

**PENGARUH *DIGITAL FINANCIAL LITERACY*, NORMA SOSIAL,
PERCEIVED TRUST, DAN *PERCEIVED EASE OF USE* TERHADAP MINAT
P2P LENDING PADA GENERASI Z DENGAN *RISK AVERSION*
SEBAGAI MODERASI**

***THE INFLUENCE OF DIGITAL FINANCIAL LITERACY, SOCIAL NORMS,
PERCEIVED TRUST, AND PERCEIVED EASE OF USE ON GENERATION Z'S
INTEREST IN P2P LENDING WITH RISK AVERSION AS A MODERATING
VARIABLE***

Ni Putu Citra Ratna Dewi¹, Putu Sri Arta Jaya Kusuma²

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pendidikan Nasional

E-mail: ciitratnaa2101@gmail.com¹, sriarta@undiknas.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Digital Financial Literacy, Social Norms, Perceived Trust, and Perceived Ease of Use on Generation Z's interest in P2P lending, with Risk Aversion as a moderating variable. The research was conducted in Denpasar involving Generation Z respondents aged 18–28 who actively use digital devices and have used or shown interest in P2P lending. A total of 385 respondents were selected using the Lemeshow formula. Primary data were collected through an online questionnaire and analyzed using a quantitative approach with the PLS-SEM method. The results show that Digital Financial Literacy has a significant negative effect on interest in P2P lending. Conversely, Social Norms, Perceived Trust, and Perceived Ease of Use have significant positive effects, with Perceived Ease of Use being the strongest predictor of interest. Risk Aversion also significantly and positively influences P2P lending interest. As a moderating variable, Risk Aversion strengthens the relationship between Digital Financial Literacy and interest, weakens the influence of Social Norms, and does not moderate the relationships between Perceived Trust or Perceived Ease of Use and P2P lending interest. Overall, the findings indicate that Generation Z's interest in P2P lending is shaped by psychological, perceptual, and individual risk-management factors.

Keywords: *Digital Financial Literacy, Social Norms, Perceived Trust, Perceived Ease of Use, Risk Aversion, P2P Lending Interest, Generation Z.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Digital Financial Literacy*, Norma Sosial, *Perceived Trust*, dan *Perceived Ease of Use* terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan P2P lending dengan *Risk Aversion* sebagai variabel moderasi. Penelitian dilakukan di Denpasar dengan responden Generasi Z berusia 18–28 tahun yang aktif menggunakan perangkat digital dan pernah atau memiliki minat terhadap P2P lending. Sampel berjumlah 385 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Digital Financial Literacy* berpengaruh negatif signifikan terhadap minat P2P lending. Sebaliknya, Norma Sosial, *Perceived Trust*, dan *Perceived Ease of Use*

Use berpengaruh positif signifikan, dengan *Perceived Ease of Use* menjadi faktor paling dominan. *Risk Aversion* juga berpengaruh positif signifikan terhadap minat P2P lending. Sebagai variabel moderasi, *Risk Aversion* memperkuat pengaruh *Digital Financial Literacy* namun memperlemah pengaruh Norma Sosial terhadap minat P2P lending, serta tidak memoderasi hubungan *Perceived Trust* dan *Perceived Ease of Use*. Temuan ini menunjukkan bahwa minat Generasi Z terhadap P2P lending dipengaruhi oleh faktor psikologis, perseptual, dan kemampuan individu dalam mengelola risiko.

Kata kunci: *Digital Financial Literacy*, Norma Sosial, *Perceived Trust*, *Perceived Ease of Use*, *Risk Aversion*, Minat P2P Lending, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Era digital telah secara fundamental mengubah cara kita berinteraksi dengan dunia, dan sektor keuangan tidak terkecuali. Implementasi teknologi ini mendorong adopsi solusi digital dalam setiap lini masyarakat, dari pembayaran sehari-hari hingga pengelolaan investasi. Transformasi ini tidak hanya memengaruhi sektor industri, tetapi juga meluas ke ranah pemasaran dan layanan, di mana "Artificial Intelligence (AI) dan teknologi digital lainnya telah mengubah lanskap pemasaran secara drastis" (Hamdan & Aldhaen, 2023). Digitalisasi ini, pada gilirannya, telah membuka peluang baru yang signifikan dalam penyediaan layanan keuangan. Seperti yang ditegaskan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "Inovasi teknologi di sektor jasa keuangan berperan penting dalam meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi layanan keuangan, serta mendukung inklusi keuangan masyarakat" (OJK, 2021). Transformasi ini menandai pergeseran paradigma, di mana layanan keuangan menjadi lebih inklusif dan mudah dijangkau oleh khalayak luas.

Di tengah gelombang inovasi ini, Peer-to-Peer (P2P) Lending muncul sebagai salah satu disrupti paling signifikan dalam industri keuangan digital. P2P Lending adalah platform

yang secara langsung menghubungkan peminjam dan pemberi pinjaman, meniadakan peran perantara keuangan tradisional seperti bank. Model ini menawarkan solusi keuangan yang lebih fleksibel dan cepat, terutama bagi individu atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang kesulitan mengakses pembiayaan konvensional. Berg, Fuster, dan Puri (2021) menjelaskan bahwa FinTech lending, termasuk P2P, "melibatkan penyediaan kredit yang difasilitasi oleh teknologi yang meningkatkan interaksi pelanggan-pemberi pinjaman atau penyaringan dan pemantauan peminjam oleh pemberi pinjaman." P2P Lending ini merupakan "terobosan dari inklusi keuangan dalam mengatasi sistem permodalan yang belum dapat terjangkau oleh lembaga keuangan resmi seperti perbankan" (Tampubolon, 2019).

Pertumbuhan P2P Lending di Indonesia sangat pesat, didorong oleh kebutuhan akan akses keuangan yang lebih mudah. Sebagai gambaran lebih lanjut tentang skala dan dinamika pertumbuhan ini, data menunjukkan bahwa penyaluran pinjaman online (P2P Lending) di Indonesia mencapai angka yang substansial setiap bulannya, dengan total Rp18,63 triliun pada Februari 2025, setelah fluktuasi sepanjang tahun sebelumnya.



