

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN *FLEXING*
TERHADAP PENGGUNAAN PINJAMAN *ONLINE* DENGAN LITERASI
KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

SITI AISYAH
NIM. 214110201057

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
PROF.K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Aisyah
NIM : 214110201057
Jenjang : S.I
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *Flexing* terhadap Penggunaan Pinjaman Online dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas).

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 23 Mei 2025

Saya yang menyatakan,



Siti Aisyah

NIM. 214110201057



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febl.uinsaizu.ac.id

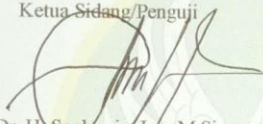
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

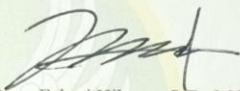
**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN *FLEXING* TERHADAP
PENGUNAAN PINJAMAN *ONLINE* DENGAN LITERASI KEUANGAN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI EMPIRIS PADA GENERASI Z DI
KABUPATEN BANYUMAS)**

Yang disusun oleh Saudara Siti Aisyah NIM 214110201057 Program Studi S-1
Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari
Kamis, 19 Juni 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

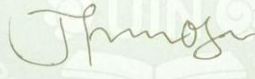
Ketua Sidang/Penguji


Dr. H. Soehmin, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji


Ryan Fahmi Hikmat, S.E., M.M.
NIP. 19920328 202012 1 005

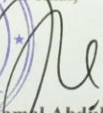
Pembimbing/Penguji


Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Purwokerto, 20 Juni 2025

Mengesahkan
Dekan,




Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBNG

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Saudari Siti Aisyah, NIM. 214110201057 yang berjudul:

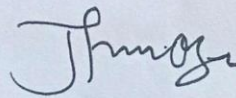
Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *Flexing* terhadap Penggunaan Pinjaman Online dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas).

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 23 Mei 2025

Pembimbing,



Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.

NIP. 19701224 200501 2 001

MOTTO

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Dari setetes keringat orang tuaku yang keluar, ada seribu langkahku untuk maju”



**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT* (FOMO) DAN *FLEXING*
TERHADAP PENGGUNAAN PINJAMAN *ONLINE* DENGAN
LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas)**

SITI AISYAH

NIM. 214110201057

E-mail : sitiaisyahashd@gmail.com

ABSTRAK

Pinjaman *online* merupakan bagian dari *financial technology* yang pertumbuhannya cukup cepat di Indonesia. Data menunjukkan bahwa 60% pengguna pinjaman *online* berasal dari rentang usia 19 sampai 24 tahun. Namun, penggunaannya tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan dasar, melainkan lebih didorong oleh gaya hidup konsumtif yang dipicu oleh tekanan sosial, seperti fenomena *fear of missing out* dan perilaku *flexing*. Minimnya tingkat literasi keuangan dikalangan generasi Z menjadi faktor yang memperburuk kondisi ini, di mana individu cenderung kurang memahami risiko dan pengelolaan keuangan dengan bijak. Kurangnya pemahaman, kesadaran serta keterampilan dalam menggunakan layanan penggunaan pinjaman *online* yang tidak bertanggungjawab menyebabkan dampak negatif terhadap kondisi keuangan. Gaya hidup seperti ini semakin marak dan menjadi tren yang cukup mengkhawatirkan di kalangan Generasi Z, khususnya di Kabupaten Banyumas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *fear of missing out* dan *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada generasi Z di Kabupaten Banyumas menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini diambil dengan teknik purposive sampling dan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran serta pengisian kuesioner.

Hasil analisis menggunakan program IBM SPSS 29, menunjukkan bahwa *fear of missing out* tidak berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online*. *Flexing* berpengaruh positif terhadap penggunaan pinjaman *online*. *Fear of missing out* dan *flexing* secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online*. Literasi keuangan tidak dapat memoderasi pengaruh *fear of missing out* dan *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online*.

Kata Kunci: *Fear Of Missing Out, Flexing, Pinjaman Online, Literasi Keuangan.*

**ANALYSIS OF FEAR OF MISSING OUT (FOMO) AND FLEXING
ON THE USE OF ONLINE LOANS WITH FINANCIAL LITERACY
AS A MODERATING VARIABLE
(Empirical Study on Generation Z in Banyumas Regency)**

SITI AISYAH

NIM. 214110201057

E-mail : sitiaisyahashd@gmail.com

ABSTRACT

Online loans is part of financial technology that is growing rapidly in Indonesia. Data show that 60% of online loan users are between the ages of 9 to 24 years. However, its use is not solely to meet basic needs, but is also driven by consumptive lifestyles influenced by social pressures, such as the phenomenon of fear of missing out and flexing behavior. The lack of financial literacy among Generation Z is a factor that worsens this condition, where individuals tend to lack understanding of risks and managing finances wisely. Lack of understanding, awareness and skills in using irresponsible online loan services causes a negative impact on financial conditions. This lifestyle is increasingly prevalent and has become a fairly worrying trend among Generation Z, especially in Banyumas Regency.

This study aims to analyze the influence of fear of missing out and flexing on the use of online loans with financial literacy as a moderation variable in generation Z in Banyumas Regency. This research uses a quantitative approach. The samples in this researcher were taken by purposive sampling technique and data collection was carried out through dissemination and filling out questionnaires.

The results of the analysis using the IBM SPSS 29 program, show that fear of missing out has no effect on the use of online loans. Flexing has a positive effect on the use of online loans. Fear of missing out and flexing simultaneously affect the use of online loans. Financial literacy cannot moderate the influence of fear of missing out and flexing on the use of online loans.

Keywords: Fear Of Missing Out, Flexing, Online Loans, Financial Literacy.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang digunakan dalam penyusunan proposal skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Menteri Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf	Nama	Huruf Latin	Lambang
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)

ع	‘Ain	...‘...	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	W
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	—’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

B. Vokal

Vokal Bahasa Arab seperti Bahasa Indonesia, terdiri dari vocal pendek, vocal rangkap dan vocal panjang.

1. Vokal Pendek

Vokal tunggal Bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>Fathah</i>	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	<i>Ditulis</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	<i>Dammah</i>	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

Nama	Huruf Latin	Nama	Contoh	Ditulis
<i>Faṭḥah dan ya'</i>	Ai	a dan i	بينكم	<i>Bainakum</i>
<i>Faṭḥah dan Wawu</i>	Au	a dan u	قول	<i>Qaul</i>

3. Vokal Panjang

Maddah atau vocal Panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya sebagai berikut:

1	Ḍamah + wawu mati	Ditulis	ū
	المَوْصُوفَةُ	Ditulis	<i>al-Mauṣūfah</i>
2	Fathah + alif	Ditulis	ā
	مُسْتَأْجِرٌ	Ditulis	<i>Mustājir</i>
3	Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
	أَجِيرٌ	Ditulis	<i>Ajīr</i>

C. Ta' Marbūṭah

1. Bila dimatikan, ditulis h:

إِجَارَةٌ	Ditulis	<i>Ijārah</i>
اِقْتِصَادِيَّةٌ	Ditulis	<i>Iqtisādiyyāh</i>

2. Bila dihidupkan karena berangkat dengan kata lain, ditulis t:

نِعْمَةُ اللَّهِ	Ditulis ni'matullāh
------------------	---------------------

3. Bila ta' marbūṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka transliterasinya dengan h (h), Contoh:

رَوْضَةُ الْاِطْفَالِ	<i>Raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	<i>Al-Madinah al-Munawwarah</i>

Ketentuan ini tidak diberlakukan pada kata kata arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebadainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

D. Syaddah (Tasydīd)

Untuk konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap:

متعددة	Ditulis <i>muta'addidah</i>
--------	-----------------------------

E. Kata Sandang Alif dan Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah

الاجارة على العمل	Ditulis	<i>Al-Ijārah 'ala al-'Amal</i>
-------------------	---------	--------------------------------

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah

السماء	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
--------	---------	-----------------

F. Hamzah

Hamzah yang terletak di akhir atau di tengah kalimat ditulis apostrof. Sedangkan hamzah yang terletak di awal kalimat ditulis alif. Contoh:

شيئ	Ditulis <i>syai'un</i>
تأخذ	Ditulis <i>ta'khuẓu</i>
أمرت	Ditulis <i>umirtu</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *Flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi (Studi Empiris pada Generasi Z Di Kabupaten Banyumas)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program studi S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Sholawat dan salam penulis sanjungkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membimbing umat manusia dari masa kegelapan menuju masa yang cerah dan terang benderang

Dalam menyusun skripsi ini, penulis telah mendapat banyak bimbingan, bantuan tenaga dan pemikiran, serta dukungan baik moral maupun materi dari berbagai pihak. Dengan sepenuh hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S. Ag., M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M. Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.A., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, serta selaku Dosen Pembimbing Skripsi.

Terimakasih penulis ucapkan atas semua arahan, masukan, bimbingan, motivasi, waktu, pemikiran dan kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT, senantiasa memberikan perlindungan dan membalas segala kebaikan bapak.

7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dr. H. Sochimin, Lc., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Segenap Dosen dan Staf Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Cinta pertama dan pahlawan di hidup penulis, Ayahanda Casyoto, terimakasih karena telah berjuang untuk kehidupan penulis. Beliau mengubur cita-cita untuk melanjutkan sekolah menengah pertama karena keterbatasan biaya. Namun, mampu membiayai anaknya untuk menyelesaikan pendidikan S1 di Perguruan Tinggi. Didikan, motivasi dan dukungan yang diberikan ayahanda menjadi alasan penulis mampu menyelesaikan pendidikan sampai sarjana.
13. Pintu Surgaku ibunda tercinta Casmiah, perempuan paling kuat dan mandiri. Selalu menemani, memberi kasih sayang dan menjadi tempat pulang ternyaman bagi penulis. Kata terimakasih tidak mampu membalas semua perjuangan ibunda untuk penulis. Semua do'a yang beliau panjatkan menjadi kekuatan bagi penulis.
14. Kakak penulis Krisno dan teteh Shelly Ade Nurlia yang selalu menjadi panutan. Terimakasih atas semua bantuan, baik moral dan

materi serta menjadi tempat berkeluh kesah penulis selama menjalani pendidikan.

15. Rumaisya Fadilah, Elyana Abi Tri Widyaningsih dan Nabila Ittaqa Putri Fatiha yang menemani penulis disetiap kondisi. Terimakasih karena tidak membiarkan penulis merasa sendirian.
16. Sahabat seperjuangan Sri Wulandari, Novika Febianti, Solikhatun Khasanah, Nabati Auliya, Rizka Aulia Saadah, Dewi Fatimah, Afkiyatun, Ismiatun Syariah, Anggun Permatasari, Mafaza Alhaqi dan Icha Nurrohmah yang selalu menemani penulis semasa perkuliahan.
17. Rekan-rekan mahasiswa Ekonomi Syariah F angkatan 2021. Terimakasih atas kenangan menyenangkan selama masa perkuliahan.
18. Rekan organisasi Kelompok Studi Pasar Modal, Investor Saham Pemula Regional Purwokerto dan Ikatan Mahasiswa Brebes Selatan yang telah memberikan pengalaman dan ilmu yang berharga bagi penulis.
19. Kepada mba Lina Rizqi Amelia, S.E., yang selalu membantu penulis.
20. Terimakasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung, yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua. Aamiin.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan Teori.....	15
B. Kajian Pustaka.....	26
C. Kerangka Penelitian	30
D. Hipotesis Penelitian.....	30
E. Landasan Teologis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	39
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Jenis dan Sumber Data	44
G. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	50
B. Hasil Penelitian	51
C. Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 (Kajian Pustaka)	26
Tabel 3.1 (Variabel dan Indikator Penelitian)	42
Tabel 3.2 (Pedoman Skala Likert)	43
Tabel 4.1 (Distribusi Frekuensi Usia Responden)	51
Tabel 4.2 (Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responsen)	52
Tabel 4.3 (Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden)	53
Tabel 4.4 (Distribusi Frekuensi Status Pernikahan Responden)	54
Tabel 4.5 (Distribusi Frekuensi Domisili Responden)	55
Tabel 4.6 (Distribusi Frekuensi Platform Pinjaman <i>Online</i> Responden)	57
Tabel 4.7 (Distribusi Frekuensi Jangka Waktu Penggunaan Pinjaman <i>Online</i>)	58
Tabel 4.8 (Hasil Uji Validitas)	59
Tabel 4.9 (Hasil Uji Reliabilitas)	61
Tabel 4.10 (Hasil Uji Normalitas)	62
Tabel 4.11 (Hasil Uji Multikolinieritas)	63
Tabel 4.12 (Hasil Uji Heteroskedastisitas)	64
Tabel 4.13 (Hasil Uji Regresi Linier Berganda)	65
Tabel 4.14 (Hasil Uji Parsial)	67
Tabel 4.15 (Hasil Uji Simultan)	69
Tabel 4.16 (Hasil Uji Koefisien Determinasi)	70
Tabel 4.17 (Hasil Analisis Regresi Moderasi- MRA)	71

