Bagi mahasiswa, kontrol perilaku persepsi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengetahuan tentang produk keuangan, pengalaman sebelumnya dengan layanan serupa, serta keyakinan terhadap kemampuan untuk mengelola keuangan secara bertanggung jawab. Jika mahasiswa merasa bahwa memiliki kendali

yang cukup untuk menggunakan online lending dengan baik, maka cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk mengadopsi layanan tersebut (Yulandreano & Rita, 2023).

H₃: Kontrol perilaku persepsian berpengaruh positif terhadap niat menggunakan pinjaman *online*

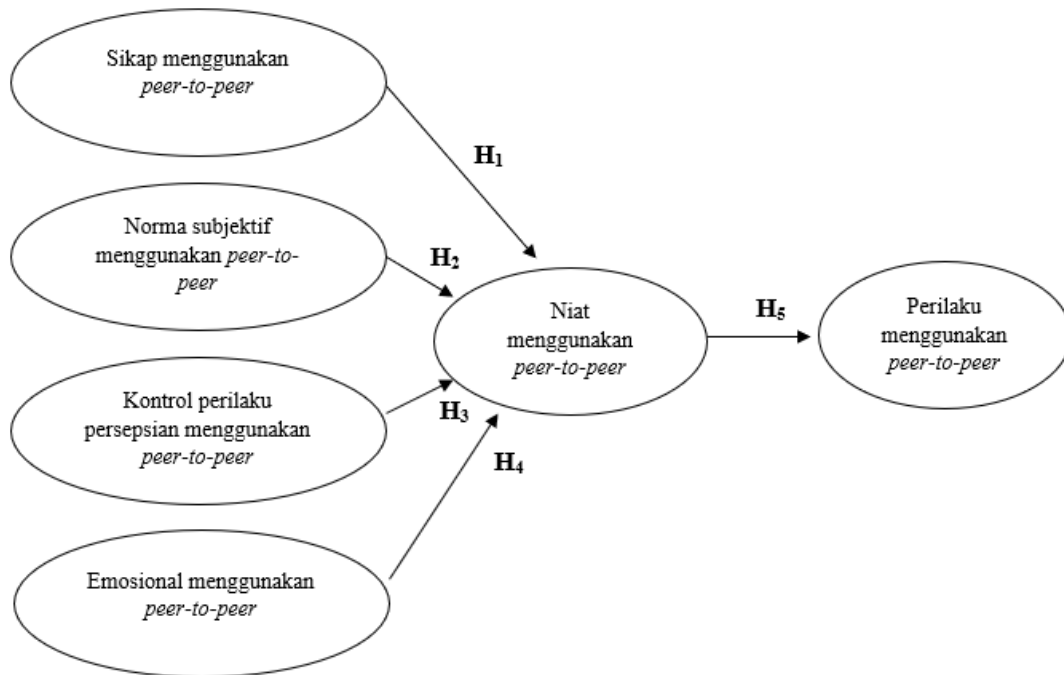
Emosi dapat memainkan peran penting dalam membentuk niat individu untuk menggunakan layanan keuangan seperti online lending. Emosi dapat mencakup berbagai emosional, seperti kepercayaan diri, kecemasan, kepuasan, atau kebahagiaan terkait dengan penggunaan layanan keuangan tersebut (Fasyni et al., 2021). Bagi mahasiswa, emosi terkait dengan penggunaan online lending dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengalaman keuangan sebelumnya, persepsi tentang manfaat dan risiko layanan, serta kondisi keuangan pribadi. Jika mahasiswa merasa yakin bahwa menggunakan online lending akan memberikan manfaat yang signifikan bagi kebutuhan keuangan, maka cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk mengadopsi layanan tersebut (Attiq et al., 2021).

H₄: Emosional berpengaruh positif terhadap niat menggunakan pinjaman *online*

Niat individu untuk menggunakan layanan keuangan seperti online lending dapat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku dalam menggunakan layanan tersebut (Candra et al., 2020). Niat dapat dianggap sebagai keinginan yang kuat atau kesediaan untuk melakukan sesuatu, yang dalam hal ini adalah menggunakan online lending sebagai solusi keuangan. Bagi mahasiswa, niat untuk menggunakan online lending dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti sikap terhadap layanan tersebut, norma sosial, kontrol perilaku persepsi, dan faktor emosional. Jika mahasiswa memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan online lending, individu cenderung lebih mungkin untuk benar-benar menggunakan layanan tersebut dalam prakteknya (Jabeen et al., 2023).