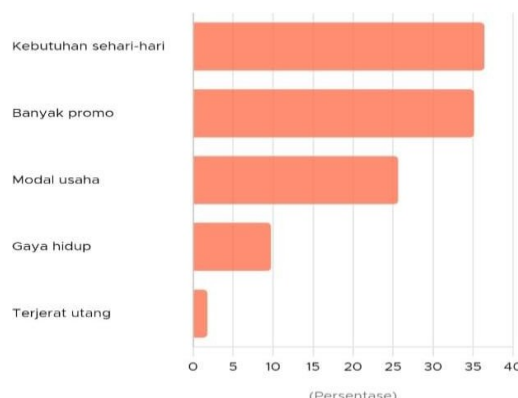
Gambar 1. Jumlah Penyaluran Pinjaman *Fintech Lending*

Grafik ini menunjukkan data bulanan dari Februari 2024 hingga Februari 2025. Terlihat jelas adanya fluktuasi dalam jumlah penyaluran, namun secara umum menunjukkan volume yang signifikan setiap bulannya, dengan beberapa bulan mencapai atau mendekati angka Rp20 triliun. Data per Februari 2025 menunjukkan penyaluran sebesar Rp18,63 triliun. Fisabilillah dan Hanifa (2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa "teknologi finansial peer to peer lending memiliki

pengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia." Lebih lanjut, "Perkembangan Peer to Peer Lending di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan yang pesat" (Aulia, 2023). Pemahaman mengenai mekanisme P2P Lending menjadi krusial dalam mengidentifikasi pendorong dan motivasi di balik pertumbuhannya (Syamil et al., 2020).

Alasan Orang Indonesia Gunakan Pinjaman Online

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)



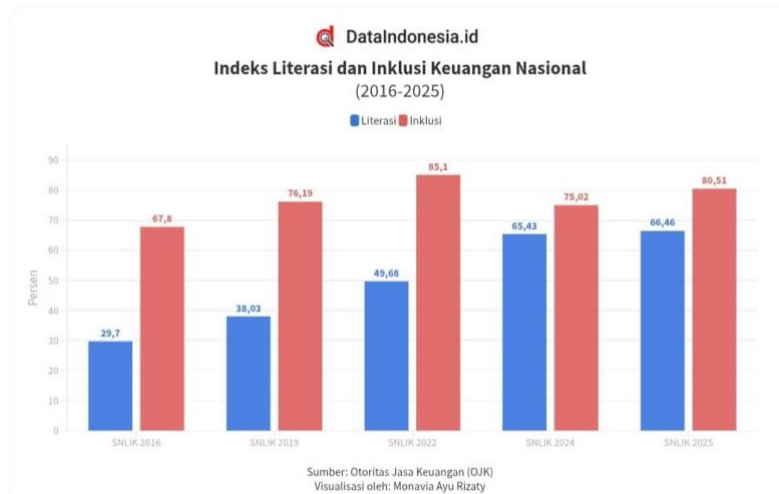
Gambar 2. Alasan Orang Indonesia Gunakan Pinjaman Online

Berdasarkan data, minat masyarakat Indonesia terhadap P2P lending sangat beragam, didorong oleh kebutuhan finansial seperti modal usaha (25%), kebutuhan sehari-hari (24%), dan

biaya pendidikan (19%) (Rizaty, 2025). Tingginya minat ini menjadi fondasi vital bagi keberlanjutan dan pertumbuhan ekosistem P2P lending, karena memastikan ketersediaan

likuiditas pada platform. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat ini sangat penting

untuk mengoptimalkan potensi P2P lending dalam mendukung perekonomian digital.



Gambar 3. Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional

Literasi Keuangan Digital (DFL) adalah faktor kunci yang memengaruhi minat konsumen terhadap P2P lending. Penelitian menunjukkan bahwa DFL, bukan hanya literasi keuangan atau digital secara terpisah, secara langsung memengaruhi niat adopsi, yang menekankan pentingnya pemahaman terpadu (Khan et al., 2025). Kemampuan ini esensial untuk partisipasi yang terinformasi dan aman, karena literasi yang rendah dapat menjadi hambatan signifikan karena kesulitan memahami risiko, mekanisme kompleks, atau manfaat jangka panjang (Khan et al., 2025). Meskipun indeks literasi keuangan nasional diproyeksikan mencapai 60% pada tahun 2025 (Rizaty, 2025), tingkat ini masih menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum sepenuhnya terliterasi dalam keuangan, apalagi yang inovatif seperti P2P lending. Studi juga menyoroti bahwa literasi fintech di kalangan milenial sangat dipengaruhi oleh literasi keuangan dan edukasi (Khan et al., 2023), menandakan bahwa tanpa pemahaman yang memadai, manfaat P2P lending akan sulit terserap secara optimal dan dapat berujung pada

kerugian akibat pengambilan keputusan yang kurang tepat.

Di samping itu, Norma sosial secara substansial memengaruhi keputusan partisipasi individu dalam P2P lending, karena opini, rekomendasi, dan pengalaman yang dibagikan oleh lingkaran sosial seperti teman dan keluarga dapat membentuk pandangan mereka. Penelitian oleh Putri et al. (2022) menemukan bahwa modal sosial, terutama persahabatan, berhubungan dengan tingkat gagal bayar yang lebih rendah, sementara Chulawate dan Kiattisin (2023) mengidentifikasi budaya sebagai faktor keberhasilan P2P lending. Di Indonesia, tingginya tingkat interaksi digital, dengan 139 juta pengguna media sosial aktif pada tahun 2024 (Riyanto, 2025), membuat rekomendasi dan pengalaman yang dibagikan memiliki potensi besar untuk memengaruhi minat. Interaksi ini berperan penting dalam membangun kepercayaan kolektif, mengurangi ketidakpastian informasi, dan memvalidasi pilihan investasi di kalangan masyarakat yang cenderung mengandalkan rekomendasi personal.

at pengguna potensial akan berkurang secara drastis (Kurniawan et al., 2023). Hal ini sejalan dengan temuan Ratnawati dan Malik (2024) yang menyoroiti bahwa kemudahan penggunaan sangat memengaruhi niat penggunaan. Lebih lanjut, Purwania et al. (2025) menemukan bahwa kemudahan penggunaan adalah faktor penting yang memengaruhi sikap repeat borrowing pada generasi muda, menunjukkan bahwa aspek user experience yang positif sangat berpengaruh terhadap loyalitas dan partisipasi berkelanjutan.