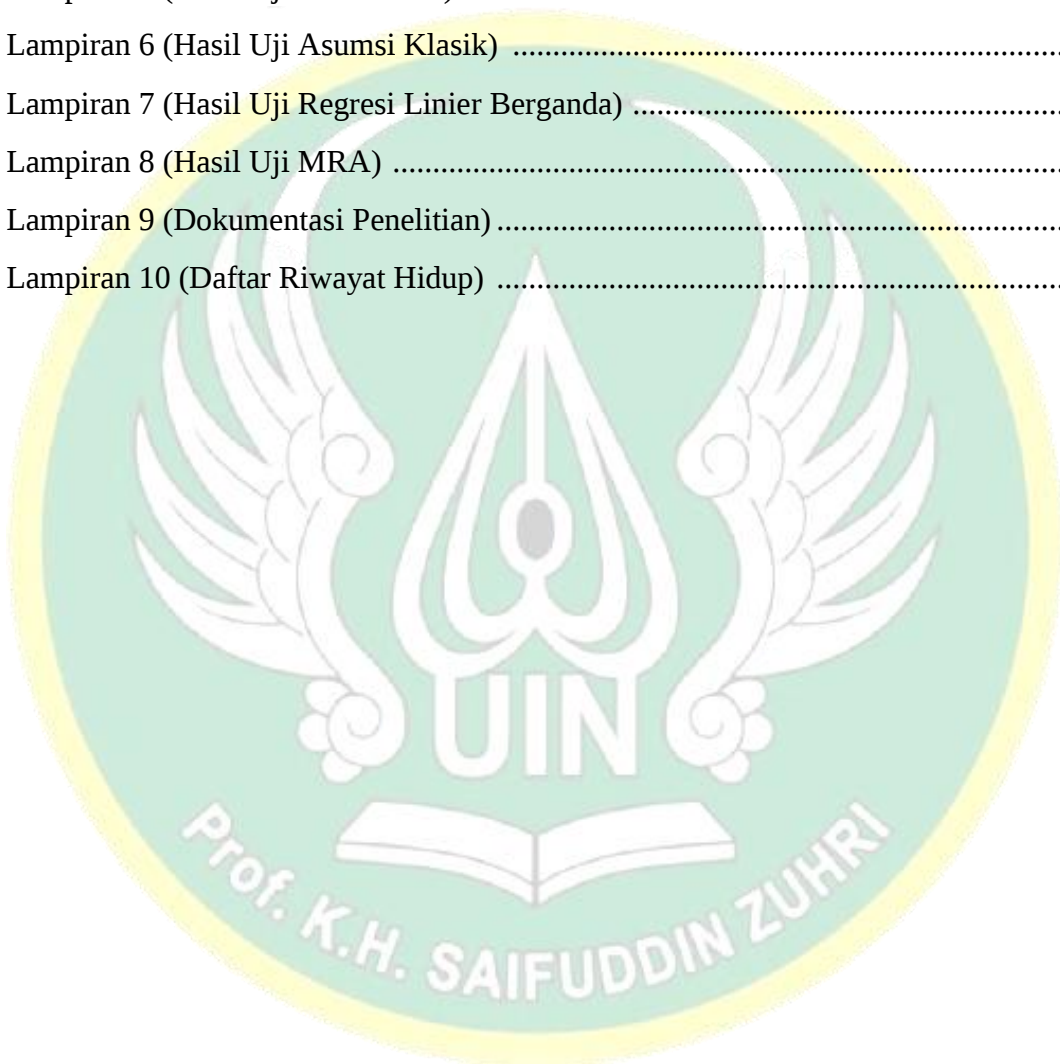
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 (Grafik Nilai Penyaluran Dana Pinjaman <i>Online</i> Berdasarkan Kelompok Usia periode Juli 2023)	2
Gambar 1.2 (Jenis Pinjaman <i>Online</i> yang Digunakan generasi Z di Kabupaten Banyumas)	9
Gambar 2.1 (Kerangka Penelitian)	29
Gambar 4.1 (Peta Administrasi Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah)	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 (Kuesioner Penelitian)	86
Lampiran 2 (Daftar Pinjaman <i>Online</i> Berizin dan Diawasi OJK)	90
Lampiran 3 (Data Tabulasi Penelitian)	93
Lampiran 4 (Hasil Uji Validitas)	102
Lampiran 5 (Hasil Uji Reliabilitas)	104
Lampiran 6 (Hasil Uji Asumsi Klasik)	106
Lampiran 7 (Hasil Uji Regresi Linier Berganda)	107
Lampiran 8 (Hasil Uji MRA)	108
Lampiran 9 (Dokumentasi Penelitian)	109
Lampiran 10 (Daftar Riwayat Hidup)	110



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dalam beberapa tahun ini menjadi sangat pesat. Domain informasi dan komunikasi telah menghasilkan transformasi dalam kehidupan sosial, ekonomi dan budaya. Semakin banyak perkembangan teknologi memungkinkan orang untuk melakukan banyak hal sehari-hari, salah satunya di bidang keuangan (Bariqi, 2024). Bidang keuangan berkembang ke arah yang lebih canggih sebagai akibat dari kemajuan teknologi. Salah satu perubahannya adalah dalam bentuk teknologi keuangan atau *financial technology* yang disingkat *fintech*. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) *fintech* adalah sebuah inovasi pada industri keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Adapun produk *fintech* biasanya berupa suatu sistem yang dibangun guna menjalankan mekanisme transaksi keuangan yang spesifik (OJK, 2020).

Pinjaman *online* merupakan bagian dari *financial technology* yang pertumbuhannya cukup cepat di Indonesia. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2020) layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi ialah salah satu inovasi pada bidang keuangan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melakukan transaksi pinjam meminjam tanpa harus bertemu langsung. Mekanisme transaksi pinjam meminjam dilakukan melalui sistem yang telah disediakan oleh penyelenggara pinjaman *online* baik melalui aplikasi maupun website.

Fenomena maraknya penggunaan pinjaman *online* meluas diberbagai kalangan bukan hanya kalangan dewasa atau karyawan, namun bagi golongan mahasiswa, pelajar atau remaja yang tergolong sebagai generasi Z. Menurut Data Statistik Fintech Lending Otoritas Jasa Keuangan (2023), mayoritas nasabah pinjaman *online* adalah generasi muda, mulai dari usia 19 tahun yang dikenal dengan generasi Z. Pinjaman *online* tentunya memudahkan generasi Z untuk membeli barang yang sedang populer agar

memenuhi keinginan dan kebutuhan gaya hidupnya. Fenomena ini menggambarkan perubahan nilai-nilai yang dianut oleh generasi Z atau remaja masa kini yaitu cenderung menginginkan sesuatu dengan serba instan, seperti pinjaman *online* yang menawarkan pinjaman secara instan melalui ponsel.

Gambar 1.1 grafik nilai penyaluran dana pinjaman *online* berdasarkan kelompok usia periode Juli 2023



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023>

Laporan OJK (2023) menunjukkan bahwa berdasarkan kelompok usia peminjamnya, penerima kredit pinjaman *online* didominasi oleh usia 19 sampai 34 tahun. Kelompok usia yang termasuk kategori pelajar atau mahasiswa serta pekerja ini memiliki nilai akumulasi utang pinjaman *online* sebesar Rp27,1 triliun, setara 54,06% dari total utang pinjaman *online* nasional. OJK juga mencatat, kelompok usia tersebut secara konsisten jadi penyumbang utang pinjaman *online* terbesar. Kelompok peminjam usia 35 sampai 54 tahun yang memiliki utang pinjol senilai Rp19,78 triliun, atau setara 39,46% dari total utang pinjaman *online* nasional. Kemudian peminjam dari kelompok usia di atas 54 tahun memiliki utang pinjol sebesar Rp3,06 triliun. Diikuti kelompok usia di bawah 19 tahun yang nilai pinjamannya mencapai Rp183,3 miliar. Peminjam dari kedua kelompok usia tersebut memiliki porsi kurang dari 10% total kredit pinjaman *online* nasional pada bulan sebelumnya.

Melalui data yang diperoleh dari Asosiasi Fintech Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI), diketahui bahwa 60% dari pengguna pinjaman *online* yang berusia 19 sampai 24 tahun menggunakan pinjaman *online* bukan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi lebih kepada pemenuhan gaya hidup, seperti pembelian gadget, pakaian hingga tiket konser (Amos & Papalangi, 2024). Fenomena ini menggambarkan adanya perubahan generasi muda khususnya dalam manajemen keuangan, dimana mereka cenderung menggunakan pinjaman *online* untuk memenuhi gaya hidup bukan untuk kebutuhan dasar.

Menurut penelitian Bencsik, Csikos, dan Juhez (2016), generasi Z adalah generasi yang lahir pada rentang tahun 1995 sampai 2010 (29 sampai 14 tahun) serta terdapat perbedaan karakteristik yang membedakan yaitu penguasaan informasi dan teknologi. Bagi generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka, karena mereka lahir dimana akses terhadap informasi, khususnya internet sudah menjadi budaya global, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap nilai-nilai, pandangan dan tujuan hidup mereka (Putra, 2017). Canggihnya teknologi informasi dan komunikasi pada saat ini menyebabkan perubahan dalam diri masyarakat terutama generasi muda atau remaja yang dikenal dengan sebutan generasi Z.

Generasi Z sering dikaitkan dengan kemajuan teknologi digital karena ketertarikannya dalam berbagai komunitas atau platform media sosial, sehingga segala bentuk kegiatan baik dalam aspek kehidupan sosial, pendidikan dan pengetahuannya bergantung pada teknologi digital. Hal ini membentuk pola pikir, perilaku dan gaya hidup generasi Z yang banyak menghabiskan waktu untuk menggunakan internet dan media sosial (Qurniawati & Nurohman, 2018). Saat semua aspek kehidupan generasi Z bergantung pada media sosial, gaya hidup juga tidak terlepas dari standar media sosial yang diciptakan oleh trend yang sedang ramai diperbincangkan. Gaya hidup atau *life style* menjadi populer seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dibidang informasi dan

komunikasi yang semakin canggih. Gaya hidup dijelaskan oleh Kotler dan Keller (2008) merupakan pola seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapatnya. Kecanduan menggunakan media sosial dapat memicu perasaan takut, cemas serta khawatir akan ketinggalan sesuatu yang sedang populer. Hal ini dapat memicu individu mengalami *Fear of Missing Out* (Aisafitri, et al., 2020).

Fear Of Missing Out yang selanjutnya disingkat FOMO yakni berupa perasaan cemas atau takut tertinggal sesuatu yang sedang populer atau aktivitas sosial yang sedang trending. Fomo sudah menjadi gaya hidup di era modernisasi dikarenakan saat ini manusia memasuki termin informasi yang luas dan berkembangnya teknologi. Peristiwa ini mempunyai keterkaitan dengan penggunaan media sosial, karena media sosial sendiri menjadi faktor paling berpengaruh. Media sosial memberikan wadah bagi pengguna untuk mengekspresikan diri dengan berkomunikasi, berkolaborasi dan berbagi interaksi lainnya. Namun hal ini dapat berubah menjadi kecemasan ketika mereka belum mampu mengikuti aktivitas di media sosial (Yulya, et al.). Dapat disimpulkan bahwa fomo merupakan perasaan takut tertinggal oleh orang lain dan dianggap tidak *up to date* yang dapat dialami oleh masyarakat, terutama pengguna sosial media. Fomo dapat dikategorikan sebagai masalah psikologis yang dapat memberikan dampak pada kehidupan sosial. Ketika individu yang memiliki ekonomi menengah kebawah memiliki sifat fomo, mau tidak mau ia harus melakukan pinjaman *online* untuk memenuhi gaya hidupnya. Menurut penelitian Miranda, et al., (2023) fomo mempengaruhi terjadinya pembelian impulsif sehingga individu memakai *paylater* di suatu aplikasi untuk memenuhi keinginan hedonis individu. Sehingga individu merasa kecanduan dengan menggunakan *paylater* untuk memenuhi keinginan *life style* nya. Namun berdasar penelitian Radianto & Kilay (2023) fomo tidak berpengaruh terhadap niatan gen Z untuk membeli khususnya pada *e-commerce*.

Media sosial juga membawa generasi saat ini terjebak dalam gaya hidup glamor yang dipengaruhi oleh kecenderungan untuk berbelanja dan dipertontonkan di media sosial masing-masing yang biasa disebut dengan *Flexing* (Darmalaksana 2022). *Flexing* dapat ditemukan dalam berbagai bentuk, mulai dari postingan di media sosial yang menampilkan barang-barang mewah seperti mobil, jam tangan, pakaian desainer, hingga pencapaian pribadi seperti jabatan pekerjaan atau prestasi akademik. Fenomena ini tidak hanya terjadi di kalangan selebritas atau orang kaya, tetapi juga di kalangan masyarakat umum yang ingin menunjukkan kehidupan mereka yang tampak lebih baik daripada kenyataannya (Rojiati & Afifah, 2024). Hal ini diduga dapat mempengaruhi sikap keuangan seseorang karena dapat memicu ketidakstabilan keuangan yang berakibat pada penggunaan pinjaman *online*.

Flexing atau perilaku memamerkan kekayaan di media sosial berpotensi mengubah standar nilai di masyarakat. Secara harfiah, kata *Flexing* pada bahasa Inggris diartikan sebagai “pamer”. Dalam ilmu ekonomi, perilaku *Flexing* dipahami sebagai sikap konsumtif yang sangat terlihat atau mencolok, menghabiskan uang hanya untuk membeli barang-barang mewah dan layanan premium demi menunjukkan kemampuan finansial atau status sosial (Hafidz, 2022). Mereka cenderung menyukai hal-hal yang praktis dan sederhana, sehingga cenderung menggunakan pinjaman *online* yang mudah diakses dari ponsel. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Jami'iyah & Wahidah (2023) *flexing* berdampak negatif dalam bidang ekonomi, dimana memamerkan kemewahan terlalu berlebihan dapat mengarah pada pengeluaran yang tidak perlu dan meningkatkan risiko kebangkrutan. Memiliki gaya hidup yang mahal juga dapat menyebabkan tekanan finansial pada individu atau keluarga. Menurut penelitian Wijaya (2023) fenomena *Flexing* tidak berpengaruh terhadap keputusan keuangan yaitu sikap investasi dengan aspek prudential sebagai variabel moderasi.

Seiring perubahan zaman yang begitu modern, perkembangan sistem yang begitu cepat dan keperluan manusia semakin beragam, perlu diimbangi dengan pengetahuan dalam mengelola keuangan. Kebiasaan berbelanja hanya berdasarkan tekanan sosial menyebabkan orang hidup dalam perilaku boros dan berdampak pada kondisi keuangan yang tidak stabil. Maka dari itu, pengelolaan keuangan yang harus diperhatikan yakni pengelolaan keuangan yang sewajarnya dan sesuai porsi sehingga individu dapat mengelola keuangan dengan baik terutama pada generasi Z yang mudah terpengaruh oleh media sosial dan gemar meniru perkembangan gaya yang sedang populer.

Literasi keuangan dapat dikatakan sebagai kemampuan dasar setiap individu untuk mengelola keuangannya dengan baik, sehingga memberikan cara yang tepat untuk mencapai kemakmuran finansial. Literasi keuangan yang baik diharapkan dapat membantu individu dalam menjalankan perilaku keuangan yang baik pula. Diperlukannya perilaku keuangan guna mendorong individu untuk menentukan tujuan keuangan, dapat memiliki perencanaan dalam keuangan, mampu mengambil keputusan dan mampu mengelola keuangan agar dapat mencapai kesejahteraan (Safitri, 2022). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa individu yang memiliki literasi keuangan yang tinggi maka tingkat pengambilan keputusan semakin meningkat lebih baik sehingga individu mempunyai tanggungjawab terhadap keuangannya serta dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan ke arah yang lebih baik. Pernyataan ini didukung oleh penelitian Safitri (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Semakin baik tingkat literasi keuangan maka tingkat perilaku keuangan akan semakin meningkat. Namun, menurut data OJK (2024) pada tahun 2023, terdapat gap antara indeks literasi keuangan dan indeks inklusi keuangan sebesar 9,59%. Indeks inklusi keuangan nasional berada di atas indeks literasi keuangan nasional. Hal ini menandakan 9,59% masyarakat Indonesia yang menggunakan produk/layanan jasa keuangan dalam satu

tahun terakhir masih belum terliterasi keuangan dengan baik dan belum memahami fungsi produk atau layanan jasa keuangan.