H₅: Niat menggunakan pinjaman *online* memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan pinjaman *online*

Gambar 2.1 Model Penelitian



III. METODOLOGI PENELITIAN

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa di Kota Salatiga yang pernah melakukan pinjaman *online*. Berdasarkan Hair et al., (2019), minimal sampel adalah 5 kali indikator penelitian. Penelitian ini memiliki 24 variabel sehingga 120 sampel sudah memungkinkan untuk dilakukan penelitian. Untuk mengantisipasi data yang tidak baik, penelitian ini meningkatkan jumlah sampel sebesar 50% sehingga sampel penelitian ini adalah 180 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling*. Pengambilan data menggunakan kuesioner google form. Indikator diukur menggunakan *likert scale* skala 5. Analisis data menggunakan *Covarian Based-Structural Equation Modelling (CB-SEM) software Amos 24*.

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
Sikap (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pinjam online merupakan cara yang baik untuk mendapatkan uang. (X11) 2. Pinjam online merupakan cara yang positif untuk mendapatkan uang. (X12) 3. Pinjam online merupakan cara yang menguntungkan untuk mendapatkan uang. (X13) 4. Pinjam online merupakan cara yang cepat untuk mendapatkan uang. (X14) 	Modifikasi Shneor & Munim, (2019)
Norma subjektif (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dukungan diberikan oleh orang tua untuk mengajukan pinjaman <i>online</i>. (X21) 2. Ada teman yang berhasil mendapatkan uang dari pinjaman <i>online</i>. (X22) 3. Ada dukungan teman untuk mengajukan pinjaman <i>online</i> (X23) 4. Mendapatkan rekomendasi dari tetangga untuk mengajukan pinjaman <i>online</i> (X24) 	Modifikasi Shneor & Munim, (2019)
Kontrol perilaku persepsian (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sanggup membayar cicilan pinjaman <i>online</i> (X31) 2. Sanggup membayar bunga pinjaman <i>online</i> (X32) 3. Memiliki pengetahuan cara mengajukan pinjaman <i>online</i> (X33) 4. Memiliki jaminan yang memadai untuk mengajukan pinjaman <i>online</i> (X34) 	Modifikasi (Shneor & Munim, 2019)
Emosional (X4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya senang menndapatkan uang meskipun dari pinjaman <i>online</i> (X41) 2. Saya merasa pinjaman <i>online</i> dapat memberikan emosional tenang saat membutuhkan uang (X42) 3. Saya merasa bersyukur ketika bisa mendapatkan uang meskipun dari pinjaman <i>online</i> (X43) 4. Saya merasa beruntung ketika bisa mendapatkan uang dari pinjaman <i>online</i> (X44) 	Modifikasi Moody & Siponen, (2013)
Niat pinjam <i>online</i> (Y1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berniat mengajukan pinjaman <i>online</i> (Y11) 2. Saya memiliki cita-cita untuk mengajukan pinjaman <i>online</i> (Y12) 3. Saya memiliki keinginan mengajukan pinjaman <i>online</i> (Y13) 	Modifikasi Shneor & Munim, (2019)

Variabel	Indikator	Sumber
	4. Saya memiliki rencana mengajukan pinjaman <i>online</i> (Y14)	
Keputusan pinjaman <i>online</i> (Y2)	1. Saya memutuskan untuk mengajukan pinjaman <i>online</i> (Y21) 2. Saya memutuskan untuk rutin mengajukan pinjaman <i>online</i> (Y22) 3. Saya memutuskan untuk memenuhi kebutuhan saya dari pinjaman <i>online</i> (Y23) 4. Saya memilih pinjaman <i>online</i> daripada uang pribadi (Y24)	Modifikasi Solihat et al., (2023)

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian (2023)

IV. HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden menunjukkan penjelasan karakteristik dari data yang digunakan menjadi responden penelitian. Semua data berasal dari kuesioner google form berjumlah 180 responden. Gender dalam penelitian ini didominasi oleh wanita dengan jumlah 120 responden, sedangkan laki – laki sebanyak 60 responden. Rata – rata usia responden adalah 20 tahun sebanyak 90 responden. Rata – rata uang saku per bulan adalah Rp 1.001.000 – Rp. 1.999.000 sebanyak 95 responden. Sedangkan rata – rata pengeluaran per bulan adalah Rp 100.000 – Rp. 999.000 sebanyak 115 responden.