Kompleksitas hubungan antar variabel-variabel pendorong ini semakin diperkuat dengan adanya faktor *Risk Aversion* (Penghindaran Risiko) sebagai variabel moderasi. *Risk Aversion* didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk menghindari risiko atau memilih opsi dengan tingkat risiko yang lebih rendah ketika dihadapkan pada ketidakpastian, bahkan jika opsi dengan risiko lebih tinggi berpotensi menawarkan keuntungan finansial yang lebih besar. Dalam konteks P2P Lending, di mana terdapat risiko inheren seperti gagal bayar (bagi lender) atau ketidakpastian pengembalian investasi dan fluktuasi suku bunga, individu dengan tingkat *Risk Aversion* yang tinggi mungkin akan menunjukkan minat yang lebih rendah untuk berpartisipasi. Fenomena ini dapat terjadi meskipun mereka memiliki literasi keuangan digital yang memadai, dipengaruhi oleh norma sosial yang positif, merasa percaya terhadap platform, atau merasakan kemudahan penggunaannya. Misalnya, penelitian menunjukkan bahwa lender memiliki sikap positif terhadap P2P Lending yang didorong oleh keputusan investasi oportunistik dan persepsi risiko yang relatif rendah (Putri & Tandiono, 2025), menyiratkan bahwa bagi mereka yang risk-averse, persepsi risiko yang tinggi akan menjadi

penghalang yang dominan. Hal ini mengindikasikan bahwa *Risk Aversion* dapat memoderasi atau bahkan melemahkan hubungan positif antara faktor-faktor seperti literasi keuangan digital, norma sosial, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan dengan minat berpartisipasi dalam P2P Lending. Keengganan untuk mengambil risiko dapat mengesampingkan faktor-faktor pendorong lainnya dan menunjukkan kompleksitas hubungan antar variabel yang perlu diteliti lebih lanjut untuk memahami secara komprehensif perilaku partisipasi masyarakat dalam ekosistem P2P Lending.

Meskipun studi-studi sebelumnya telah mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi minat masyarakat terhadap P2P Lending, seperti literasi keuangan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan, masih terdapat celah penelitian yang signifikan. Secara spesifik, penelitian yang secara komprehensif mengkaji pengaruh *Digital Financial Literacy*, *Social Norms*, *Perceived Trust*, dan *Perceived Ease of Use* secara simultan terhadap Minat P2P Lending masih terbatas. Lebih jauh lagi, literatur yang ada belum secara memadai mengintegrasikan peran moderasi dari *Risk Aversion* dalam hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan minat partisipasi dalam P2P Lending di Indonesia, khususnya dalam konteks yang lebih spesifik seperti Bali sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi digital. Keterbatasan ini menghambat pemahaman mendalam mengenai bagaimana faktor-faktor psikologis dan kontekstual saling berinteraksi memengaruhi keputusan individu. Penelitian yang ada cenderung berfokus pada faktor tunggal atau kombinasi terbatas, meninggalkan pertanyaan tentang sinergi dan dampak moderating dari penghindaran risiko yang krusial

dalam konteks investasi dan pinjaman digital.

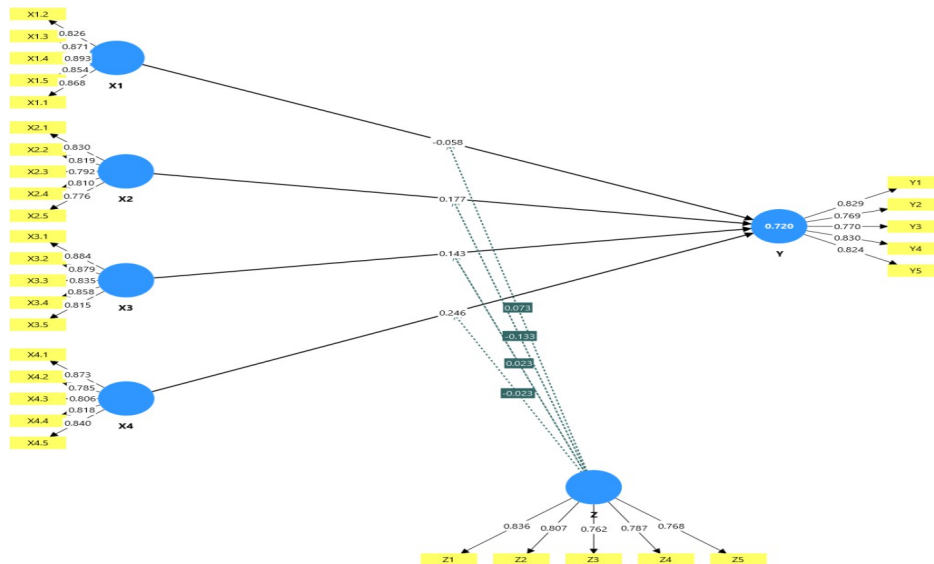
METODE

Penelitian ini dilakukan di Denpasar dengan fokus pada Generasi Z karena kelompok ini tumbuh dalam era digital yang memudahkan akses informasi mengenai P2P lending. Populasi penelitian adalah seluruh Generasi Z di Denpasar, sedangkan sampelnya diambil menggunakan non-probability sampling dengan kriteria usia 18–28 tahun, aktif menggunakan perangkat digital, serta pernah atau berminat menggunakan P2P lending.

Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dan menghasilkan 385 responden agar data representatif dan dapat digeneralisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner online Google Forms, berisi enam bagian terkait *Digital Financial Literacy*, *Norma Sosial*, *Perceived Trust*, *Perceived Ease of Use*, *Minat P2P Lending*, dan *Risk Aversion*. Data diukur menggunakan skala Likert 1–5, yang memberikan gambaran kuantitatif untuk menganalisis hubungan antar variabel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Outer Model



Gambar 4. Hasil Uji Outer Model

Validitas Konvergen

Tabel 1. *Outer Loading*

No	Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	<i>Digital Financial Literacy</i> (X1)	X1.1	0,868	Valid
		X1.2	0,826	Valid
		X1.3	0,871	Valid
		X1.4	0,893	Valid
		X1.5	0,854	Valid
2	Norma Sosial (X2)	X2.1	0,830	Valid
		X2.2	0,819	Valid
		X2.3	0,792	Valid