Minimnya tingkat literasi keuangan membuat generasi Z kurang memiliki pemahaman, kesadaran dan keterampilan dalam menggunakan teknologi finansial aplikasi pinjaman *online*, sehingga banyak yang terbuai dan mencoba menggunakan pinjaman *online* dengan tidak bijak dan memunculkan efek negatif diantaranya kredit macet pada pinjaman *online* serta bunga pinjaman yang tinggi dan sering ditemui kasus kekerasan yang dilakukan oleh pihak pinjaman *online* dalam menagih hutang kepada penggunanya. Menurut studi kasus yang dilakukan oleh Wati & Soediro (2022) terdapat dua orang di Sumbang dan Kembaran, Kabupaten Banyumas yang terlibat kasus kredit macet pinjaman *online*, yaitu S dan N, kedua orang tersebut mengalami teror dan intimidasi oleh *debt collector* pinjaman *online*, yang mendatangi ke rumah mereka dan berteriak-teriak agar tetangga mendengar, selain itu semua nomor kontak yang ada di telpon seluler milik S dan N dihubungi oleh pihak pinjaman *online*, yang bertujuan agar peminjam merasa malu (Wati & Soediro, 2022).

Literasi keuangan perlu ditingkatkan terutama di wilayah yang sebagian besar mengakses internet seperti Kabupaten Banyumas dengan presentase sebesar 57,60% pada tahun 2021 dan meningkat pada tahun 2022 yaitu 68,13%. Disisi lain 53,80% pola konsumsi masyarakat Kabupaten Banyumas cenderung untuk membeli bahan makanan dan apabila pola konsumsi lebih besar untuk bahan makanan menandakan kesejahteraan belum tercapai sebab mereka harus memikirkan bagaimana setiap minggunya dapat mengkonsumsi makanan, maka masyarakat harus berhati-hati dalam membelanjakan uangnya (Badan Pusat Statistik Banyumas, 2023). Hal ini menjadi salah satu alasan pemilihan tempat penelitian yaitu di Kabupaten Banyumas. Adapun alasan lain memilih Kabupaten Banyumas sebagai tempat penelitian ini karena dengan adanya tren penggunaan internet dan akses terhadap layanan pinjaman *online* yang

semakin luas menjadikan generasi Z di Kabupaten Banyumas rentan terpapar budaya konsumtif ditunjukkan dengan adanya pergeseran gaya hidup anak muda seperti FOMO dan *Flexing* yang semakin umum terlihat dikalangan remaja dan dewasa, terutama di wilayah yang menjadi pusat pendidikan dan urbanisasi.

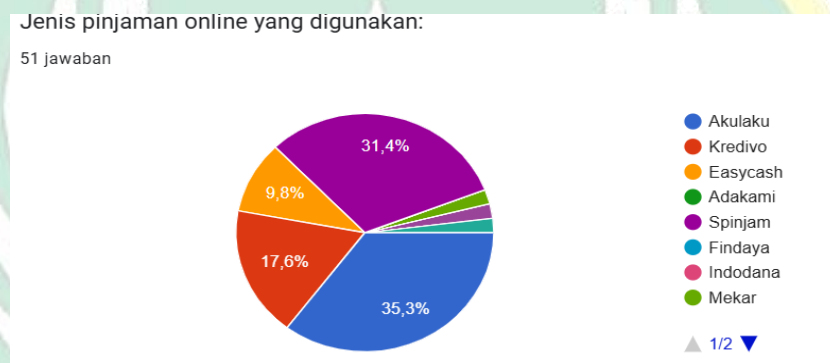
Kabupaten Banyumas merupakan salah satu Kabupaten terbesar yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (2023), Jawa Tengah termasuk dalam lima besar provinsi dengan penggunaan pinjaman *online* tertinggi di Indonesia, dengan total lebih dari 1,9 juta rekening aktif dan nilai pinjaman mencapai 3,98 triliun pada tahun 2023. Meskipun data spesifik per kabupaten belum dipublikasikan secara terbuka, peningkatan tren penggunaan pinjaman *online* juga tercermin di Kabupaten Banyumas. Dinas Koperasi dan UKM Banyumas (2023) melaporkan bahwa pada tahun 2022, terdapat 15% pelaku UMKM telah menggunakan layanan pinjaman *online* dan meningkat menjadi 22% pada tahun 2023. Hal ini menunjukkan adanya fenomena peningkatan penggunaan pinjaman *online* yang signifikan di masyarakat Kabupaten Banyumas.

Peneliti melakukan observasi awal dengan wawancara kepada beberapa pengguna pinjaman *online* yang berdomisili di Kabupaten Banyumas, alasan dari R.H (20 tahun) sudah menggunakan pinjaman *online* selama 3 tahun melalui aplikasi akulaku dan Spinjam yaitu untuk pemenuhan gaya hidup seperti memodif motor, *upgrade* handphone versi terbaru dan membeli pakaian agar terlihat *fashionable*. Sedangkan alasan dari F.N.F (21 tahun) menggunakan Akulaku karena gaji yang didapat hanya mampu memenuhi kebutuhan hidup, kemudian untuk bermain dan membeli barang yang diinginkan mengandalkan pinjaman *online*. Adapun alasan dari E.A.T.W (22 tahun) menggunakan Spinjam untuk membeli *skincare* dan pakaian setelah melihat *review* dari *influencer* di media sosial, namun karena uang bulanan dari orangtua yang terbatas, akhirnya

menggunakan pinjaman *online* sebagai alternatif pinjaman. Dari observasi awal yang dilakukan kepada ketiga narasumber tersebut terdapat perolehan jawaban yang mengarah pada penggunaan pinjaman *online* didasari untuk kepentingan gaya hidup bukan untuk memenuhi kebutuhan dasar.

Survey pendahuluan telah dilakukan dengan melibatkan 51 responden dari kalangan generasi Z di Kabupaten Banyumas untuk mengetahui preferensi penggunaan pinjaman *online* yang mereka gunakan, hasilnya dapat dilihat melalui diagram dibawah ini.

Gambar 1.2 Jenis pinjaman *online* yang digunakan generasi Z di Kabupaten Banyumas



Sumber: hasil survey pendahuluan

Dari hasil survey pendahuluan dapat dilihat bahwa sebagian besar generasi Z di Kabupaten Banyumas yang menjadi responden, diantaranya 35,3% menjadi pengguna pinjaman *online* melalui aplikasi Akulaku, sebanyak 31,4% menggunakan Spinjam, pengguna Kredivo sebanyak 17,6%, sementara pengguna EasyCash sebanyak 9,8%, Mekar dan Amarta dengan jumlah 2%.

Selain adanya fenomena *fear of missing out* dan *flexing* ditengah kehidupan generasi Z. Menurut Dimas Saputra (2024) adanya risiko dan kepercayaan mempengaruhi minat menggunakan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas. Kemudian faktor kemudahan memoderasi pengaruh risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.

Menurut penelitian Nabila Safira (2024) menunjukkan bahwa faktor ekonomi dan faktor sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman *online* di kalangan generasi muslim milenial kota Banda Aceh, sedangkan variabel faktor budaya menunjukkan bahwa berpengaruh negatif dan signifikan. Sedangkan, hasil penelitian Salsabila, et al., (2024) menunjukkan bahwa sosial dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap pengguna aplikasi pinjaman *online*, sedangkan literasi keuangan berpengaruh terhadap pengguna aplikasi pinjaman *online*. Dari beberapa penelitian yang telah dilakukan di atas, terdapat berbagai macam faktor penggunaan pinjaman *online* yang berbeda-beda. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan faktor *fear of missing out* (fomo) dan *flexing*. Kemudian pengaruhnya pada penggunaan pinjaman *online*. Serta menganalisis peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Untuk subjek pada penelitian ini yaitu generasi Z di Kabupaten Banyumas.

Berdasarkan fenomena dan kebaruan yang telah dipaparkan diatas penting untuk melakukan analisis lebih dalam, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *fear of missing out* dan *flexing* sehingga kaitannya dengan penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas serta menganalisis peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Maka dari itu, peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO) dan Flexing terhadap Penggunaan Pinjaman Online dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah *fear of missing out* berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas?

2. Apakah *flexing* berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas?
3. Apakah *fear of missing out* dan *flexing* secara bersama-sama mempengaruhi penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas?
4. Apakah literasi keuangan memoderasi pengaruh *fear of missing out* terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas?
5. Apakah literasi keuangan memoderasi pengaruh *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh *fear of missing out* terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.
2. Untuk menganalisis pengaruh *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.
3. Untuk menganalisis pengaruh *fear of missing out* dan *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.
4. Untuk menganalisis apakah literasi keuangan memoderasi pengaruh *fear of missing out* terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.
5. Untuk menganalisis apakah literasi keuangan memoderasi pengaruh *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dipaparkan maka dapat diambil manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

a) Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perilaku konsumsi dan psikologi sosial melalui literatur yang mengaitkan fenomena sosial yaitu *fear of missing out* dan *flexing* dengan pengambilan keputusan keuangan yaitu penggunaan pinjaman *online* yang dimoderasi oleh literasi keuangan didasari oleh Theory of Planned Behavior (TPB) sebagai landasan teori. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas literatur mengenai Theory of Planned Behavior dalam konteks gaya hidup generasi Z di era modern saat ini.

b) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi kajian di bidang ekonomi perilaku, khususnya yang berkaitan dengan perilaku keuangan generasi muda di era modern dan serba digital. Dengan menggunakan Theory Planned of Behavior (TPB), *fear of missing out* dan *flexing* sebagai variabel independen serta literasi keuangan sebagai variabel moderasi diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian yang akan datang, khususnya bagi penelitian mengenai faktor-faktor sosial yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi generasi Z khususnya di Kabupaten Banyumas dengan meningkatkan kesadaran akan pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan yang baik untuk menghadapi pengaruh sosial seperti fomo dan *flexing*. Melalui penelitian ini, diharapkan generasi Z di Kabupaten Banyumas memahami risiko baik dan buruknya dari penggunaan pinjaman *online*

secara impulsif atau hanya sekedar mengikuti tren gaya hidup di era digital.

b) Bagi Penyedia Pinjaman *Online*

Penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan strategis bagi penyedia layanan pinjaman *online* dalam memahami perilaku generasi Z di Kabupaten Banyumas dengan mengetahui faktor sosial seperti *fomo* dan *flexing*, sehingga penyedia layanan dapat mengembangkan mitigasi risiko serta strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

c) Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi keuangan, sehingga masyarakat dapat mengambil keputusan keuangan yang rasional, memiliki perencanaan keuangan yang baik dan tidak terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan. Penelitian ini dapat menjadikan bahan edukasi bagi masyarakat khususnya dalam menghadapi pengaruh sosial seperti *fomo* dan *flexing* yang menyebar luas di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda melalui media digital.

E. Sistematika Penulisan

Penyusunan penulisan skripsi memiliki tujuan untuk mempermudah memahami isi skripsi, maka sistematika penulisan dibagi menjadi 5 (lima) bab yaitu, pada bab I pendahuluan berisi mengenai penjelasan latar belakang mengenai fenomena sosial yang marak beredar dimasyarakat yaitu *fear of missing out* dan *flexing* serta maraknya penggunaan pinjaman *online* oleh generasi Z. Selain itu, terdapat rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan pada penelitian ini.

Pada bab II memuat landasan teori serta referensi yang akan memberikan pengertian dasar yang membahas teori yang dipakai dalam

melandasi penelitian ini. Adapun *grand theory* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Theory of Planned Behavior atau teori perilaku keuangan. Dalam penelitian ini TPB menjadi acuan dalam keputusan pengambilan variabel dalam penelitian ini serta beberapa referensi dari penelitian sebelumnya untuk mendukung dan menjadi rujukan dalam penelitian ini.

Bab III yaitu metode penelitian yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi variabel yang diteliti yaitu *fear of missing out*, *flexing*, penggunaan pinjaman *online* serta literasi keuangan. Jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta uji analisis data pada penelitian dijelaskan dalam bab ini.

Bab IV berisi hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian mengenai analisis pengaruh *fear of missing out* (FOMO) dan *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.

Bab V pada penelitian ini berisi kesimpulan mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan saran dari peneliti bagi generasi Z di Kabupaten Banyumas serta bagi penelitian yang akan datang sebagai penutup pada penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of planned behavior (TPB) yang diperkenalkan oleh Icek Azjen (1991) dalam Sulasih et al. (2022) theory of planned behaviour (TPB) atau teori perilaku yang direncanakan merupakan teori yang menerangkan tentang penyebab timbulnya intensi berperilaku. Teori ini dikembangkan untuk menyempurnakan Theory of Reasoned Action (TRA), dengan menambahkan variable perceived behavioral control (PBC). Menurut TPB, perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama. Pertama yaitu sikap, dimana seseorang melakukan sesuatu tindakan sesuai dengan keyakinannya dalam hal yang menguntungkan atau merugikan. Kedua yaitu norma subjektif, hal tersebut mengacu pada tekanan sosial dari orang-orang disekitarnya. Ketiga yaitu kontrol perilaku, yaitu persepsi seseorang terkait kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tertentu yang mengacu pada keyakinan diri seseorang untuk melakukan suatu perilaku.

Theory of Planned Behavior dijadikan *grand theory* dalam penelitian ini. Beberapa variabel yang termasuk didalam theory planned behavior sesuai dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai variabel independen dan variabel moderasi, dalam kategori sikap, peneliti menggunakan variabel *flexing*. Dalam kategori norma subjektif mengacu pada variabel *fear of missing out* (FOMO). Kategori kontrol perilaku mengacu pada variabel literasi keuangan.

Flexing dalam penelitian ini, dikategorikan dalam komponen sikap (*attitude*) karena *flexing* mencerminkan pandangan atau penilaian individu terhadap kebiasaan pamer gaya hidup, seperti memamerkan barang mewah atau gaya hidup mahal di media sosial.

Individu yang memiliki sikap positif terhadap *flexing* cenderung merasa bahwa menunjukkan gaya hidup mewah adalah hal yang penting atau membanggakan. Sikap ini kemudian bisa mendorong niat untuk melakukan perilaku *flexing* tersebut, termasuk dengan cara menggunakan pinjaman *online* agar bisa membeli sesuatu yang bisa dipamerkan.

Variabel *fear of missing out* (FOMO) dalam penelitian ini, termasuk dalam norma subjektif (*subjective norm*), karena fomo muncul akibat adanya pengaruh dari lingkungan sosial, seperti pengaruh dari tren di media sosial, yang menyebabkan individu merasa harus mengikuti tren tersebut agar tidak merasa tertinggal. Norma subjektif berkaitan dengan tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk berperilaku sesuai harapan orang lain.