Tabel 3 Karakteristik responden

Karakteristik Responden	Kategori	Total
Gender	Laki - laki	60
	Wanita	120
Usia	18	15
	19	15
	20	90
	21	43
	22	17
Uang saku per Bulan	Rp 100.000-Rp 999.000	35
	Rp. 1.000.000-Rp 1.999.000	95
	Rp 2.000.000 ≤	50
Pengeluaran per bulan	Rp 100.000-Rp 999.000	115
	Rp. 1.000.000-Rp 1.999.000	35
	Rp 2.000.000 ≤	30

Sumber: Data di olah (2024)

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini diukur dengan melihat nilai skewness dan kurtosis harus berada di antara -2.58 sampai 2.58 baik itu secara univariate ataupun multivariate. Tabel 4 menunjukkan tidak ada nilai skewness dan kurtosis diluar rentang tersebut, maka dikatakan data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas disajikan pada tabel 4 dibawah ini:

Tabel 4 Hasil Uji normalitas

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X11	1.000	5.000	.157	1.231	-.294	-1.154
X12	1.000	5.000	.020	.160	-.268	-1.051

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X13	1.000	5.000	.075	.592	-.607	-2.385
X14	1.000	5.000	.105	.824	-.313	-1.230
X21	1.000	5.000	-.150	-1.180	-.423	-1.660
X22	1.000	5.000	.299	2.350	-.330	-1.295
X23	1.000	5.000	-.045	-.352	-.540	-2.120
X24	1.000	5.000	.096	.751	-.408	-1.602
X31	1.000	5.000	-.152	-1.191	-.407	-1.599
X32	1.000	5.000	.074	.582	-.510	-2.002
X33	1.000	5.000	.099	.776	-.365	-1.435
X34	1.000	5.000	.117	.917	-.379	-1.488
X41	1.000	5.000	.069	.544	-.417	-1.638
X42	1.000	5.000	.014	.107	-.289	-1.136
X43	1.000	5.000	.050	.392	-.575	-2.259
X44	1.000	5.000	.064	.503	-.160	-.629
Y11	1.000	5.000	.104	.820	-.146	-.572
Y12	1.000	5.000	-.002	-.015	-.439	-1.724
Y13	1.000	5.000	.168	1.318	-.552	-2.167
Y14	1.000	5.000	.212	1.663	-.302	-1.184
Y21	1.000	5.000	.114	.976	-.651	-.875
Y22	1.000	5.000	-.453	-.435	-.489	-1.876
Y23	1.000	5.000	.765	1.765	-.516	-2.098
Y24	1.000	5.000	.876	1.832	-.318	-1.116
Multivariate					7.468	2.070

Sumber: Data di olah (2024)

Uji Validitas dan reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat ketepatan indikator dalam mengukur variabel, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi indikator dalam mengukur variabel. Syarat uji ini harus memenuhi nilai cronbach alpha dan factor loading >0,70. Tabel 5 menunjukkan bahwa semua nilai telah berada diatas 0,70. Hasil uji validitas dan reliabilitas ditampilkan pada tabel 5 dibawah ini:

Tabel 5 Hasil uji validitas dan reliabilitas

Indikator	Nilai factor loading	Nilai Cronbach Alpha
X11	0,867	0,888
X12	0,765	
X13	0,778	
X14	0,912	
X21	0,843	0,898
X22	0,865	
X23	0,886	
X24	0,875	
X31	0,912	0,854
X32	0,914	
X33	0,876	
X34	0,873	
X41	0,918	0,881
X42	0,714	

Indikator	Nilai factor loading	Nilai Cronbach Alpha
X43	0,976	0,855
X44	0,877	
Y11	0,867	
Y12	0,889	
Y13	0,785	
Y14	0,843	0,897
Y21	0,924	
Y22	0,903	
Y23	0,906	
Y24	0,818	