		X2.4	0,810	Valid
		X2.5	0,776	Valid
3	<i>Perceived Trust (X3)</i>	X3.1	0,884	Valid
		X3.2	0,879	Valid
		X3.3	0,835	Valid
		X3.4	0,858	Valid
		X3.5	0,815	Valid
4	<i>Perceived Ease Of Use (X4)</i>	X4.1	0,873	Valid
		X4.2	0,785	Valid
		X4.3	0,806	Valid
		X4.4	0,818	Valid
		X4.5	0,840	Valid
5	<i>Minat P2P Lending (Y)</i>	Y1	0,829	Valid
		Y2	0,769	Valid
		Y3	0,770	Valid
		Y4	0,830	Valid
		Y5	0,824	Valid
6	<i>Risk Aversion (Z)</i>	Z1	0,836	Valid
		Z2	0,807	Valid
		Z3	0,762	Valid
		Z4	0,787	Valid
		Z5	0,768	Valid

Semua indikator (item pertanyaan) untuk variabel *Digital Financial Literacy (X1)*, *Norma Sosial (X2)*, *Perceived Trust (X3)*, *Perceived Ease of Use (X4)*, *Minat P2P Lending (Y)*, dan *Risk Aversion (Z)* menunjukkan

Koefisien Korelasi (*Outer Loading*) di atas 0,708 (berkisar antara 0,762 hingga 0,893). Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan **Valid** secara konvergen.

Tabel 2. Hasil uji *Average Variance Extracted (AVE)*

<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	
<i>Digital Financial Literacy (X1)</i>	0,744
<i>Norma Sosial (X2)</i>	0,649
<i>Perceived Trust (X3)</i>	0,730
<i>Perceived Ease Of Use (X4)</i>	0,681
<i>Minat P2P Lending (Y)</i>	0,648
<i>Risk Aversion (Z)</i>	0,628

Nilai AVE untuk semua variabel laten berkisar antara 0,628 (*Risk Aversion*) hingga 0,744 (*Digital Financial Literacy*). Karena semua nilai AVE berada di atas ambang batas 0,50,

hal ini membuktikan bahwa varian yang ditangkap oleh konstruk lebih besar daripada varian kesalahan pengukuran.

Validitas Diskriminan**Tabel 3. Fornell-Larcker**

	<i>Digital Financial Literacy (X1)</i>	<i>Norma Sosial (X2)</i>	<i>Perceived Trust (X3)</i>	<i>Perceived Ease Of Use (X4)</i>	<i>Minat P2P Lending (Y)</i>	<i>Risk Aversion (Z)</i>
<i>Digital Financial Literacy (X1)</i>	0,863					
<i>Norma Sosial (X2)</i>	0,424	0,806				
<i>Perceived Trust (X3)</i>	0,460	0,758	0,855			
<i>Perceived Ease Of Use (X4)</i>	0,354	0,749	0,771	0,825		
<i>Minat P2P Lending (Y)</i>	0,298	0,738	0,694	0,744	0,805	
<i>Risk Aversion (Z)</i>	0,347	0,715	0,636	0,671	0,762	0,793

Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Kriteria ini membandingkan akar kuadrat nilai AVE suatu variabel (nilai pada diagonal) dengan koefisien korelasi antar variabel laten. Dari Tabel Fornell-Larcker, terlihat bahwa nilai akar kuadrat

AVE (misalnya, 0,863 untuk X1) selalu lebih tinggi daripada korelasi variabel tersebut dengan variabel lainnya. Ini mengonfirmasi bahwa setiap konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik.

Uji Reliabilitas**Tabel 4. Hasil uji Composite Reliability**

Composite Reliability	
<i>Digital Financial Literacy (X1)</i>	0,936
<i>Norma Sosial (X2)</i>	0,902
<i>Perceived Trust (X3)</i>	0,931
<i>Perceived Ease Of Use (X4)</i>	0,914
<i>Minat P2P Lending (Y)</i>	0,902
<i>Risk Aversion (Z)</i>	0,894

Tabel 5. Hasil uji Cronbach's alpha

Cronbach's alpha	
<i>Digital Financial Literacy (X1)</i>	0,914
<i>Norma Sosial (X2)</i>	0,865
<i>Perceived Trust (X3)</i>	0,908
<i>Perceived Ease Of Use (X4)</i>	0,882
<i>Minat P2P Lending (Y)</i>	0,864
<i>Risk Aversion (Z)</i>	0,852

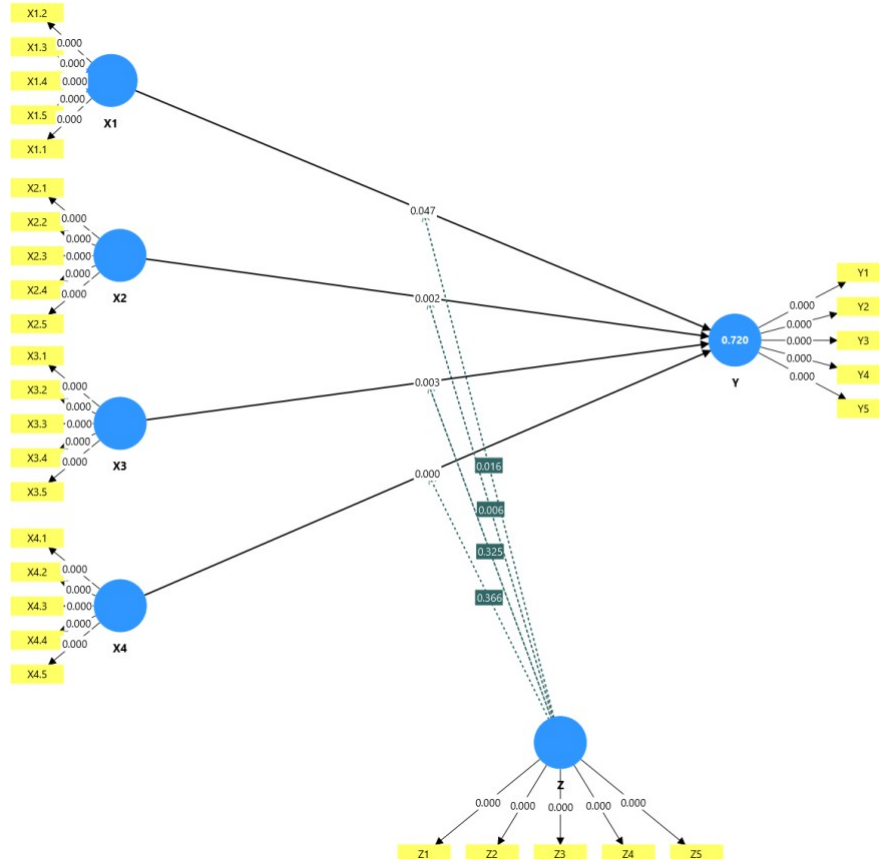
1. **Composite Reliability:** Nilai CR untuk semua variabel laten berada dalam rentang 0,894 hingga 0,936