Variabel literasi keuangan dalam penelitian ini dikategorikan kedalam persepsi atau kontrol perilaku, karena tingkat pemahaman seseorang terhadap pengelolaan keuangan akan mempengaruhi kemampuan individu dalam keputusan finansialnya, termasuk keputusan dalam penggunaan pinjaman *online*.

2. *Fear of Missing Out* (FOMO)

a. Pengertian *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Menurut JWT Intelligence (2011), *fear of missing out* (FOMO) adalah ketakutan pada individu yang apabila individu lainnya mengikuti suatu kejadian yang dianggap menyenangkan, namun individu tersebut tidak bisa mengikuti suatu kejadian tersebut. *Fear of missing out* ditandai dengan adanya keinginan untuk terus berhubungan dengan apa yang orang lain lakukan. Fomo sudah menjadi gaya hidup yang penting di era modernisasi dikarenakan saat ini manusia memasuki termin informasi yang luas dan berkembangnya teknologi. Menurut Przybylski (2013), *fear of missing out* adalah kecemasan yang dialami individu ketika orang

lain mengalami pengalaman berharga, sementara individu tersebut tidak mengalaminya. FOMO ditandai dengan adanya keinginan untuk terus berhubungan dengan apa yang orang lain lakukan. Faktor sosial menjadi pengaruh utama munculnya *fear of missing out*, individu yang merasa kurang terhubung dengan orang lain cenderung lebih rentan terhadap fomo karena mereka merasa perlu untuk selalu mengejar pengalaman atau kegiatan sosial untuk merasa termasuk dalam kelompok. Adapun aspek-aspek pada *fear of missing out* menurut JWT Intelligence (2012) antara lain, rasa takut akan kehilangan momen yang dibagikan oleh orang lain terutama melalui media sosial, kegelisahan atau kekhawatiran pada ketika individu tidak dapat mengakses internet, keinginan untuk terus terhubung dengan orang lain (Yulya dkk., 2024).

b. Faktor penyebab *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Menurut JWT Intelligence terdapat beberapa faktor yang dianggap mempengaruhi terjadinya *fear of missing out* (fomo), yaitu:

- a) Keterbukaan informasi di media sosial, karena mudahnya masyarakat untuk membagikan kegiatan sehari-hari mereka melalui fitur yang disuguhkan.
- b) Usia, rentang usia 13-33 Tahun memiliki level FOMO tertinggi.
- c) *Social one-upmanship*, merupakan perilaku dimana seseorang berusaha untuk melakukan sesuatu seperti perbuatan, perkataan atau mencari hal lain untuk membuktikan bahwa dirinya lebih baik dibandingkan orang lain.
- d) Kondisi deprivasi relative, menggambarkan perasaan ketidakpuasan seseorang saat membandingkan kondisinya dengan orang lain.
- e) Munculnya stimulus yang ada mengakibatkan keingintahuan untuk tetap mengikuti perkembangan terkini. Keinginan untuk terus mengikuti perkembangan terkini merupakan salah satu faktor yang dapat memunculkan *fear of missing out* (FOMO).

c. Gejala *Fear of Missing Out* (FOMO)

Menurut penelitian Fitriana (2024), gejala *fear of missing out* dapat dikenali melalui beberapa perilaku, diantaranya:

- 1) Memiliki rasa ingin tahu yang berlebihan terhadap kehidupan orang lain.
- 2) Tidak dapat lepas dari gadget.
- 3) Lebih peduli terhadap media sosial dibanding dunia nyata.
- 4) Mengeluarkan uang melebihi batas kemampuan dan senang membeli hal yang tidak penting.
- 5) Tidak mau menolak ajakan seseorang walaupun sedang tidak ingin pergi.
- 6) kecenderungan bersikap boros dan selalu membeli barang atau produk terbaru.

d. Indikator *Fear Of Missing Out*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Przybylski dalam (Aslam, dkk., 2020) mendapatkan tiga indikator *fear of missing out* yakni sebagai berikut:

- 1) Ketakutan, diartikan sebagai keadaan emosional yang timbul pada seseorang yang merasa terancam ketika seseorang sedang terhubung atau tidak terhubung pada suatu kejadian atau pengalaman atau percakapan dengan pihak lain.
- 2) Kekhawatiran, diartikan sebagai perasaan yang timbul ketika seseorang menemukan bahwa orang lain sedang mengalami peristiwa menyenangkan tanpanya dan merasa telah kehilangan kesempatan bertemu orang lain.
- 3) Kecemasan, diartikan sebagai respons seseorang untuk bertindak atau membuat keputusan cepat guna menghindari kehilangan kesempatan yang muncul. FOMO mendorong perilaku impulsif, di mana individu

mengambil keputusan secara tergesa-gesa karena kecemasan akan kehilangan kesempatan.

3. *Flexing*

a. Pengertian *flexing*

Dalam perilaku konsumen, istilah *flexing* memiliki kesamaan makna dengan *conspicuous consumption*. Fenomena *flexing* di media sosial lebih diarahkan pada perilaku konsumen dengan membeli barang-barang mewah atau layanan kelas atas agar orang lain dapat mengenali kemampuan atau status keuangannya. Pelaku *flexing* bersaing untuk memamerkan kekayaan mereka untuk pengakuan dan pujian kemampuan finansial atau status oleh orang lain.

b. Dampak *flexing*

Tren *flexing* atau perilaku memamerkan kekayaan di media sosial berpotensi mengubah standar nilai di masyarakat. Di mana hanya orang-orang yang berbaju mahal, bermobil mewah, dan simbol kekayaan lainnya, yang diterima di media sosial. Sebagian orang yang kurang mampu, namun bergaul dengan lingkungan yang seperti ini, bisa jadi muncul keinginan untuk melakukan hal yang sama. Seolah setiap orang berlomba untuk mendapat pengakuan dari orang lain, khususnya di media sosial dan secara tidak langsung tindakan *flexing* akan menaikkan perilaku konsumerisme di masyarakat. Terlebih dengan teknologi, berbagai platform belanja *online* menawarkan kemudahan kredit hingga pinjaman uang secara *online*.

Dampak negatif *flexing* dalam bidang ekonomi, dimana memamerkan kemewahan terlalu berlebihan dapat mengarah pada pengeluaran yang tidak perlu dan meningkatkan risiko kebangkrutan. Memiliki gaya hidup yang mahal juga dapat

menyebabkan tekanan finansial pada individu atau keluarga (Wahidah, 2022).

c. Indikator *flexing*

Terdapat beberapa indikator seseorang melakukan *flexing*, antara lain:

1) Menunjukkan kelebihan yang dimiliki secara berlebihan.

Indikator seseorang yang melakukan *flexing* pastinya akan menunjukkan kelebihan yang dimiliki untuk menunjukkan identitas diri sekaligus status sosial yang tinggi. Oleh karena itu, perilaku menunjukkan kelebihan ini dijadikan stimulus mendapatkan citra diri yang lebih baik.

2) Berbicara terus mengenai kelebihan yang dimilikinya.

Indikator seseorang yang melakukan *flexing* akan berbicara terus mengenai dirinya, terutama mengenai kelebihan yang dimiliki. Ketika seseorang yang melakukan *flexing* sudah menunjukkan jati dirinya tetapi tidak mendapatkan respon yang ia inginkan, maka upayanya mengalihkan fokus pembicaraan yang mengarah kepada kelebihan yang ia miliki.

3) Memaksakan diri hingga diakui orang lain. Indikator

seseorang melakukan *flexing* terlalu parah yaitu ditandai memaksakan dirinya untuk diakui oleh orang lain. Tanda-tanda ini diperlihatkan dengan cara memamerkan sesuatu dengan berlebihan secara mencolok dan topik pembicaraan dominan membahas tentang kelebihan yang dimiliki hingga mendapatkan pengakuan. Tindakan seperti ini dapat juga berdampak kepada perilaku negatif dengan cara memamerkan sesuatu yang sebenarnya tidak dimiliki (Nurdiansyah, 2023).

4) Penggunaan Pinjaman Online

a. Pengertian penggunaan pinjaman *online*

Menurut KBBI, penggunaan bisa diartikan sebagai cara, proses atau perbuatan memakai sesuatu atau pemakaian. Pinjaman *online* merupakan salah satu bentuk pinjaman dana yang dilakukan secara *online* melalui aplikasi ataupun website tanpa ada pemberian jaminan asset. Adapun cara kerja pinjaman *online* ialah penyelenggara hanya berperan sebagai perantara yang mempertemukan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman. Dari bermacam-macam layanan yang disediakan oleh penyelenggara fintech, salah satu layanan yang menarik banyak peminatnya yakni layanan pinjam meminjam duit dan pengadaan modal berbasis teknologi informasi ataupun yang dikenal dengan *peer to peer lending* yang mana masyarakat lebih mengenal istilah ini dengan sebutan pinjaman *online* atau disingkat pinjol (Disemadi 2021).

b. Dasar hukum pinjaman *online*

Aspek hukum terhadap transaksi pinjaman *online* ini melibatkan 3 (tiga) bagian hukum, yaitu hukum perdata, hukum administrasi dan hukum pidana. Pada aspek hukum perdata, antara pengguna dan penyelenggara pinjaman *online* wajib memperhatikan isi perjanjian atau kontrak kesepakatannya, sebab perjanjian yang telah disepakati kedua belah pihak akan menjadi undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Konsekuensi dari perikatan perdata adalah wanprestasi. Kemudian pada aspek hukum administrasi yang menyangkut tentang sistem perizinan bagi penyelenggara aplikasi pinjaman *online*, penegakkan hukum administrasi dan berkaitan dengan fungsi OJK dalam mengawasi operasional pinjaman *online* yang terdaftar secara resmi di OJK. Pada aspek hukum pidananya, adalah penegakan hukum pidana

seperti melakukan proses hukum terhadap penyedia jasa *online* yang dilakukan secara ilegal dan merugikan masyarakat yang terjebak dalam pinjaman *online* ilegal (Wahyuni, 2021).

c. Jenis-jenis pinjaman *online*

Berdasarkan hasil survei Populix bertajuk *Unveiling Indonesia's Financial Evolution: Fintech Lending and Paylater Adoption*, terdapat sepuluh jenis pinjaman *online* yang paling banyak digunakan diantaranya:

- 1) Akulaku, merupakan aplikasi pinjaman *online* paling banyak digunakan oleh konsumen Indonesia. Tercatat, sebanyak 46% responden mengaku menggunakan aplikasi Akulaku.
- 2) Kredivo, digunakan oleh 43% responden
- 3) Easycash dan AdaKami sama sama 15% responden
- 4) Spinjam dari shopee dengan presentase 13% responden
- 5) Findaya dengan total 12% responden
- 6) Indodana dengan total 11% responden
- 7) Mekar dengan total 4% responden
- 8) Investree dengan total 3% responden
- 9) Danacita dengan 2% responden
- 10) Amarta dengan 2% responden.

d. Syarat pengajuan pinjaman *online*

Syarat pengajuan pinjaman *online* dapat dilakukan dengan masuk ke website terlebih dahulu. Kedua, pengguna harus mendaftar pada form pendaftaran yang disediakan. Ketiga, platform kemudian memverifikasi dan menganalisa kualifikasi pinjaman tersebut. Keempat, pinjaman yang berhasil lolos diposting di website dimana pendana bisa memberikan komitmen dana untuk pinjaman itu. Pinjaman *online* menawarkan syarat yang mudah dengan pencairan dana yang cepat. Berkas yang diperlukan antara lain KTP, kartu keluarga,

nomor telepon dan memiliki rekening bank. Kemudian berkas difoto lalu diupload. Begitu juga dengan cara pembayarannya cukup mudah dengan cara transfer antar bank maupun melalui indomaret atau alfamart terdekat (Rahmad dkk., 2024).

e. Mekanisme Pinjaman *Online*

Cara meminjam di aplikasi atau platform pinjaman *online*

- 1) Pihak yang akan melakukan pinjaman terlebih dahulu mendownload aplikasi pinjaman *online*
- 2) Selanjutnya, mengisi data diri pada aplikasi
- 3) Kemudian, menunggu hasil verifikasi dari pihak platform pinjaman *online*
- 4) Jika terverifikasi dan lolos maka uang akan cair ke rekening yang telah terdaftar di aplikasi pinjaman *online*.

Adapun, cara operasional aplikasi pinjaman *online* sebagai berikut:

1) Waktu verifikasi pengajuan

Waktu yang dibutuhkan dalam melakukan proses verifikasi pengajuan maksimal 1x24 jam. Apabila pengajuan belum mendapatkan hasil keputusan verifikasi dari platform pinjaman *online*, maka pihak yang mengajukan dapat menghubungi tim layanan melalui aplikasi pinjaman *online*.

2) Tenor pinjaman

Tenor pinjaman atau jangka waktu pembayaran pada pinjaman *online* rata-rata memiliki waktu paling singkat 90 hari dan waktu paling lama 1 Tahun.

3) Limit pinjaman

Limit pinjaman yang disediakan oleh penyedia layanan pinjaman *online* adalah Rp 300.000 s/d Rp 20.000.000. Penentuan limit pinjaman bagi setiap pengguna dilakukan

oleh sistem dan tidak terdapat syarat atau ketentuan apapun untuk mengurangi atau menambah limit pinjaman.

4) Suku bunga

Suku bunga tahunan yang terdapat pada aplikasi pinjaman *online* maksimum yaitu 14% per tahun (Saputra, 2022).

f. Indikator pinjaman *online*

Terdapat dua indikator untuk mengukur penggunaan pinjaman *online* yaitu didasarkan pada:

- 1) Kualitas pelayanan, adalah mutu layanan serta fasilitas yang digunakan platfrom pinjaman *online*, baik itu bagi peminjam maupun bagi pemberi pinjaman. Mutu yang dimaksud dapat berupa *reability*, *capability*, *integrity*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Pemberi pinjaman yang mendapatkan kepuasan dari kualitas layanan yang tinggi dan puas dengan pengalaman mereka meminjam di platfrom pinjaman *online*, mempunyai ekspektasi akan kepuasan yang sama, sehingga dalam hal ini setiap perusahaan akan berusaha menyediakan pelayanan terbaik pada platfrom mereka agar dapat menarik pengguna sebanyak mungkin.
- 2) Perlindungan keamanan dan legalitas, merupakan suatu platfrom yang telah memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), yang mana telah terdaftar dan memiliki izin dalam menyelenggarakan kegiatan pinjam dan meminjam. Faktor ini dapat meningkatkan reputasi perusahaan pinjaman *online* dimata para pengguna aplikasi, baik meminjam ataupun pemberi pinjaman, karena tingkat keaman yang tinggi dapat memeberikan rasa aman bagi pengguna dalam berinteraksi (Susanti, 2020).