Sumber: Data di olah (2024)

Uji Goodness of Fit

Untuk menilai apakah sebuah model dikatakan dapat mewakili data yang telah dikumpulkan. Tabel 6 menunjukkan bahwa semua kriteria telah memenuhi sehingga dikatakan model telah fit. Hasil uji ini ditampilkan pada tabel 6:

Tabel 6 Uji Goodness of Fit

Kriteria <i>fit model</i>	Nilai	Kriteria	Status kriteria
1. <i>Chi-Square Probability level</i>	0,116	>0,05	Good
2. <i>Goodness of Fit Index (GFI)</i>	0,967	>0,90	Good
3. <i>Adjusted Goodness of Fit (AGFI)</i>	0,947	>0,90	Good
4. <i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	0,05	<0,08	Good
5. <i>Normed Fit Index (NFI)</i>	0,961	>0,90	Good
6. <i>Parsimonious Normal Fit Index (PNFI)</i>	0,778	>0,60	Good

Sumber: Data di olah (2024)

Uji Kausalitas

Uji kausalitas dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis didukung. Pada tabel 7 terlihat bahwa semua hipotesis didukung. Hasil uji kausalitas disajikan pada tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7 Hasil uji kausalitas

Hipotesis	Koefisien Jalur	<i>p-value</i>	Hasil
H1	-0,04	0,043**	Didukung
H2	-0,01	0,042**	Didukung
H3	0,05	0,031**	Didukung
H4	0,08	0,065*	Didukung
H5	0,01	0,075*	Didukung

Sumber: Data Diolah (2023)

***, **, * Signifikan pada alfa 1%, 5%, 10%

Pembahasan

Pengaruh sikap pinjaman online terhadap niat pinjam online

Penelitian ini menemukan bahwa sikap pinjaman online memengaruhi niat pinjam online secara signifikan, menunjukkan bahwa siswa melihat pinjaman online sebagai sumber uang yang baik dan dapat digunakan dengan baik. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa sikap berdampak besar pada niat. Semakin baik sikap yang dipersepsikan siswa, semakin besar keinginan mereka untuk mengajukan pinjaman online.

Pengaruh norma subjektif pinjaman *online* terhadap niat pinjam online

Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif pinjaman online memiliki efek positif yang signifikan terhadap niat untuk meminjam uang secara online. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan sekitar mendukung siswa. Temuan ini mendukung penelitian Shneor & Munim (2019), yang juga menemukan bahwa norma subjektif yang dilihat siswa lebih tinggi sehubungan dengan keinginan mereka untuk mengajukan pinjaman online.

Pengaruh kontrol perilaku persepsian pinjaman *online* terhadap niat pinjam online

Kontrol perilaku persepsian pinjaman online dapat meningkatkan niat pinjam online. Mahasiswa memiliki kemampuan yang kuat untuk bisa melakukan pinjaman online baik itu dari sisi pengajuan pinjaman hingga pembayaran cicilan. Hasil ini mendukung penelitian Shneor & Munim, (2019) yang menemukan kontrol perilaku persepsian meningkatkan niat. Semakin baik kontrol perilaku persepsian maka semakin besar niat mahasiswa untuk mengajukan pinjaman online.

Pengaruh emosional meminjam online terhadap niat pinjam online

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa emosional meminjam online berpengaruh positif signifikan terhadap niat pinjam online. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki emosional yang kuat untuk bisa melakukan pinjaman online. Mahasiswa tidak malu untuk mengajukan pinjaman online. Hasil ini mendukung penelitian Moody & Siponen, (2013) yang menemukan emosional berpengaruh positif signifikan terhadap niat. Semakin kuat emosional maka semakin besar niat mahasiswa untuk mengajukan pinjaman online.

Pengaruh niat pinjam online terhadap keputusan pinjam online

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat pinjam online berpengaruh positif signifikan terhadap niat pinjam online. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki minat yang kuat untuk meminjam online hingga keputusannya juga sama kuatnya. Hasil ini mendukung penelitian Solihat et al., (2023) yang menemukan niat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan. Semakin baik niat maka semakin besar keputusan mahasiswa untuk mengajukan pinjaman online.