2. **Cronbach's Alpha:** Nilai Cronbach's Alpha juga berada dalam rentang 0,852 hingga 0,914

Karena semua nilai CR dan *Cronbach's Alpha* melampaui batas minimum yaitu $> 0,70$, dapat disimpulkan bahwa semua konstruk

dalam penelitian ini memiliki **konsistensi internal yang sangat baik** dan reliabel

Inner Model



Gambar 5. Hasil Uji Inner Model.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil uji R^2

	R Square	R Square Adjusted
Minat P2P Lending (Y)	0,720	0,713

Nilai R^2 untuk variabel Minat P2P Lending (Y) adalah **0,720**. Angka ini menunjukkan bahwa 72,0% keragaman variabel Minat P2P Lending (Y) dapat dijelaskan oleh variabel-variabel eksogen (X1, X2, X3, X4, Z) dan interaksi moderasi yang ada dalam model.

Uji Predictive Relevance (Q^2)

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,720)$$

$$Q^2 = 1 - 0,280$$

$$Q^2 = 0,720$$

$$Q^2 = 72,0\%$$

Perhitungan Q^2 menghasilkan angka **0,720** atau **72,0%**. Karena nilai Q^2 ini jauh lebih besar dari nol, model struktural ini memiliki **relevansi prediktif** yang kuat.

Uji Effect Size: (F²)**Tabel 7.** Hasil uji F²

<i>Hubungan / Variabel</i>	<i>Nilai F² (F-Square)</i>	<i>Efek (Interpretasi)</i>
<i>Digital Financial Litracy (X1)</i>	<i>0,009</i>	<i>Kecil</i>
<i>Norma Sosial (X2)</i>	<i>0,034</i>	<i>Kecil</i>
<i>Perceived Trust (X3)</i>	<i>0,022</i>	<i>Kecil</i>
<i>Perceived Ease Of Use (X4)</i>	<i>0,069</i>	<i>Sedang</i>
<i>Risk Aversion (Z)</i>	<i>0,158</i>	<i>Sedang</i>
<i>Risk Aversion (Z) x Digital Financial Litracy (X1)</i>	<i>0,015</i>	<i>Kecil</i>
<i>Risk Aversion (Z) x Norma Sosial (X2)</i>	<i>0,025</i>	<i>Kecil</i>
<i>Risk Aversion (Z) x Perceived Trust (X3)</i>	<i>0,001</i>	<i>Sangat Kecil</i>
<i>Risk Aversion (Z) x Perceived Ease Of Use (X4)</i>	<i>0,001</i>	<i>Sangat Kecil</i>

Uji F² menunjukkan kontribusi masing-masing variabel eksogen terhadap nilai F² Minat P2P Lending.

1. **Efek Kecil:** *Digital Financial Litracy* (0,009), *Norma Sosial*

(0,034), *Perceived Trust* (0,022), serta interaksi moderasi tertentu.

2. **Efek Sedang:** *Perceived Ease Of Use* (0,069) dan *Risk Aversion* (0,158).

Uji Hipotesis**Tabel 8.** Hasil uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T Statistics	P Values	Kategori
<i>Digital Financial Litracy (X1) -> Minat P2P Lending (Y)</i>	-0,058	-0,056	0,035	1,671	0,047	Diterima
<i>Norma Sosial (X2)-> Minat P2P Lending (Y)</i>	0,177	0,169	0,063	2,829	0,002	Diterima
<i>Perceived Trust (X3) -> Minat P2P Lending (Y)</i>	0,143	0,140	0,051	2,779	0,003	Diterima
<i>Perceived Ease Of Use (X4) -> Minat P2P Lending (Y)</i>	0,246	0,253	0,067	3,648	0,000	Diterima
<i>Risk Aversion (Z)-> Minat P2P Lending (Y)</i>	0,343	0,349	0,065	5,253	0,000	Diterima
<i>Risk Aversion (Z)x Digital Financial Litracy (X1) -> Minat P2P Lending (Y)</i>	0,073	0,072	0,034	2,138	0,016	Diterima
<i>Risk Aversion (Z)x Norma Sosial (X2)-> Minat P2P Lending (Y)</i>	-0,133	-0,131	0,053	2,498	0,006	Diterima
<i>Risk Aversion (Z)x Perceived Trust (X3)-> Minat P2P Lending (Y)</i>	0,023	0,027	0,052	0,453	0,325	Ditolak
<i>Risk Aversion (Z)x Perceived Ease Of Use (X4)-> Minat P2P Lending (Y)</i>	-0,023	-0,029	0,067	0,343	0,366	Ditolak

Hasil Interpretasi Uji Hipotesis (Tabel 8)