5. Literasi Keuangan

a. Pengertian literasi keuangan

Literasi merupakan kemampuan individu dalam mengelola informasi dan pengetahuan untuk kecakapan hidup. Sedangkan keuangan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berhubungan atau berurusan dengan uang. Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan dan kemampuan untuk mengaplikasikannya atau kemampuan untuk membuat keputusan sederhana yang diukur dengan pilihan keuangan sehari-hari (Anjarwati & Hasyim, 2023).

b. Indikator literasi keuangan

Literasi keuangan, berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan untuk membuat pilihan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan individu atau kelompok. Literasi keuangan memiliki 3 (tiga) indikator, diantaranya:

- 1) Kemampuan dasar untuk mengelola keuangan, berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan dan pemahaman yang diperlukan dalam perhitungan keuangan sehari-hari, yang meliputi cara menganalisis pengeluaran dan pemasukan dengan mengontrol, penganggaran dan menyimpan suatu catatan tentang biaya hidup sehari-hari dan kemampuan untuk membayar.
- 2) Menabung dan merencanakan, perencanaan merupakan bagian utama dari saving. Perencanaan yang aman meliputi menyisihkan dana yang dimiliki dengan menabung atau investasi agar dapat digunakan dalam keadaan darurat.
- 3) Memahami produk-produk keuangan dan investasi, pemahaman dalam memilih produk investasi merupakan kunci dari literasi keuangan. Produk-produk keuangan

diantaranya adalah investasi baik itu saham atau barang yang dapat dijual dimasa depan yang menguntungkan, tabungan, pinjaman dan asuransi. Ada tiga kriteria dalam pemilihan produk-produk keuangan yang baik yaitu keamanan, likuiditas dan profitabilitas (Anjarwati & Hasyim, 2023).

B. Kajian Pustaka

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menggunakan referensi baik dari buku, jurnal, skripsi, data BPS, data OJK dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan supaya peneliti mampu mendapatkan dan menggali informasi dengan lebih mendalam serta terperinci mengenai topik penelitian yang dikaji. Kajian pustaka ini dimaksudkan untuk menemukan teori-teori yang berkaitan dengan subjek penelitian serta akan menjadi dasar pemikiran dalam penyusunan penelitian. Beberapa penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

Tabel 2.1 Kajian Pustaka

No.	Judul dan nama peneliti	Hasil dari penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1	“Pengaruh fomo dan hedonic motivation terhadap penggunaan paylater bagi mahasiswa di Kota Medan”. (Miranda, Nadya Dewi Anggita, Suci Afria Sasty Siregar dan Dini Lestari. 2023).	FOMO memiliki pengaruh terhadap penggunaan paylater pada Mahasiswa Kota Medan. Hedonic Motivation tidak memiliki pengaruh terhadap penggunaan paylater pada Mahasiswa Kota Medan. FOMO dan Hedonic Motivation memiliki pengaruh secara simultan terhadap Penggunaan Paylater pada Mahasiswa Kota Medan	Perbedaan: Tidak menggunakan variabel flexing serta menggunakan variabel dependen yaitu paylater dan tidak menggunakan variabel moderasi. Persamaan: Menggunakan variabel fomo untuk

			mengetahui pengaruh penggunaan paylater serta responden penelitian adalah mahasiswa yang tergolong generasi Z.
2	“Hubungan antara <i>fear of missing out</i> (FOMO) dengan perilaku pembelian impulsif pada siswa penggemar K-pop di SMA Negeri 10 Semarang”. (Amalia Febriyanti Jamal. 2023)	Terdapat hubungan positif yang signifikan antara <i>fear of missing out</i> (fomo) dengan perilaku pembelian impulsif pada siswa penggemar K-pop.	Perbedaan: penelitian ini hanya terbatas hubungan fomo dengan pembelian impulsif, maka penelitian saya melanjutkan bagaimana pembelian impulsif yang disebabkan oleh fomo dapat mempengaruhi pinjaman online.
3	“Pengaruh fenomena <i>flexing</i> dan <i>fear of missing out</i> terhadap sikap investasi mahasiswa dengan aspek prudential sebagai variabel moderasi ditinjau dalam perspektif ekonomi islam”. (Alvi Choiriah, 2024)	Fenomena Flexing dan FOMO mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap investasi. <i>Flexing</i> berpengaruh terhadap sikap investasi dengan aspek <i>Prudential</i> sebagai variabel moderasi. Aspek <i>Prudential</i> gagal memoderasi pengaruh fenomena <i>Flexing</i> terhadap sikap investasi mahasiswa namun mampu memperlemah atau memoderasi pengaruh FOMO terhadap sikap	Perbedaan: menggunakan variabel fomo dan <i>flexing</i> untuk menganalisis pengaruh terhadap sikap investasi serta variabel moderasi memakai aspek prudential. Persamaan: menganalisis pengaruh fomo dan <i>flexing</i> terhadap

		investasi.	perilaku keuangan
4	“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Semarang”. (Aska Intan Safitri, 2022)	Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan	Perbedaan: Penempatan literasi keuangan sebagai variabel penelitian. Persamaan: Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan individu.
5	“Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Lifestyle Hedonis</i> dan Sikap Keuangan Pribadi terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa”. (Fajar Rohmanto & Ari Susanti, 2021)	Tingkat literasi keuangan berpengaruh secara parcial atau individu terhadap perilaku keuangan mahasiswa.	Perbedaan: Penempatan Literasi keuangan sebagai variabel penelitian dan pengaruhnya terhadap variabel lain. Persamaan: Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan.

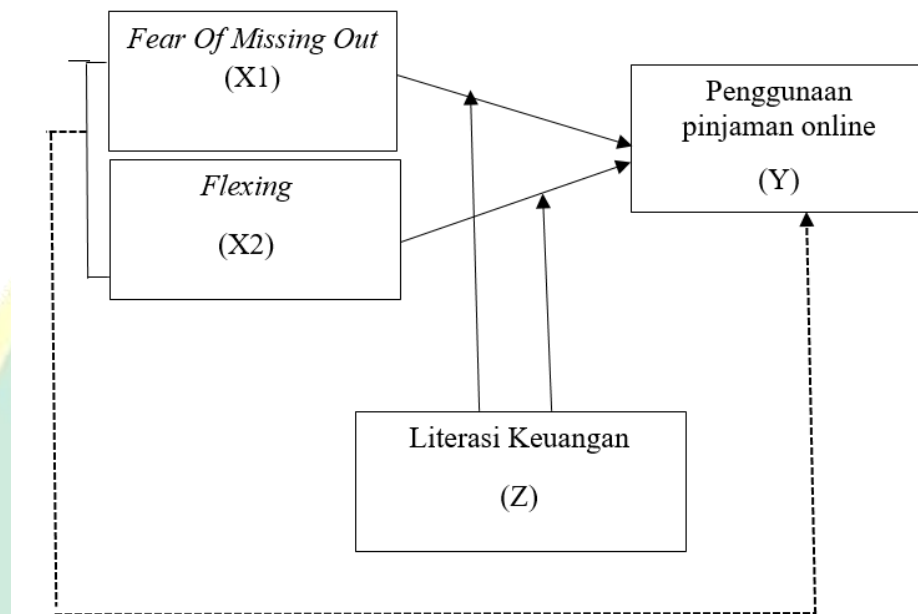
6	“Analisis Pengaruh Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Pinjaman Online dengan Kemudahan sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas). (Dimas Saputra, 2024)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel risiko dan kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan pinjaman online. Kemudahan dapat memoderasi pengaruh risiko dan kepercayaan terhadap minat menggunakan pinjaman online.	Perbedaan : dalam pemilihan variabel independen dan dependen serta variabel pemoderasi. Persamaan : melakukan studi empiris pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.
7	“Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja pada E-commerce (Studi Kasus Masyarakat Generasi Z di Kabupaten Banyumas)”. (Kholifatun Anisa, 2023)	Hasil penelitian faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Banyumas dalam berbelanja pada e-commerce.	Perbedaan : Faktor penyebab perilaku konsumtif. Persamaan : Melakukan studi pada generasi Z di Kabupaten Banyumas serta membahas faktor psikologis yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif.

Peneliti bermaksud untuk mengembangkan penelitian ini lebih lanjut, khususnya terkait variabel *fear of missing out*, *flexing*, literasi keuangan terhadap penggunaan pinjaman online. Tujuannya untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan pinjaman online.

C. Kerangka Penelitian

Model dalam penelitian menggambarkan pengaruh dari variabel independen, variabel dependen dan variabel moderasi, melalui kerangka penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian



D. Hipotesis Penelitian

Menurut John. W Creswell (2021) hipotesis penelitian adalah suatu prediksi atas hasil yang diharapkan, biasanya berasal dari literatur atau penelitian sebelumnya yang pernah menyatakan kemungkinan hasil tersebut. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Pengaruh *fear of missing out* (FOMO) terhadap penggunaan pinjaman *online*

Peningkatan penggunaan pinjaman *online* salah satunya diakibatkan oleh sifat fomo atau *fear of missing out*. Jika seseorang ingin membeli suatu barang setelah melihat postingan dari orang lain, hal ini membuktikan bahwa niat beli dipengaruhi oleh *fear of missing out*.

Dengan adanya dorongan membeli berasal dari keinginan bukan kebutuhan dapat menimbulkan kepuasan sesaat serta menimbulkan pembelian yang impulsif. Ketika individu yang memiliki ekonomi menengah kebawah memiliki sifat *fear of missing out*, mau tidak mau ia harus melakukan pinjaman *online* untuk memenuhi gaya hidupnya.

Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Miranda, Anggita, Siregar & Lestari (2023) yang menyatakan bahwa FOMO berpengaruh terhadap penggunaan *paylater* pada mahasiswa Kota Medan khususnya mahasiswa UNIMED, UMSU dan UINSU. Koefisien regresi yang dihasilkan sebesar 0,805 artinya besar atau kecilnya FOMO yang dilakukan mahasiswa Kota Medan akan mempengaruhi penggunaan *paylater*.

H1: *Fear of missing out* (FOMO) berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online*

2. Pengaruh *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online*

Dalam ilmu ekonomi, perilaku *flexing* memiliki pandangan sebagai sikap konsumtif yang mencolok, menghamburkan uang untuk membeli barang-barang mewah atau layanan premium demi menunjukkan status atau kemampuan finansial. Sebagian orang yang kurang mampu, namun bergaul dengan lingkungan yang seperti ini, bisa jadi muncul keinginan untuk melakukan hal yang sama. Seolah setiap orang berlomba untuk mendapat pengakuan dari orang lain, khususnya di media sosial dan secara tidak langsung tindakan *flexing* akan menaikkan perilaku konsumerisme di masyarakat. Terlebih dengan teknologi, berbagai platform belanja *online* menawarkan kemudahan kredit hingga pinjaman uang secara *online*. Diperkuat oleh hasil penelitian Choiriah (2024) bahwa fenomena *flexing* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap sikap investasi. Dapat disimpulkan bahwa *flexing* mampu mempengaruhi sikap keuangan seseorang.

H2: *Flexing* berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online*

3. Pengaruh *fear of missing out* dan *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online*

Berdasarkan fenomena sosial yang berkembang dikalangan generasi Z, khususnya di era digital yang erat dengan eksistensi media sosial, terdapat kecenderungan perilaku *fear of missing out* dan *flexing* yang dapat mendorong individu untuk melakukan tindakan konsumtif, termasuk penggunaan layanan pinjaman *online*. *Fear of missing out* mendorong individu untuk terus mengikuti tren agar tidak merasa tertinggal dari lingkungan sosialnya, sedangkan *flexing* mencerminkan kebutuhan untuk memamerkan gaya hidup mewah demi mendapatkan pengakuan sosial. Kedua fenomena ini dapat mendorong perilaku keuangan yang kurang sehat, seperti menggunakan pinjaman *online* secara impulsif demi memenuhi standar sosial.

Hipotesis penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian Alvi Choiriah (2024) yang menyatakan bahwa *fear of missing out* dan *flexing* berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa. Temuan penelitian tersebut mengindikasikan bahwa faktor psikologis dan sosial, seperti rasa takut tertinggal tren serta dorongan untuk menunjukkan status sosial, mampu mendorong individu dalam membuat keputusan keuangan yang bersifat spekulatif. Meskipun fokus penelitian tersebut adalah keputusan investasi, namun pola pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh *fear of missing out* dan *flexing* dapat pula terjadi dalam penggunaan pinjaman *online*.

H3: *Fear of missing out* dan *flexing* berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas.

4. Literasi keuangan memoderasi pengaruh *fear of missing out* (FOMO) terhadap penggunaan pinjaman *online*

Literasi keuangan yaitu kemampuan individu dalam mengelola keuangan yang menitikberatkan pada perilaku serta interaksi pada pengetahuan, ketrampilan dan sikap sehingga mampu membuat

penilaian terhadap informasi dan mengambil keputusan yang efektif dalam penggunaan keuangan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2022) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Semakin baik tingkat literasi keuangan maka tingkat perilaku keuangan akan semakin meningkat

H4: Literasi keuangan memoderasi pengaruh *fear of missing out* terhadap penggunaan pinjaman *online*.

5. Literasi keuangan memoderasi pengaruh *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online*

Flexing merupakan gaya hidup dengan pola konsumsi yang tinggi. Literasi keuangan merupakan kegiatan atau rangkaian proses agar dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan konsumen serta masyarakat yang bertujuan mencapai *financial* yang baik dan sejahtera. Literasi keuangan dapat memperlemah pola konsumsi individu. Dibuktikan oleh penelitian Anjarwati, dkk (2023) bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, tiap penambahan 1 satuan literasi keuangan, maka perilaku konsumtif mengalami penurunan 0,134.

H5: Literasi keuangan memoderasi pengaruh *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online*.

E. Landasan Teologis

- 1) *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Fear of missing out merupakan faktor sosial yang menyebabkan berbagai kekhawatiran tentang dunia. Padahal Allah SWT telah memberitahukan kita bahwa rasa takut tentang berbagai macam perkara dunia yang manusia rasakan adalah salah satu ujian yang Allah berikan kepada manusia agar bisa bersabar dalam menghadapinya. Perasaan takut, khawatir ataupun kecemasan adalah ujian yang Allah berikan, maka Rasulullah SAW meminta

perlindungan kepada-Nya agar terhindar dari delapan perkara seperti hadis yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad bin Hanbal sebagai berikut :

كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَتَعَوَّذُ مِنْ ثَمَانٍ الْهَمِّ وَالْحَزَنِ وَالْعَجْزِ وَالْكَسَلِ وَالْبُخْلِ وَالْجُبْنِ وَغَلَبَةِ الدَّيْنِ وَغَلَبَةِ الْعَدُوِّ

“Rasulullah SAW berlindung kepada Allah dari delapan hal; rasa cemas, sedih, malas, bakhil, takut, lilitan utang, dan penindasan musuh” (HR. Ahmad No. 11778).