V. KESIMPULAN

Terbukti emosional berpengaruh terhadap keputusan pinjaman online di kalangan mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa emosional meminjam online berpengaruh positif signifikan terhadap niat pinjam online. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki emosional yang kuat untuk bisa melakukan pinjaman online dan mahasiswa tidak malu untuk mengajukan pinjaman online. Hasil lain yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pinjaman online di kalangan mahasiswa. Hal ini membuktikan bahwa pinjaman online merupakan sumber uang yang positif dan dapat digunakan dengan baik, selain itu juga mahasiswa mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitar, mahasiswa juga memiliki kemampuan yang kuat untuk bisa melakukan pinjaman online baik itu dari sisi pengajuan pinjaman hingga pembayaran cicilan dan juga mahasiswa memiliki minat yang kuat untuk meminjam online hingga keputusannya juga sama kuatnya

Implikasi Teoritis

Penelitian ini melengkapi penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syarfi & Asandimitra, (2020) dan Walangitan et al., (2020) membuktikan bahwa norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian yang merupakan kerangka theory of planned behavior berpengaruh positif terhadap niat pinjam online. Penelitian ini menunjukkan bahwa emosional bisa mempengaruhi niat pinjam online sesuai dengan teori yang ditemukan oleh Moody & Siponen, (2013) dalam kerangka theory of interpersonal behavior relevan untuk mengakomodir research gap tersebut. Pembentukan niat pinjam online tidak hanya dipengaruhi oleh norma subjektif dan kontrol perilaku persepsian, namun emosional dapat memprediksi faktor – faktor yang memengaruhi niat pinjam online.

Implikasi Terapan

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang diperoleh dan implikasi teoritis yang dimunculkan, maka dikembangkan implikasi terapan yang diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada jasa keuangan dan pemerintah:

1. Pengaruh pengguna jasa keuangan dalam mempengaruhi perilaku transaksi pinjaman *online* pada mahasiswa berdasarkan emosional. Sosialisasi akan keuntungan dan keamanan dalam melakukan dan meyakinkan mahasiswa melakukan pinjaman *online* perlu lebih digiatkan. Penggunaan metode komunikasi akan lebih efektif dalam membentuk niat mahasiswa dalam memanfaatkan media online.
2. Investasi untuk jumlah ketersediaan alat transaksi pinjaman *online* serta jaringan komunikasi yang stabil perlu diperhatikan dan ditingkatkan oleh para pemangku kepentingan untuk membentuk perilaku mahasiswa dalam minat pinjam online.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M. (2021). E-waste recycling behaviour: An integration of recycling habits into the theory of planned behaviour. *Journal of Cleaner Production*, 278, 124182. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124182>
- Agyei, J., Sun, S., Abrokwah, E., Penney, E. K., & Ofori-Boafo, R. (2020). Mobile Banking Adoption: Examining the Role of Personality Traits. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020932918>
- Ali, M., Raza, S. A., & Puah, C. H. (2017). Factors affecting to select Islamic credit cards in Pakistan: the TRA model. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3), 330–344. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2015-0043>
- Ariadin, M., & Safitri, T. A. (2021). Perilaku Manajemen Keuangan Pada Umkm Sentra Kerajinan Kayu Di Kabupaten Dompu. *Among Makarti*, 14(1), 31–43. <https://doi.org/10.52353/ama.v14i1.203>
- Attiq, S., Chu, A. M. Y., Azam, R. I., Wong, W. K., & Mumtaz, S. (2021). Antecedents of consumer food waste reduction behavior: Psychological and financial concerns through the lens of the theory of interpersonal behavior. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23). <https://doi.org/10.3390/ijerph182312457>
- Candra, S., Nuruttarwiyah, F., & Hapsari, I. H. (2020). Revisited the Technology Acceptance Model with E-Trust for Peer-to-Peer Lending in Indonesia (Perspective from Fintech Users). *International Journal of Technology*, 11(4), 710–721. <https://doi.org/10.14716/ijtech.v11i4.4032>
- Deb, M., & Lomo-David, E. (2014). An empirical examination of customers' adoption of m-banking in India. *Marketing Intelligence and Planning*, 32(4), 475–494. <https://doi.org/10.1108/MIP-07-2013-0119>
- Dwiastuti, D. A., & Etikariena, A. (2020). Hubungan antara Sikap Kompetitif Berlebihan dan Perilaku Kerja Inovatif. *Jurnal Diversita*, 6(1), 28–39. <https://doi.org/10.31289/diversita.v6i1.2734>
- Elhoushy, S., & El-Said, O. A. (2020). Hotel managers' intentions towards female hiring: An application to the theory of planned behaviour. *Tourism Management Perspectives*, 36(July), 100741. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100741>
- Estuti, E. P., Rosyada, I., & Faidah, F. (2021). Analisis Pengetahuan Keuangan, Kepribadian dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *Jurnal Capital Kebijakan Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 4(1), 1–14.
- Fasyni, A., Budiarti, A. P., & Lasmini, R. S. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Online Impuls Buying. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(2), 175. <https://doi.org/10.26418/jebik.v10i2.47796>
- Filona, & Misdiyono. (2019). Factors Affecting the Adoption of Electronic Money Using Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *Journal of Business Economics*, 24(1), 100–113. <https://doi.org/10.35760/eb.2019.v24i1.1858>