1. Pengaruh *Digital Financial Literacy* (X1) => Minat P2P Lending (Y):
 Nilai P Values adalah 0,047, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai T Statistics adalah 1,671, yang lebih kecil dari 1,96. Nilai *Original Sample* adalah -0,058 (negatif), yang berarti peningkatan *Digital Financial Literacy* cenderung sedikit menurunkan Minat P2P Lending. Kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh negatif yang signifikan antara Digital Financial Literacy terhadap Minat P2P Lending.
2. Pengaruh Norma Sosial (X2) => Minat P2P Lending (Y):
 Nilai P Values adalah 0,002, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai T Statistics adalah 2,829, yang lebih besar dari 1,96. Nilai *Original Sample* Adalah 0,177 (positif), yang berarti semakin kuat Norma Sosial, semakin tinggi Minat P2P Lending. Kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Norma Sosial terhadap Minat P2P Lending.
3. Pengaruh *Perceived Trust* (X3) => Minat P2P Lending (Y):
 Nilai P Values adalah 0,003, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai T Statistics Adalah 2,779, yang lebih besar dari 1,96. Nilai *Original Sample* adalah 0,143(positif), yang berarti semakin tinggi *Perceived Trust*, semakin tinggi Minat P2P Lending. Kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *Perceived Trust* terhadap Minat P2P Lending.
4. Pengaruh *Perceived Ease Of Use* (X4) => Minat P2P Lending (Y):
 Nilai P Values adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai T Statistics adalah 3,648, yang lebih besar dari 1,96. Nilai *Original Sample* adalah 0,246 (positif), yang berarti semakin tinggi *Perceived Ease of Use*, semakin tinggi Minat P2P Lending. Kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh positif yang sangat signifikan antara *Perceived Ease Of Use* terhadap Minat P2P Lending.
5. Pengaruh *Risk Aversion* (Z) => Minat P2P Lending (Y):
 Nilai P Values adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai T Statistics adalah 5,253, yang lebih besar dari 1,96. Nilai *Original Sample* adalah 0,343 (positif), yang berarti semakin tinggi *Risk Aversion*, semakin tinggi Minat P2P Lending. Kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh positif yang sangat signifikan antara *Risk Aversion* terhadap Minat P2P Lending.
6. Pengaruh Moderasi *Risk Aversion* (Z) x *Digital Financial Literacy* (X1) => Minat P2P Lending (Y):
 Nilai P Values adalah 0,016, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai T Statistics adalah 2,138, yang lebih besar dari 1,96. Nilai *Original Sample* adalah 0,073 (positif), yang berarti *Risk Aversion* memperkuat hubungan antara Digital Financial Literacy dan Minat P2P Lending. Kesimpulannya yaitu *Risk Aversion* memoderasi positif dan signifikan hubungan antara *Digital Financial Literacy* terhadap Minat P2P Lending.
7. Pengaruh Moderasi *Risk Aversion* (Z) x Norma Sosial (X2) => Minat P2P Lending (Y):
 Nilai P Values adalah 0,006, yang lebih kecil dari 0,05. Nilai T Statistics adalah 2,498, yang lebih besar dari 1,96. Nilai *Original Sample* adalah 0,133 (negatif), yang berarti *Risk Aversion* memperlemah hubungan positif antara Norma Sosial dan Minat P2P Lending. Kesimpulannya yaitu *Risk Aversion* memoderasi negatif dan signifikan hubungan antara Norma Sosial terhadap Minat P2P Lending.

8. Pengaruh Moderasi *Risk Aversion* (Z) x *Perceived Trust* (X3) => Minat P2P Lending (Y):

Nilai P Values adalah 0,325, yang lebih besar dari 0,05. Nilai T Statistics adalah 0,453, yang lebih kecil dari 1,96. Nilai Original Sample adalah 0,023 (positif), yang berarti pengaruh interaksi tidak signifikan. Kesimpulannya yaitu tidak terdapat pengaruh moderasi yang signifikan dari *Risk Aversion* terhadap hubungan *Perceived Trust* dengan Minat P2P Lending.

9. Pengaruh Moderasi *Risk Aversion* (Z) x *Perceived Ease Of Use* (X4) => Minat P2P Lending (Y):

Nilai P Values adalah 0,366, yang lebih besar dari 0,05. Nilai T Statistics adalah 0,343, yang lebih kecil dari 1,96. Nilai Original Sample adalah 0,023 (negatif), yang berarti pengaruh interaksi tidak signifikan. Kesimpulannya yaitu tidak terdapat pengaruh moderasi yang signifikan dari *Risk Aversion* terhadap hubungan *Perceived Ease of Use* dengan Minat P2P Lending.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis PLS-SEM, penelitian ini menyimpulkan bahwa minat Generasi Z di Denpasar untuk menggunakan P2P lending dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, baik secara langsung maupun melalui moderasi *Risk Aversion*. *Digital Financial Literacy* terbukti memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat P2P lending, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan digital, semakin rendah kecenderungan Generasi Z untuk berminat pada layanan tersebut. Sebaliknya, Norma Sosial, *Perceived Trust*, dan *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh positif dan signifikan, dengan *Perceived Ease of Use* menjadi

faktor paling kuat yang meningkatkan minat P2P lending. *Risk Aversion* juga menunjukkan pengaruh positif dan sangat signifikan, menandakan bahwa Generasi Z dengan kecenderungan menghindari risiko justru memiliki minat lebih tinggi terhadap P2P lending. Sebagai variabel moderasi, *Risk Aversion* memperkuat pengaruh *Digital Financial Literacy* terhadap minat P2P lending serta memperlemah pengaruh Norma Sosial, namun tidak memoderasi hubungan *Perceived Trust* maupun *Perceived Ease of Use* terhadap minat. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa minat Generasi Z terhadap P2P lending tidak hanya dipengaruhi faktor psikologis dan perseptual, tetapi juga oleh strategi pengelolaan risiko individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, S. (2023). Perkembangan Sistem P2P Lending dan Perbedaannya dengan Pinjol. Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- Ali. (2023). Determining Factors of Peer-to-Peer (P2P) Lending Avoidance: Empirical Evidence from Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 25(1).
- Alliance for Financial Inclusion (AFI). (2021). *Digital Financial Literacy*.
- Astuti, A. S., Santosa, I. W., Haryono, S. R., & Sugianto, B. (2024). Exploring the role of *Digital Financial Literacy* in the adoption of Peer-to-Peer lending platforms. *Investment Management and Financial Innovations*, 22(1), 362–372.
- Anggraeni, F. D., & Primadineska, R. W. (2024). Pengaruh *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk*, dan *Trust* terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Pinjaman Online