Hadis yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad No. 11778 menyebutkan bahwa Rasulullah SAW memohon perlindungan kepada Allah dari delapan hal, yaitu rasa cemas, sedih, malas, bakhil, takut, lilitan utang dan penindasan musuh. Ini menunjukkan bahwa kondisi psikologis seperti kecemasan dan ketakutan merupakan hal yang harus diwaspadai.

Dalam kehidupan modern ini, salah satu bentuk nyata dari kecemasan dan ketakutan adalah fenomena *fear of missing out* (FOMO), yaitu perasaan takut tertinggal informasi, tren atau momen sosial yang sedang dialami banyak individu termasuk generasi muda. *fear of missing out* tidak hanya berdampak pada kondisi psikologis individu, tetapi juga dapat mendorong perilaku konsumtif yang tidak sehat, bahkan berujung pada utang demi memenuhi tekanan sosial dan eksistensi. Dengan demikian, hadis ini relevan dijadikan sebagai landasan teologis bahwa Islam mendorong umatnya untuk terbatas dari tekanan sosial seperti FOMO yang dapat menjerumuskan pada hal-hal yang tidak diridhai Allah SWT (Siregar, 2022).

2) *Flexing*

Secara psikologis, pada dasarnya hampir sebagian besar motif utama yang membuat seorang individu melakukan perilaku *flexing* karena ingin menunjukkan eksistensi dirinya dalam ruang-ruang sosial. Fenomena *flexing*, yaitu memamerkan kekayaan, barang mewah atau gaya hidup yang berlebihan ini tidak sesuai dengan nilai-

nilai dalam Q.S. Al-Furqaan: 67, karena *flexing* sendiri dapat mendorong seseorang pada pemborosan dan perilaku konsumtif. Ayat ini mengajarkan kita untuk tidak berlebihan dalam pengeluaran dan tidak terlalu kikir atau seadanya saja.

Dalam Q.S. Al-Qasas: 76, menjelaskan istilah *flexing*:

إِنَّ قَارُونَ كَانَ مِنْ قَوْمِ مُوسَى فَبَغَى عَلَيْهِمْ وَآتَيْنَاهُ مِنَ الْكُنُوزِ مَا إِنَّ مَفَاتِحَهُ
لَتَتَوَّأَ بِالْعُصْبَةِ أُولَى الْقُوَّةِ إِذْ قَالَ لَهُ قَوْمُهُ لَا تَفْرَحْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرِحِينَ

“Sesungguhnya Qarun termasuk kaum Musa, tetapi dia berlaku aniaya terhadap mereka. Kami telah menganugerahkan kepadanya perbendaharaan harta yang kunci-kuncinya sungguh berat dipikul oleh sejumlah orang yang kuat-kuat. (Ingatlah) ketika kaumnya berkata kepadanya, “Janganlah engkau terlalu bangga. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri”.

Dalam tafsir Ibnu kathir disebutkan bahwa maksud dari Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri yaitu orang-orang yang sombong. Berangkat dari kisah tersebut, dapat dilihat bahwa akibat hartanya yang terlalu banyak serta sifat keangkuhan dan kesombongannya, Qarun terjerumus ke dalam kebinasaan.

Hal ini berkaitan dengan perilaku *flexing*, dimana *flexing* dinilai tidak selaras dengan moral dan etika islam, bahkan dinilai tidak memenuhi syarat etika media sosial (Khairatul usrah, 2023). Fenomena ini memperlihatkan tergerusnya nilai-nilai spiritual yang merupakan masalah yang nyata. Karena kekayaan, kebahagiaan dan pencapaian tidak lagi dilihat sebagai ekspresi rasa syukur dalam diri semata melainkan diposisikan sebagai kenikmatan yang bergantung pada pandangan orang lain dan orang-orang sekitar.

3) Pinjaman Online

Menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada dasarnya perbuatan pinjam meminjam atau hutang piutang merupakan bentuk akad tabarru (kebajikan) atas dasar saling tolong menolong yang dianjurkan sejauh tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Terkait hukum

pinjaman *online* sendiri, pada November tahun 2021, MUI mengadakan ijtima ulama yang dalam salah satu poinnya membahas pinjaman *online*. Pada ketentuan hukum yang dirilis, MUI dengan tegas menyebut bahwa pada dasarnya transaksi pinjam meminjam merupakan akad (kontrak) saling tolong menolong antarsesama. Sejalan dengan firman Allah SWT dalam Q.S. Al-hadid: 11:

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ وَلَهُ أَجْرٌ كَرِيمٌ

“Siapakah yang (mau) memberi pinjaman kepada Allah dengan pinjaman yang baik. Dia akan melipat gandakan (pahala) untuknya dan baginya (diberikan) ganjaran yang sangat mulia (surga)”.

Karena prinsip akad pinjam meminjam adalah tolong menolong membantu sesama, ijtima ulama MUI dengan tegas mengharamkan segala jenis bentuk pengambilan riba dari akad pinjam meminjam baik secara *online* maupun offline. Seperti firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nisa ayat 16:

وَالَّذِينَ يُتَيْنَاهُ مِنْكُمْ فَأَذُوهُمْ فَإِنْ تَابَا وَأَصْلَحَا فَأَعْرِضُوا عَنْهُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ تَوَّابًا رَحِيمًا

“Dan, sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia menambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah”. (MUI, 2021).

Di era modern ini dengan maraknya penggunaan pinjaman *online*, ayat tersebut dapat menjadi landasan normatif untuk edukasi adanya pinjaman yang berorientasi pada riba. Menurut penelitian Widyaningsih & Jatmiko (2022) sebagian besar *fintech lending* di Indonesia belum memenuhi prinsip keadilan syariah karena lebih mengedepankan keuntungan daripada pertolongan sosial. Majelis Ulama Indonesia menekankan bahwa praktik pinjam meminjam seharusnya tetap mengedepankan prinsip saling tolong menolong selama tidak bertentangan dengan syariat Islam (MUI, 2021). Namun, pada kenyataannya banyak penyedia pinjaman *online* yang menerapkan bunga tinggi dan bertentangan dengan nilai-nilai Islam, seperti bunga yang tinggi, denda keterlambatan yang tinggi dan ancaman terhadap peminjam yang gagal bayar. Oleh karena itu,

firman Allah SWT dalam Q.S. Al-hadid: 11 dan Q.S. An-Nisa ayat 16, dapat dijadikan sebagai pengingat bahwa tujuan utama dari praktik pinjam meminjam dalam Islam adalah kemaslahatan dan kepentingan sosial.

4) Literasi Keuangan

Dalam agama Islam, literasi keuangan merupakan salah satu instrumen yang penting, Islam mengajarkan ummatnya agar tidak menghambur-hamburkan hartanya secara berlebih-lebihan, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat Al-Isra ayat 26:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”.

Dalam ayat tersebut, menerangkan bahwa Allah menganjurkan kepada ummat-Nya untuk mengelola keuangan dengan baik, serta memanfaatkan hartanya secara efisien dan tidak boros. Karena perilaku boros merupakan salah satu dari sifat syaitan dan hendaknya ummat Islam menjauhi perilaku tersebut. Salah satu cara agar dapat menghindari perilaku boros yaitu dengan cara mempelajari literasi keuangan syariah dan mempraktikkan dalam kehidupan sehari-hari (Chorunnisa, 2024).

Ayat ini, dapat dijadikan sebagai dasar edukasi literasi keuangan berbasis nilai-nilai Islam untuk membangun kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan supaya terhindar dari sifat boros.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yang meneliti populasi atau sampel tertentu. Menurut John W. Creswell penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk mengkaji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel ini diukur dengan instrumen penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *fear of missing out* dan *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Banyumas dengan responden yang tersebar di 27 Kecamatan. Alasan pemilihan tempat penelitian di Kabupaten Banyumas karena di wilayah yang sebagian besar mengakses internet seperti Kabupaten Banyumas dengan presentase sebesar 68,13%, terdapat potensi penggunaan pinjaman *online* yang tinggi, maka literasi keuangan perlu ditingkatkan. Akses internet yang besar menyebabkan adanya pergeseran gaya hidup anak muda, seiring perkembangan teknologi dan media sosial fenomena sosial seperti *fomo* dan *flexing* di media sosial semakin umum terlihat dikalangan remaja dan dewasa di daerah ini, terutama di pusat-pusat pendidikan dan daerah urban.

Kabupaten Banyumas menunjukkan adanya fenomena peningkatan penggunaan pinjaman *online* yang signifikan di masyarakat. Dinas Koperasi dan UKM Banyumas (2023) melaporkan bahwa pada tahun 2022, terdapat 15% pelaku UMKM telah menggunakan layanan pinjaman *online* dan meningkat menjadi 22% pada tahun 2023. Selain itu, Kabupaten Banyumas merupakan salah satu Kabupaten terbesar

yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (2023), Jawa Tengah termasuk dalam lima besar provinsi dengan penggunaan pinjaman *online* tertinggi di Indonesia, dengan total lebih dari 1,9 juta rekening aktif dan nilai pinjaman mencapai 3,98 triliun pada tahun 2023.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan mulai November 2024 sampai Mei 2025.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2022) populasi adalah objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Karakteristik populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Banyumas dan menggunakan pinjaman *online*. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti. Hal ini disebabkan karena data penggunaan pinjaman *online* di lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam bentuk agregat nasional atau provinsi, bukan berdasarkan usia secara rinci. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik non-probability sampling dengan jumlah minimum ditentukan menggunakan rumus Lameshow.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2022) sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki suatu populasi yang dapat mewakili populasi tersebut. Karena populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan mempelajari semua yang ada pada populasi dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Adapun teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel

dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022). Yang menjadi pertimbangan dalam mengambil sampel penelitian ini adalah:

- a) Responden merupakan pengguna pinjaman *online* yang sudah terdaftar di OJK
- b) Berusia 17-29 tahun
- c) Berdomisili di Kabupaten Banyumas.

Sugiyono (2022) memberi saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian:

- a) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b) Jika sampel dibagi dalam kategori, maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c) Jika dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate, misalnya korelasi atau regresi ganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.

Dalam pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Karena jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lameshow:

$$n = \frac{p(1-p)(Z_{\alpha/2})^2}{D^2}$$

Keterangan:

n= jumlah sampel yang dibutuhkan

Z= tingkat kepercayaan (95%), nilai standar untuk tingkat kepercayaan 95% yaitu 1,96

P= maksimum estimasi (0.5)

D= limit dari eror atau presisi absolut (5%) atau 0,5

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 (0,5)}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 384,16 orang dibulatkan menjadi 385 orang. Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti membutuhkan 385 orang untuk menjadi responden.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

a. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga jenis variabel, ialah sebagai berikut:

1) Variabel independen atau variabel X

Dalam penelitian ini *fear of missing out* (X1) dan *flexing* (X2) merupakan variabel independen yang diduga dapat mempengaruhi tingkat penggunaan pinjaman *online* oleh generasi Z di Kabupaten Banyumas. *Fear of missing out* menggambarkan keadaan psikologis seseorang yang takut tertinggal tren sehingga dapat mendorong individu untuk melakukan keputusan impulsif dengan menggunakan pinjaman *online*. Sementara itu, *flexing* berkaitan dengan perilaku seseorang untuk memamerkan gaya hidup mewah atau pencapaian di media sosial yang dapat memicu konsumsi berlebihan, hingga berutang melalui pinjaman *online*.

2) Variabel dependen atau variabel Y

Dalam penelitian ini, pinjaman *online* (Y) merupakan variabel dependen. Alasan penggunaan pinjaman *online* menjadi fokus dalam penelitian ini, karena maraknya penggunaan pinjaman *online* dikalangan generasi muda untuk memenuhi gaya hidup, kebutuhan mendesak atau bahkan sekedar mengikuti tren

kekinian. Hal ini rentan membawa risiko, terutama jika penggunaanya tidak memiliki literasi keuangan yang baik.

3) Variabel moderasi atau variabel Z

Literasi keuangan (Z) dalam penelitian ini berperan sebagai variabel moderasi, yaitu variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Literasi keuangan akan digunakan untuk mengukur sejauh mana seseorang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi secara bijaksana atau tidak berlebihan.

b. Indikator penelitian

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator penelitian

No	Variabel	Indikator penelitian
1	<i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) (X1)	1. Ketakutan 2. Kekhawatiran 3. Kecemasan
2	Flexing (X2)	1. Menunjukkan kelebihan yang dimiliki secara berlebihan 2. Memamerkan kelebihan yang dimiliki 3. Memaksakan diri hingga diakui orang lain.
3.	Penggunaan pinjaman <i>online</i> (Y)	1. Kualitas pelayanan 2. Perlindungan dan keamanan 3. Legalitas aplikasi pinjaman <i>online</i>
4.	Literasi keuangan (Z)	1. Kemampuan dasar untuk mengelola keuangan 2. Merencanakan keuangan melalui menabung 3. Memahami produk-produk keuangan dan investasi

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Kuisisioner atau angket adalah suatu cara pengumpulan data dimana responden diberikan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab (Sugiyono, 2022). Dengan menggunakan kuesioner, penulis akan mengajukan beberapa pertanyaan kepada generasi Z di Kabupaten Banyumas yang menjadi sampel pada penelitian ini. Kuesioner akan digunakan untuk mengumpulkan data dimana kuisisioner nantinya akan disebarkan kepada responden. Untuk mengetahui tingkat persepsi yang dirasakan pengguna maka diukur dengan skala likert, responden akan diminta untuk memilih salah satu dari lima alternatif jawaban yang telah disediakan. Dengan pedoman:

Tabel 3.2 Pedoman skala likert

Pernyataan	Angka
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat setuju (SS)	5

b. Wawancara

Menurut Sugiyono (2022), wawancara dapat dilakukan dengan dua cara yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur, dapat dilakukan melalui tatap muka maupun menggunakan media telepon. Dalam penelitian ini, dilakukan wawancara pada tahap observasi awal. Dilakukan wawancara tidak terstruktur dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya, melainkan menggunakan garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi awal tentang isu yang sedang marak dikalangan generasi Z yaitu *fear of*

missing out dan *flexing* serta kaitannya dengan permasalahan pada penelitian yaitu penggunaan pinjaman *online*.

c. Observasi

Menurut Sugiyono (2021) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan oleh peneliti melalui observasi guna mendapatkan data dari generasi Z di Kabupaten Banyumas dan dipergunakan untuk memperkuat hasil penelitian dari data yang didapat.

F. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka dan dapat diukur secara statistik (Sugiyono, 2022). Data kuantitatif dalam penelitian ini yaitu bersumber dari:

a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran dan pengisian kuisisioner pada generasi Z di Kabupaten Banyumas, yang disebarluaskan dengan menggunakan media Google Form.

b. Data Sekunder

Data sekunder atau data yang diperoleh secara tidak langsung pada penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, skripsi serta data yang bersumber dari instansi pemerintahan Kabupaten Banyumas dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

G. Teknik Analisis Data

Analisis merupakan proses pencarian dan perencanaan secara sistematis semua data dan bahan lain yang telah terkumpul agar peneliti mengerti benar makna yang telah ditemukannya, dapat menyajikan kepada orang lain secara jelas (Ma'sumah, 2019). Peneliti menggunakan teknis analisis data melalui uji statistik untuk mengolah data primer yang diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan alat SPSS. Adapun uji statistik tersebut, yaitu:

1. Uji Instrumen Data

1) Uji validitas

Tingkat valid atau tidaknya instrumen kuisisioner yang digunakan dalam pengumpulan data diketahui dengan menggunakan uji validitas, sehingga dapat diketahui apakah item yang digunakan dalam kuisisioner benar-benar mampu mengungkapkan keadaan yang sebenarnya (Shafrani, 2015). Rumus yang digunakan dalam melakukan uji validitas adalah dengan cara mengkomparasikan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (DF) = $n-k$ dengan sig. 5%. Suatu kuisisioner dapat dianggap valid apabila r hitung lebih besar r table.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah metode untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel untuk konstruk. Reliabilitas pada dasarnya merupakan ukuran sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Kepercayaan itu dalam bentuk keandalan instrumen yaitu konsistensi hasil dari waktu ke waktu jika suatu instrumen digunakan pada subjek (Shafrani, 2015). Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan diukur menggunakan uji statistik cronbach alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

1) Uji normalitas

Menurut Ghazali (2016) tujuan uji normalitas dalam regresi adalah untuk mengetahui apakah variabel residu atau perancu mempunyai distribusi normal. Untuk menguji normalitas residual normalitas menggunakan uji KolmogorovSmirnov. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai Asymp. Sig.(2-tailed) apabila tingkat signifikansinya $> 0,05$ maka dapat disimpulkan data residual berdistribusi normal atau (H_0) diterima dan ditolak ketika nilai sig. $\leq 0,05$ (Ma'sumah, 2019).

2) Uji Multikolineritas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen dalam model regresi berkorelasi. Untuk mendeteksinya dengan melihat nilai Tolerance dan Varian Inflation Factor (VIF). Untuk menguji ada atau tidaknya multikolineritas dalam model regresi dengan melihat nilai VIF (Varian Inflation Factor) dan nilai toleransinya. Apabila tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolineritas pada penelitian tersebut (Ma'sumah, 2019).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser dengan meregresi nilai absolut residual terhadap independen, tujuannya untuk mengetahui apakah residu suatu pengamatan dalam model regresi berbeda variannya dengan pengamatan lainnya. Apabila nilai probabilitas signifikansi dari variabel independen diatas tingkat kepercayaan 5% (0,05) maka dapat dikatakan model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas (Ma'sumah, 2019).

3. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2015), uji regresi berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Diketahui bahwa pengujian ini untuk

mengetahui signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui koefisien regresinya. Pada penelitian ini terdapat satu variabel terikat yang berhubungan dengan tiga variabel bebas. Uji analisis regresi linier berganda dilakukan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas yang digunakan secara parsial maupun simultan. Adapun persamaan regresi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y: Penggunaan pinjaman *online*

α : Konstanta

b: Koefisien Regresi

X_1 : *Fear of missing out*

X_2 : *Flexing*

e: error

4. Uji Hipotesis

1) Uji parsial (Uji t)

Uji parsial menunjukkan bagaimana satu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Suatu variabel dianggap memiliki pengaruh apabila t hitung $> t$ tabel. Berikut merupakan hipotesis penelitian dari uji parsial dalam penelitian ini.

H_{01} = Tidak terdapat pengaruh positif secara parsial antara *fear of missing out* (fomo) penggunaan pinjaman *online*.

H_{a1} = Terdapat pengaruh positif secara parsial antara *fear of missing out* (fomo) terhadap penggunaan pinjaman *online*.

H_{02} = Tidak terdapat pengaruh positif secara parsial antara *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online*.

H_{a2} = Terdapat pengaruh positif secara parsial antara *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online*.

Adapun kriteria uji t yaitu:

H_0 diterima jika: $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dan nilai sig. $> 0,05$

H_0 ditolak jika: $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig. $\leq 0,05$

2) Uji simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap dependen dengan signifikansi 5% (0,05). Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria: $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ yang artinya variabel independen secara serentak atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

3) Uji koefisien determinasi

Analisis R Square atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi mempunyai range antara 0-1. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen (Ghozali, 2009).

4) Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Analisis Regresi Moderat (*Moderate Regression Analysis*) merupakan alat untuk mengidentifikasi ada atau tidaknya variabel moderasi dengan menggunakan pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini Analisis Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk menguji hipotesis ke 3 (H_3) dan hipotesis ke 4 (H_4). Model pengujian dalam persamaan sebagai berikut:

Persamaan untuk Hipotesis ke 3 (H_3):

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2Z + b_3(X_1Z) + e$$

Persamaan untuk Hipotesis ke 4 (H_4):

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2Z + b_3(X_1Z) + e$$

Y=Penggunaan pinjaman *online*

A=Konstanta

X1=*Fear Of Missing Out*

X2=*Flexing*

Z=Literasi keuangan syariah

B1-b3=Koefisien regresi yaitu menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi kesalahan

E>Error penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel moderasi adalah pure moderasi yang merupakan variabel yang memoderasi hubungan antara variabel prediktor dan variabel tergantung dimana variabel moderasi murni berinteraksi dengan variabel prediktor tanpa menjadi variabel prediktor (Surya, Purbo & Elfitra, 2020). Adapun kriteria dalam pengujian hipotesis sebagai berikut:

H₀₃: Literasi keuangan syariah tidak dapat memoderasi pengaruh *fear of missing out* (fomo) terhadap penggunaan pinjaman *online*

H_{a3}: Literasi keuangan syariah dapat memoderasi *fear of missing out* (fomo) terhadap penggunaan pinjaman *online*.

H₀₄: Literasi keuangan syariah tidak dapat memoderasi pengaruh *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online*.

H_{a4}: Literasi keuangan syariah dapat memoderasi *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online*.

Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a) H₀ diterima apabila nilai sig. > 0,05.
- b) H₀ ditolak apabila nilai sig. ≤ 0,05.

BAB IV

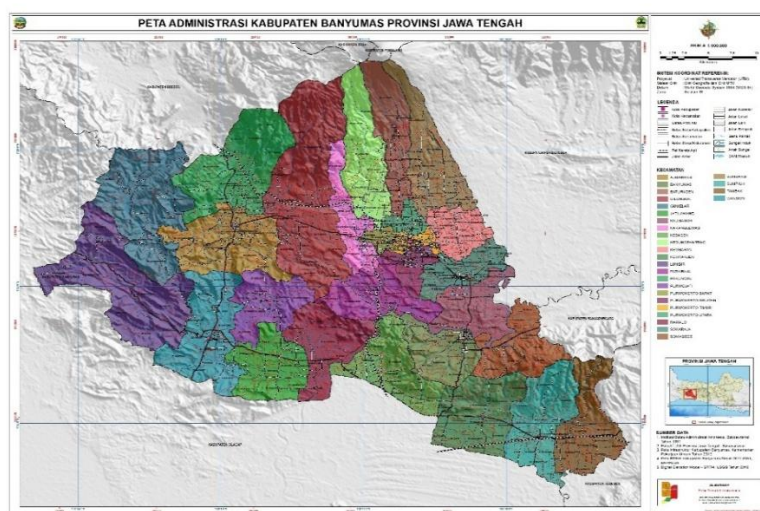
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini bertempat di Kabupaten Banyumas yang merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Banyumas terdiri dari 27 kecamatan, 30 kelurahan dan 301 desa. Pada tahun 2023, jumlah penduduknya mencapai 1.857.211 jiwa dengan luas wilayah 1.335,30 km² dan sebaran penduduk 1.385 jiwa/km². Kabupaten Banyumas memiliki peran yang strategis dalam perkembangan ekonomi dan sosial masyarakat di wilayah Barlingmascakeb (Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas dan Cilacap).

Gambar 4.1

Peta Administrasi Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah



Sumber: <https://petatematikindo.wordpress.com>

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah, presentase penduduk Kabupaten Banyumas yang mengakses internet pada tahun 2021 yaitu 57,60% kemudian meningkat pada tahun 2022 dengan presentase 68,13%. Jumlah penduduk usia 15 tahun sampai 24 tahun atau usia produktif mencapai lebih dari 15% dari total populasi (BPS, 2023).

Dengan kemajuan teknologi dan komunikasi dalam lingkup masyarakat Kabupaten Banyumas terutama generasi muda, menunjukkan bahwa Kabupaten Banyumas memiliki potensi besar dalam perkembangan ekonomi digital. Peningkatan teknologi informasi dan komunikasi telah mempermudah masyarakat Kabupaten Banyumas, khususnya generasi muda dalam mengakses layanan keuangan digital, termasuk pinjaman *online*.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Sampel pada penelitian ini berjumlah 385 responden yaitu Generasi Z yang menggunakan pinjaman *online* dan berdomisili di Kabupaten Banyumas. Berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan pada tanggal 19 Februari 2025 sampai dengan 23 April 2025, dengan gambaran terkait dengan karakteristik responden yang diteliti berupa usia, jenis kelamin, status pernikahan, domisili, pekerjaan dan mengetahui platform pinjaman *online* serta jangka waktu dalam menggunakan pinjaman *online*. Adapun karakteristik responden sebagai berikut:

1) Distribusi Frekuensi Usia Responden

Dibawah ini merupakan distribusi frekuensi usia responden pada penelitian ini:

Tabel 4.1

Distribusi frekuensi usia responden

Usia	Frekuensi	Presentase
17	2	1%
18	5	1%
19	14	4%
20	26	7%
21	44	11%
22	82	21%
23	110	29%
24	28	7%
25	28	7%
26	25	6%

27	12	3%
28	9	2%
Total	385	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden yang berusia 17 tahun berjumlah 2 orang dengan presentase 1%, responden berusia 18 tahun berjumlah 5 orang dengan presentase 1%, responden yang berusia 19 tahun berjumlah 14 orang dengan presentase 4%, responden yang berusia 20 tahun berjumlah 26 orang dengan presentase 7%, responden yang berusia 21 tahun berjumlah 44 orang dengan presentase 11%, responden yang berusia 22 orang berjumlah 82 orang dengan presentase 21%, pada penelitian ini responden berusia 23 tahun menjadi yang paling banyak menggunakan pinjaman *online* yaitu berjumlah 110 dengan presentase 29%, responden berusia 24 tahun berjumlah 28 orang dengan presentase 7%, responden berusia 25 tahun berjumlah 28 orang dengan presentase 7%, responden yang berusia 26 tahun berjumlah 25 orang dengan presentase 6%, responden yang berusia 27 tahun berjumlah 12 orang dengan presentase 2%. Sedangkan responden dengan usia 28 tahun berjumlah 9 orang dengan presentase 2%.

2) Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin responden pada penelitian ini dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	163	42%
Perempuan	222	58%
Total	385	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa total responden dalam penelitian ini adalah 385. Dengan kriteria jenis kelamin laki-laki berjumlah 163 orang atau 42%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 222 orang dengan presentase 58%.

3) Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden

Responden pada penelitian ini memiliki jenis pekerjaan yang cukup beragam, distribusi frekuensi pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel:

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Karyawan	26	7%
Pelajar/Mahasiswa	291	76%
Belum bekerja	8	2%
Admin	1	0,002%
Freelancer	6	2%
Buruh	29	8%
Entrepreneur	1	0,002%
Ibu rumah tangga	11	3%
Kurir	2	1%
Perawat	3	1%
Host live	1	0,002%
Guru tari	1	0,002%
Event Organizer	3	1%
Editor	1	0,002%
S Pegawai retail	1	0,002%
TOTAL	385	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai karyawan berjumlah 26 orang dengan presentase 7%, responden yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa dalam penelitian ini menjadi paling banyak menggunakan pinjaman *online* dengan jumlah 291 orang dalam presentase 76%, responden yang belum

bekerja berjumlah 8 orang dengan presentase 2%, responden yang bekerja sebagai admin berjumlah 1 orang dengan presentase 0,002%, responden yang bekerja sebagai freelancer berjumlah 6 orang dengan presentase 2%, responden yang bekerja sebagai buruh berjumlah 29 orang dengan presentase 8%, responden yang bekerja sebagai enterpreneur berjumlah 1 orang dengan presentase 0,002%, responden sebagai ibu rumah tangga berjumlah 11 orang dengan presentase 3%, responden yang bekerja sebagai kurir berjumlah 2 orang dengan presentase 1%, responden yang bekerja sebagai perawat berjumlah 3 orang dengan presentase 1%, responden yang bekerja sebagai host live berjumlah 1 orang dengan presentase 0,002%, responden yang bekerja sebagai gur tari berjumlah 1 orang dengan presentase 0,02%, responden yang bekerja sebagai event organizer berjumlah 3 orang dengan presentase 1%, responden yang bekerja sebagai editor berjumlah 1 orang dengan presentase 0,002%. Sedangkan, responden yang bekerja sebagai pegawai retail berjumlah 1 orang dengan presentase 0,002%.

4) Distribusi Frekuensi Status Pernikahan Responden

Dibawah ini merupakan tabel distribusi frekuensi status pernikahan responden:

Tabel 4.4

Distribusi Frekuensi Status Pernikahan Responden

Status Pernikahan	Frekuensi	Presentase
Menikah	58	15%
Belum Menikah	327	85%
Total	385	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini terdapat 385 responden yang menggunakan pinjaman *online*. Responden yang berstatus menikah berjumlah 58 orang dengan

presentase 15%, sedangkan responden dengan status belum menikah berjumlah 327 orang dengan presentase 85%.