- Giovanis, A., Athanasopoulou, P., Assimakopoulos, C., & Sarmaniotis, C. (2019). Adoption of mobile banking services: A comparative analysis of four competing theoretical models. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1165–1189. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2018-0200>
- Guerin, R. J., & Toland, M. D. (2020). An application of a modified theory of planned behavior model to investigate adolescents' job safety knowledge, norms, attitude and intention to enact workplace safety and health skills. *Journal of Safety Research*, 72(December), 189–198. <https://doi.org/10.1016/j.jsr.2019.12.002>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*. <https://doi.org/10.1002/9781119409137.ch4>
- Hall, C. M., Bushell, M., Webster, A., & Northam, H. (2024). Australian healthcare personnel acceptance of the seasonal influenza vaccine: a qualitative exploration. *Journal of Public Health (Germany)*, 0123456789. <https://doi.org/10.1007/s10389-023-02174-y>
- Hendra, & Afrizal, A. (2020). Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Keuangan, dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 98–106. <http://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki>
- Hoehle, H., Scornavacca, E., & Huff, S. (2012). Three decades of research on consumer adoption and utilization of electronic banking channels: A literature analysis. *Decision Support Systems*, 54(1), 122–132. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.04.010>
- Ilyas, A., & Zaman, M. K. (2020). An evaluation of online students' persistence intentions. *Asian Association of Open Universities Journal*, 15(2), 207–222. <https://doi.org/10.1108/aaouj-11-2019-0053>
- Isaputra, S. A., & Sumaryono. (2023). P2P lending: Moderation of desirability of control on risk-taking decisions of Indonesian borrowers. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1–7. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01785-w>
- Jabeen, F., Dhir, A., Islam, N., Talwar, S., & Papa, A. (2023). Emotions and food waste behavior: Do habit and facilitating conditions matter? *Journal of Business Research*, 155(PB), 113356. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113356>
- Johan, Z. J., Hussain, M. Z., Mohd, R., & Kamaruddin, B. H. (2020). Muslims and non-Muslims intention to hold Shariah-compliant credit cards: a SmartPLS approach. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0270>
- Lin, C. P., & Huang, H. Y. (2021). Modeling investment intention in online P2P lending: an elaboration likelihood perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 39(7), 1134–1149. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2020-0594>
- Moody, G D, & Siponen, M. (2013). Using the theory of interpersonal behavior to explain non-work-related personal use of the Internet at work. *Information and Management*, 50(6), 322–335. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.04.005>
- Moody, Gregory D., & Siponen, M. (2013). Using the theory of interpersonal behavior to explain non-work-related personal use of the Internet at work. *Information and Management*, 50(6), 322–335. <https://doi.org/10.1016/j.im.2013.04.005>
- Nguyen, V. H., Nguyen, T. P. L., Nguyen, T. T. P., & Nguyen, T. V. H. (2023). Citizens' intention toward sustainable tourism through integrating protection motivation theory (PMT) and theory of interpersonal behavior (TIB). *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2023-0375>
- Ningtyas, Y., Fitria, D., Pradani, Y. S., Mutohar, Arum, N. P., & Maknun, L. (2021). Analisis pengaruh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap minat beli konsumen pada produk bersertifikat halal. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(08), 42–49.
- Putri, D. A. (2020). faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan pelaku UMKM. *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 01(1), 62–73.
- Rehman, S. U., Bhatti, A., Mohamed, R., & Ayoup, H. (2019). The moderating role of trust and