- Akulaku pada Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta. *CAKRAWANGSA BISNIS*, 5(2).
- Andista, D. R., & Susilawaty, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Pengguna Dalam Penggunaan Finansial Teknologi Pinjaman Online. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 21(2), 162-171.
- Artha, I. Y., & Santoso, R. (2024). Pengaruh Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Fintech Pinjaman Online Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 5(1).
- Bajunaied, K., Hussin, N., & Kamarudin, S. (2025). Behavioral intention to adopt FinTech P2P lending. *Public Acceptance of Peer-to-Peer Lending as a Digital Payment in Indonesia*. *Jurnal IBIK*.
- Berg, T., Fuster, A., & Puri, M. (2021). *FinTech Lending*. National Bureau of Economic Research.
- 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.
- Chulawate, N.; Kiattisin, S. Success Factors Influencing Peer-to-Peer Lending to Support Financial Innovation. *Sustainability* 2023, 15, 4028.
- Chen, L. W. (2021). The Impact of *Perceived Ease of Use* and *Perceived Usefulness* on Intention to Use E-Learning Systems. *Journal of Educational Technology & Society*, 24(1), 88-102.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, *Perceived Ease of Use*, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dewi, N., & Pratama, R. (2023). Peran *Perceived Ease of Use* dalam Adopsi Aplikasi Layanan Kesehatan Berbasis Digital pada Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 15(3), 201-215.
- Dias, S., Nigalye, A., & Mahajan, J. (2022). Adoption Factors of P2P Lending in India. *Proceedings of the International Conference on Technology Innovation and Management*, 129-144.
- Fisabilillah, L. W. P., & Hanifa, N. (2021). Analisis Pengaruh Fintech Lending Terhadap Perekonomian Indonesia. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation*, 1(3), 154-159.
- Gita Sri Mulyanti, & Susyani, N. (2025). The Influence of Financial Literacy, *Perceived Ease of Use*, and Perceived Risk on Interest in Using Online Loans in Generation Z in West Java. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(4).
- Gupta, S., & Sharma, P. (2023). The Role of *Digital Financial Literacy* in Fostering Financial Inclusion in Emerging Economies. *Journal of Financial Innovation and Technology*, 8(4), 112-128.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*
- Hamdan, A., & Aldhaen, E. S. (Eds.). (2023). *Artificial Intelligence and Transforming Digital*

- Marketing. Springer.
- Hung, Y. H., Lee, M. H., & Chen, M. H. (2021). *Digital Financial Literacy* and financial well-being: The mediating role of financial capability. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 32(1), 104-118.
- Hutapea, R. S., & Andista, D. R. (2021). The Effect of *Perceived Ease of Use*, *Perceived Usefulness*, and *Risk* on User Interest in Using Financial Technology Peer to Peer Lending. *Proceedings of the 2nd International Seminar of Science and Applied Technology (ISSAT 2021)*, Atlantis Press. *Advances in Engineering Research*, 207, 619.
- Jangir, K., Sharma, V., Taneja, S., & Rupeika-Apoga, R. (2023). The Moderating Effect of Perceived Risk on Users' Continuance Intention for FinTech Services. *Journal of Risk and Financial Management*, 16(1), 21.
- Jones, R. W. (2020). The Role of *Perceived Trust* in E-commerce: An Empirical Study. *Journal of Business and Technology*, 15(2), 112-125.
- Khan, S., Singh, R., Laskar, H. R., & Choudhury, M. (2025). Exploring the role of *Digital Financial Literacy* in the adoption of Peer-to-Peer lending platforms. *Investment Management and Financial Innovations*, 22(1), 369-383.
- Khan, M. T. I., Liew, T. W., & Lee, X. Y. (2023). Fintech literacy among millennials: The roles of financial literacy and education. *Cogent Social Sciences*, 9(2), 2281046.
- Kusumawati, R., Hanafi, M. M., Surwanti, A., & Rahmawati, A. (2024). Peer-to-peer lending: An analytical review of research trends and future prospects. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 5336- 5348.
- Legenzova, R., Lecké, G., & Gaigalienė, A. (2023). Financial socialization, strength of social ties and investment literacy of investors in peer-to-peer (P2P) lending platforms. *Journal of Governance & Regulation*, 12(1), 307-322.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan (Edisi Terjemahan)*. Gadjah Mada University Press.
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*, 20(3), 709-734.
- Marhadi, M., Fathoni, A. F., Setiawan, B., Pratiwi, D., Hayati, R., Boros, A., & Sudibyo, N. A. (2024). Continuance intention of Fintech Peer-to-Peer (P2P) financing Shariah: Moderation role of brand schematicity and *Digital Financial Literacy*. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(100301).
- Mardhiyaturrositaningsih, & Hakim, M. L. (2022). Determinant Factors of *Digital Financial Literacy*: A Study of Women Entrepreneurs. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 5(2).
- Maulida, A., & Gultom, Y. M. L. (n.d.). Impact of Gender, Age, and Education of Peer-to-Peer Lender on Loan Viability Assessment: Evidence from Sharia Firm. *International Conference of Management Review (ICMR)*, 15(2).

- Mintarwan, E. (2025). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Investasi Di Platform Peer To Peer Lending. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*. Universitas Surabaya.
- Muaviah, I., Suherman, D., & Prastiwi, A. (2023). Karakteristik Figital sebagai Solusi Generasi Z dalam Menjalin Konektivitas secara Efisien. *Accounting Student Research Journal*, 15(2), 1-13.
- Nguyen, T. H.; Nghiễm-Phú, B.; Vu, Q. T. Undergraduate students' opinions of peer-to-peer lending and pawnbroking: a comparison study in Vietnam. *Cogent Education* 2024, 11(1), 2375073.
- Novitasari, N., & Suryandari, R. T. (2022). Analysis of Factors that Influence the Continuous Intention to Use the Financial Technology Peer-to-Peer (P2P) Lending Services During the Covid-19 Pandemic. *European Journal of Business and Management Research*, 7(3), 248.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). Masterplan Sektor Jasa Keuangan Indonesia 2021-2025.
- Panjaitan, F., Setyowati, S. M., & Mahulete, Y. C. (2024). Peer To Peer Lending: Generation Z Attraction Factors And Future Implications. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 4(4).
- Poeteri, N. A., Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2021). The Investment Intention Among Indonesian Millennials via Peer-to-Peer Lending Applications. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(4), 787–803.
- Purwania, T., Listijo, H., & Santoso, R. B. (2025). Generational Differences in Repeat Borrowing Attitudes: A Study of Millennials and Generation Z in Peer-to-Peer Lending. *Global Business & Finance Review*, 30(2), 44- 56.
- Puspitasari, A., & Widiastuti, T. (2022). Pengaruh *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi E-Wallet pada Mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2), 154-167.
- Putri, E. R., & Tandiono, R. (2025). Investing in the digital age: Exploring the underlying motivations of P2P lenders. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9(2), 1839-1851.
- Puspitasari, F., & Prastuti, D. R. (2022). Persepsi risiko terhadap minat melakukan pinjaman online dengan kemudahan penggunaan sebagai variabel moderasi. *MBR (Management and Business Review)*, 6(1), 22- 32.
- Pitria, P. A., Pratama, A., & Farogi, A. (2024). Evaluasi Pengaruh Trust dan Risk terhadap Minat Peminjam Menggunakan Kredito dengan TAM Modifikasi. *INFORMASI (Jurnal Informatika dan Sistem Informasi)*, 16(2).
- Rahi, S., & Abdul Waheed, Z. (2022). Examining the Role of *Digital Financial Literacy* in the Intention to Use FinTech Investment Platforms: The Moderating Role of Financial Knowledge. *International Journal of Technology and Human Interaction (IJTHI)*, 18(1), 1-17.
- Ratnawati, A. T., & Malik, A. (2024). The Effect of *Perceived Ease of Use*, Benefits, and Risks on Intention in Using the Quick

- Response Code Indonesian Standard. *Global Business and Finance Review*, 29(7), 110- 125
- Rizaty, Monavia Ayu. 24 April 2025. "Data Sebaran Penyaluran Pinjaman Online di Indonesia pada Januari 2025".
- Rizaty, Monavia Ayu. 12 Januari 2025. "Data Sektor Produktif dengan Jumlah Penyaluran Pinjaman Fintech Lending Terbesar pada Oktober 2024".
- Rizaty, Monavia Ayu. 6 Mei 2025. "Data Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Nasional Menurut SNLIK hingga 2025".
- Riyanto, Andi Dwi. 28 Februari 2025. "Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2025".
- Rizaty, Monavia Ayu. 8 Mei 2025. "Data Penyaluran Pinjaman Online di Indonesia 1 Tahun Terakhir hingga Februari 2025".
- Rizaty, Monavia Ayu. 31 Oktober 2024. "Data Sebaran Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia pada 2024".
- Rizaty, Monavia Ayu. 31 Oktober 2024. "Data Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia 11 Tahun Terakhir hingga 2024".
- Syamil, A., Heriyati, P., Devi, A., & Hermawan, M. S. (2020). UNDERSTANDING PEER-TO-PEER LENDING MECHANISM IN INDONESIA: A STUDY OF DRIVERS AND MOTIVATION. *ICIC Express Letters Part B: Applications*, 11(3), 267-277.
- Sanz-Guerrero, M., & Arroyo, J. (2025). Credit Risk Meets Large Language Models: Building a Risk Indicator from Loan Descriptions in P2P Lending. *Inteligencia Artificial*, 28(75), 220-247.
- Sari, A. P., Ardianto, Y. T., & Prasetya, D. A. (2021). Perceived Credibility Analysis As A Mediator Of Interest In The Application Of P2P Lending Platform: A Study On Msmes "GO Online Program" At NGALUP.COIn Malang City. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 10(05).
- Sisilia, H., Bustan, S. O., Lestadi, A. K., & Gunadi, W. (2024). Factors Toward Risk Influencing Millennials Willingness to Invest in Peer-to-Peer Lending. *International Journal of Science and Society*, 6(1).
- Simanjuntak, E. A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Sifat Konsumtif Terhadap Pinjaman Online Dengan Risk Averse Sebagai Variabel Moderas. Tesis. STIE YKPN.
- Safitri, A., Kurniawati, D., & Khairifa, F. (2025). The Effect of Communication Activities and *Digital Financial Literacy* on the Financial Behavior of Students of the Universitas Sumatera Utara. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 4(7), 1919–1930.
- Satriaputra Purnama, E. (2024). Pengaruh Perceived Risk dan Perceived Benefits terhadap Continuance Intention to Adopt Fintech P2P Lending yang dimediasi oleh Trust (Studi pada pengguna Fintech P2P Lending di Indonesia). Tesis. Universitas Brawijaya.
- Safitri, G., Suhud, U., & Berutu, M. B. (2025). Analisis *Perceived Ease of Use*, Perceived Security, Perceived Risk pada Pengguna Potensial Paylater di Kalangan Gen Z. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 556-578.
- Setiawan, W. A., & Setyorini, D. R. (2022). The Factors Influencing P2P Lending Adoption: A Study

- of Indonesian Investors. *Journal of Financial Technology and Management*, 5(1), 45-60.
- Smith, J. P. (2021). Investor Risk Aversion: A Review and Synthesis. *The Journal of Behavioral Finance*, 22(3), 250-265.
- Siqueira, M. S. S., Nascimento, P. O., & Freire, A. P. (2022). Reporting Behaviour of People with Disabilities in relation to the Lack of Accessibility on Government Websites: Analysis in the light of the Theory of Planned Behaviour. *Disability, CBR and Inclusive Development*, 33(1), 52–68. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunaryanto, K., & Idrus, O. (2025). Karakteristik Generasi Z Dan Dampak Produktivitas Kerja Pada Dunia Kerja Di Indonesia. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 7(3), 37-43.
- Setiabudhi, H., Suwono, Y., Setiawan, Y. A., & Karim, S. (2024). Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4. Balikpapan: Borneo Novelty Publishing.
- Tampubolon, H. R. (2019). Seluk-Beluk Peer To Peer Lending Sebagai Wujud Baru Keuangan Di Indonesia. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 3(2), 1-15.
- Tampubolon, H. R. (2019). Seluk-Beluk Peer To Peer Lending Sebagai Wujud Baru Keuangan Di Indonesia. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 3(2), 1-15. Kurniawan, Y., Putra, A. B. Y., & Cahyadewi, N. P. (2023). Get to Know P2P Lending and Investors Learning Process at Indonesia. *Journal of System and Management Sciences*, 13(1), 241-265.
- Widianto, A., & Yudhistira, R. (2025). Perubahan Nilai dan Norma Pada Masyarakat: Studi Sosial di Era Globalisasi.
- Wihartono, A., & Suminar, D. R. (2025). Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 324– 331.
- Yanto, Rahmani, Z., Putra, A. R., & Samsudin, M. A. (2024). What Makes Gen Z in Indonesia Use P2P Lending Applications: An Extension of Technology Acceptance Model. *Jurnal Sistem Informasi (Journal of Information System)*, 20(1).
- Yoshino, N., Morgan, P. J., & Long, T. Q. (2020). Financial Literacy and Fintech Adoption in Japan. ADBI Working Paper 1095. Asian Development Bank Institute (ADBI).