- commitment between consumer purchase intention and online shopping behavior in the context of Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0166-2>
- Risha, S. V. M., & Samudro, A. I. (2021). Peer-To-Peer Lending vs. Commercial Bank's Credit System: Financing Solutions for Msmes in Indonesia. *The Lawpreneurship Journal*, 1(1), 58–81. <https://doi.org/10.21632/tlj.1.1.58-81>
- Setyawan, W., & Wulandari, S. (2020). Peran Sikap Keuangan Dalam Mengintervensi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pekerja Di Cikarang. *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan Dan Investasi)*, 4(1), 15. <https://doi.org/10.32493/skt.v4i1.6435>
- Sherly, N., Amarul, A., & Supriatna, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk MS Glow. *Jurnal Inovasi Dan Kreativitas (JIKA)*, 2(2), 57–63. <https://doi.org/10.30656/jika.v2i2.6035>
- Shneor, R., & Munim, Z. H. (2019). Reward crowdfunding contribution as planned behaviour: An extended framework. *Journal of Business Research*, 103(June), 56–70. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.013>
- Solihat, I., Hamundu, F. M., & Wahyu, M. (2023). Determinants of Behavior Intention To Adopt Peer-To-Peer Lending Services Among Indonesia. *International Journal Od Business and Society*, 24(1), 543–558.
- Sun, S., Wong, Y. D., Wang, X., & Rau, A. (2024). Understanding behavioural motivations for travel-based multitasking: A case study in Singapore. *Travel Behaviour and Society*, 35(May 2021), 100714. <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2023.100714>
- Syarfi, S. M., & Asandimitra, N. (2020). Implementasi Theory of Planned Behavior dan Risk Tolerance terhadap Intensi Investasi Peer to Peer Lending. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 864. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p864-877>
- Tama, R. A. Z., Ying, L., Yu, M., Hoque, M. M., Adnan, K. M., & Sarker, S. A. (2020). Assessing farmers' intention towards conservation agriculture by using the Extended Theory of Planned Behavior. *Journal of Environmental Management, March*, 111654. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.111654>
- Tang, M., Mei, M., Li, C., Lv, X., Li, X., & Wang, L. (2020). How does an individual's default behavior on an online peer-to-peer lending platform influence an observer's default intention? *Financial Innovation*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-020-00197-y>
- Tanusdjaja, H. (2018). Keputusan Investasi Investor Individu Berdasarkan Kompetensi, Overconfidence, Dan Pendidikan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 234. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i1.998>
- Walangitan, P. G. M., Lapian, J. S. L. H. ., & Sumarauw, J. S. . (2020). Perbedaan Fintech Peer To Peer Lending Antara Generasi X Dan Generasi Y Dalam Model Behavioral Intention Di Manado. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 7(3), 640–656. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v7i3.31428>
- Wuisan, D., Hermawan, A., Antonio, F., & Pramono, R. (2023). The quest of peer-to-peer lending applications marketing to small and medium enterprises: Assessing intention to recommend. *Innovative Marketing*, 19, 158–172. [https://doi.org/10.21511/im.19\(4\).2023.13](https://doi.org/10.21511/im.19(4).2023.13)
- Yulandreano, E., & Rita, M. R. (2023). Investment Decisions on the Crowdfunding Platform Based on the Theory of Planned Behavior. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 36–52. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.16494>
- Yulianti, V. A., & Etikariena, A. (2021). Hubungan Antara Sikap Pengembangan Diri Kompetitif dan Perilaku Kerja Inovatif. *Jurnal Diversita*, 7(1), 30–35. <https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.4474>
- Zhang, Y., & Li, L. (2020). Intention of Chinese college students to use carsharing: An application of the theory of planned behavior. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 75, 106–119. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2020.09.021>