5) Distribusi Frekuensi Domisili Responden

Dalam penelitian ini, responden tersebar di 27 kecamatan yang ada di Kabupaten Banyumas, dibawah merupakan tabel distribusi frekuensi domisili responden:

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Domisili Responden

Domisili	Frekuensi	Presentase
Ajibarang	10	3%
Banyumas	18	5%
Baturaden	13	3%
Cilongok	9	2%
Gumelar	4	1%
Kalibagor	1	0,002%
Karanglewas	12	3%
Kebasen	3	1%
Kedungbanteng	9	2%
Kembaran	29	8%
Kemranjen	7	2%
Lumbir	3	1%
Patikraja	5	1%
Pekuncen	3	1%
Purwojati	3	1%
Purwokerto Barat	11	3%
Purwokerto Selatan	24	6%
Purwokerto Timur	34	9%
Purwokerto Utara	156	41%
Rawalo	5	1%
Sokaraja	5	1%
Sumagede	4	1%
Sumbang	3	1%
Jatilawang	4	1%
Sumpiuh	4	1%
Tambak	3	1%
Wangon	3	1%
TOTAL	385	100%

Sumber: Data primer yang dolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 mengenai karakteristik responden berdasarkan domisili. Maka dapat diketahui bahwa responden terbanyak didominasi oleh responden yang berdomisili di Purwokerto Utara dibandingkan dengan responden yang berdomisili di wilayah lainnya dengan jumlah 156 responden dalam presentase 41%. Purwokerto Timur menjadi wilayah dengan pengguna pinjaman *online* terbanyak yaitu 34 responden dengan presentase 9%.

6) Distribusi Frekuensi Platform Pinjaman *Online* Responden

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Platform Pinjaman *Online* Responden

Platform Pinjol	Frekuensi	Presentase
Akulaku	84	22%
Kredivo	39	10%
Easycash	31	8%
AdaKami	49	13%
Spinjam	150	39%
Findaya	6	2%
Indodana	4	1%
Mekar	5	1%
Investree	6	2%
Danacita	3	1%
Amartha	6	2%
Dompot kilat	1	0,002%
Danakita	1	0,002%
TOTAL	385	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa responden yang mempunyai pinjaman *online* melalui aplikasi Akulaku berjumlah 84 orang dengan presentase 22%, responden yang menggunakan Kredivo berjumlah 39 orang dengan presentase 10%, responden yang menggunakan EasyCash berjumlah 31 orang dengan presentase 8%, responden yang menggunakan AdaKami berjumlah 49 orang dengan presentase 13%, Spinjam atau shopee pinjam menjadi aplikasi pinjaman online yang paling banyak digunakan oleh responden dalam penelitian ini yaitu dengan jumlah 150 orang dalam presentase 39%,

responden yang menggunakan Findaya berjumlah 6 orang dengan presentase 2%, responden yang menggunakan Indodana berjumlah 4 orang dengan presentase 1%, responden yang menggunakan Mekar berjumlah 5 orang dengan presentase 1%, responden yang menggunakan Investree berjumlah 6 orang dengan presentase 2%, responden yang menggunakan Danacita berjumlah 3 orang dengan presentase 1%, responden yang menggunakan Amarthha berjumlah 6 orang dengan presentase 2%, Dompot kilat dan Danakita pada penelitian ini sama sama memiliki 1 orang pengguna dengan masing-masing presentase 0,002%.

7) Distribusi Frekuensi Jangka Waktu Penggunaan Pinjaman *Online*

Dalam penelitian ini, responden sudah menggunakan pinjaman *online* dalam kurun waktu yang beragam. Dibawah merupakan tabel distrbusi frekuensi jangka waktu penggunaan pinjaman *online*:

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Jangka Waktu Penggunaan Pinjaman *Online*

Jangka waktu	Frekuensi	Presentase
Kurang dari 1 bulan	45	12%
1-6 bulan	108	28%
6-12 bulan	67	17%
1-2 tahun	139	36%
Lebih dari 2 tahun	26	7%
Total	385	100%

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa responden yang sudah menggunakan pinjaman *online* selama kurang dari 1 bulan berjumlah 45 orang dengan presentase 12%, responden yang sudah menggunakan pinjaman *online* selama 1 sampai 6 bulan berjumlah 108 orang dengan presentase 28%, responden yang sudah menggunakan pinjaman *online* selama 6 sampai 12 bulan berjumlah 67 orang dengan presentase 17%, responden yang sudah menggunakan pinjaman *online* selama 1 sampai 2 tahun berjumlah

139 orang dengan presentase 36%. Sedangkan responden yang sudah menggunakan pinjaman *online* selama lebih dari 2 tahun berjumlah 26 orang dengan presentase 7%.

2. Uji Analisis Data Penelitian

1) Uji Persyaratan Analisis

a) Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian data yang dilakukan guna mengetahui kevalidan dari suatu instrumen yang bertujuan untuk mengetahui keakuratan dari setiap butir pertanyaan yang ada pada kuesioner penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini dengan membandingkan r hitung dengan r tabel disertai ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ maka item dianggap valid.
- 2) Jika nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ maka item dianggap tidak valid.

Hasil uji validitas yang telah peneliti lakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel dimana diketahui degree of freedom (df) = $N-2$ dengan nilai signifikan 5%. Dalam penelitian ini, nilai n atau jumlah sampel adalah 385. Maka dapat ditentukan dengan menghitung $df = 385-2$, yaitu 383 dengan begitu diperoleh r tabel dari 383 adalah 0,100. *Software* digunakan untuk menguji validitas instrumen pada penelitian ini yaitu IBM SPSS 29. Hasil perbandingan r tabel dan r hitung dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Fear Of Missing Out	X1.1	0,864	0,100	Valid
	X1.2	0,865	0,100	Valid

(FOMO)	X1.3	0,851	0,100	Valid
<i>Flexing</i>	X2.1	0,870	0,100	Valid
	X2.2	0,881	0,100	Valid
	X2.3	0,857	0,100	Valid
Penggunaan pinjaman online	Y.1	0,818	0,100	Valid
	Y.2	0,770	0,100	Valid
	Y.3	0,809	0,100	Valid
Literasi Keuangan	Z.1	0,820	0,100	Valid
	Z.2	0,834	0,100	Valid
	Z.3	0,785	0,100	Valid

Sumber: *Output SPSS* (Data primer yang diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.8, uji validitas terhadap variabel *fear of missing out* (X1), *flexing* (X2), penggunaan pinjaman online (Y) dan literasi keuangan (Z) dinyatakan valid karena masing-masing R hitung dari butir pernyataan lebih besar dari R tabel yaitu 0,100. Artinya, setiap butir pernyataan pada kuesioner valid sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah metode untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel untuk konstruk. Reliabilitas pada dasarnya merupakan ukuran sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Kepercayaan itu dalam bentuk keandalan instrumen yaitu konsistensi hasil dari waktu ke waktu jika suatu instrumen digunakan pada subjek (Shafrani, 2015). Untuk menguji reliabilitas dilakukan dengan diukur menggunakan uji statistic cronbach alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
Fear Of Missing Out (FOMO) (X1)	0,823	0,60	Reliabel
Flexing (X2)	0,839	0,60	Reliabel
Penggunaan Pinjaman Online (Y)	0,717	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan (Z)	0,743	0,60	Reliabel

Sumber: *Output SPSS* (Data primer diolah, 2025)

Berdasarkan pada hasil uji reliabilitas variabel *fear of missing out* (X1), *flexing* (X2), penggunaan pinjaman *online* (Y) dan literasi keuangan (Z) yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil bahwa masing-masing instrumen pernyataan memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Artinya, masing-masing instrumen variabel yang digunakan pada penelitian ini dinyatakan reliabel atau dapat diandalkan dan layak digunakan untuk penelitian.

- 2) Uji Asumsi Klasik
 - a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data telah berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan uji kolmogorov smirnov. Data berdistribusi normal jika hasil pengujian didapat nilai $Asymp\ sig > \alpha$ (0,05). Pada penelitian ini untuk mengetahui

data berdistribusi normal dilakukan uji normalitas menggunakan IBM SPSS 27, dengan hasil pada tabel berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.98389555
Most Extreme Differences	Absolute		.043
	Positive		.040
	Negative		-.043
Test Statistic			.043
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.080
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.081
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.074
		Upper Bound	.088
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber: *Output SPSS* (Data primer diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,080. Hal ini menunjukkan bahwa nilai 0,080 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut

berdistribusi normal dan memenuhi asumsi untuk dilakukan analisis lebih lanjut menggunakan uji statistik parametrik.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen. Uji multikolinearitas dapat diukur dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai toleransi $> 0,1$ dan $VIF < 10$ maka bisa dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 29:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a									
Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics			
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF		
1	(Constant)	4.652	.588		7.912	<,001			
	FOMO	.064	.048	.080	1.325	.186	.560	1.787	
	FLEXING	.154	.051	.188	3.045	.002	.535	1.870	
	LITERASI KEUANGAN	.361	.047	.356	7.656	<,001	.940	1.064	
a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PINJAMAN <i>ONLINE</i>									

Sumber: *Output SPSS* (Data primer diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.11, menunjukkan bahwa nilai toleransi seluruh variabel memperoleh nilai lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang menunjukkan lebih kecil dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Syarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas jika $\text{sig} > 0,05$. Berikut hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 29:

Tabel 4.12
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.302	.372		6.192	<,001
	FOMO	-.045	.031	-.100	-1.475	.141
	FLEXING	-.020	.032	-.044	-.640	.523
	LITERASI KEUANGAN	-.012	.030	-.020	-.386	.700
	a. Dependent Variable: ABS_RES					

Sumber: *Output SPSS* (Data primer diolah, 2025)

Berdasarkan tabel 4.12, menunjukkan seluruh variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3) Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel

dependen. Pada penelitian ini yaitu, variabel *fear of missing out* (X1) dan *flexing* (X2) terhadap penggunaan pinjaman *online* (Y). Berikut hasil uji regresi linear berganda yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 29:

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.859	.443		17.751
	FOMO	.042	.052	.053	.814
	FLEXING	.239	.053	.291	4.508
a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE					

Sumber: *Output SPSS* (Data primer diolah, 2025)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda yang telah dilakukan, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= a + b_1.x_1 + b_2.x_2 \\
 &= 7.859 + 0,042 + 0,239
 \end{aligned}$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan hubungan antara variabel dependen secara parsial, interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

- a. Nilai a sebesar 7,859 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel penggunaan pinjaman *online* belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel *fear of missing out* (X1) dan variabel *flexing* (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel penggunaan pinjaman *online* tidak mengalami perubahan.

- b. Nilai b_1 atau nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,042 menunjukkan bahwa variabel *fear of missing out* (X_1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap penggunaan pinjaman *online*, dengan begitu setiap kenaikan 1 satuan variabel *fear of missing out* akan mempengaruhi penggunaan pinjaman *online* sebesar 0,042 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
- c. Nilai b_2 atau nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,239 , mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Y . Dapat dijabarkan bahwa setiap kenaikan satuan variabel *flexing* akan mempengaruhi penggunaan pinjaman *online* sebesar 0,239 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

4) Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t adalah suatu bentuk pengujian guna mengetahui apakah ada atau tidak pengaruh yang diberikan oleh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara mandiri/parsial. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika taraf signifikansi $< 0,05$ artinya terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) maka H_a diterima.
2. Jika taraf signifikansi $> 0,05$ artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) maka H_a ditolak.

Guna menentukan besarnya nilai t tabel , maka dapat dihitung melalui rumus dibawah ini:

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= n - k - 1 \\
 &= 385 - 2 - 1 = 382 \text{ (df)} \\
 &= 1,649
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus diatas, maka diketahui bahwa besarnya nilai r tabel dari 382 responden yaitu 1,649. Dibawah ini akan dipaparkan hasil dari uji t dengan menggunakan aplikasi SPSS 29:

Tabel 4.14
Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.859	.443		17.751	<,001
	FOMO	.042	.052	.053	.814	.416
	FLEXING	.239	.053	.291	4.508	<,001
a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE						

Sumber: *Output SPSS* (Data primer diolah, 2025)

Berdasarkan hasil uji t yang tertera pada tabel tersebut, maka menghasilkan pernyataan yang dapat diuraikan sebagai berikut::

1. Hipotesis Pertama (H1)

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat dilihat besarnya nilai t hitung variabel *fear of missing out* (X1) adalah 0,814 dan nilai signifikansi 0,416 sedangkan, besarnya t tabel adalah 1,649. Tandanya nilai t hitung pada variabel FOMO lebih kecil dari nilai t tabel. Berdasarkan pada ketentuan pengambilan hipotesis, variabel *fear of missing out* atau FOMO (X1) tidak berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online*. Meskipun nilai koefisien regresi X1 menunjukkan arah yang positif terhadap penggunaan pinjaman *online*, namun hasil uji t menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan secara statistik (sig. > 0,05). Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh *fear of missing out*

terhadap penggunaan pinjaman *online* cenderung lemah. Kesimpulannya adalah **H1 ditolak**.

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Berdasar pada hasil analisis, menunjukkan besar nilai *t* hitung variabel *flexing* (X2) adalah 4,508 sedangkan, nilai *t* tabel adalah 1,649 (*t* hitung > *t* tabel). Nilai signifikansi variabel *flexing* yaitu <0,001 yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Variabel *flexing* (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman *online* (Y) pada generasi Z di Kabupaten Banyumas. Maka dari itu, sesuai ketentuan pengambilan keputusan hipotesis, **H2 diterima**.

b) Uji Simultan (Uji F) atau Uji Kelayakan Model (*Goodnes of Fit Models*)

Uji F adalah bentuk pengujian guna mengetahui apakah ada atau tidaknya variabel bebas (X) memberikan pengaruh kepada variabel terikat (Y) secara bersama-sama atau simultan. Berikut dasar pengambilan keputusan pengujian ini:

1. Jika taraf signifikansi < 0,05, berarti terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), maka H_a diterima.
2. Jika taraf signifikansi > 0,05, berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), maka H_a ditolak.
3. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, berarti terdapat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan, maka H_a diterima.
4. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel independenn (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan, maka H_a ditolak.

Untuk menentukan besarnya nilai F_{tabel} , maka digunakan rumus sebagai berikut:

Jumlah sampel (n) = 385

Jumlah variabel bebas atau independen (k) = 2

Denominator (df_2) = $385 - 2 = 383$

F tabel untuk df_2 383 adalah 3,019

Dari hasil analisis yang telah dilakukan dari rumus diatas, maka dapat diketahui besarnya nilai F tabel dari 383 responden adalah 3,019. Berikut ini merupakan hasil dari uji F dengan menggunakan aplikasi SPSS 26:

Tabel 4.15
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210.063	2	105.031	23.007	<,001 ^b
	Residual	1743.896	382	4.565		
	Total	1953.958	384			
a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE						
b. Predictors: (Constant), FLEXING, FOMO						

Sumber: *Output SPSS* (Data primer diolah, 2025)

Dari hasil uji F yang tertera pada tabel 4.15 dan berdasar pada aturan pengambilan keputusan, menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 23.007 dan F_{tabel} yang sebelumnya sudah dihitung diatas adalah 3,019 ($F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$). Kemudian, nilai dari probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001 ($0,001 < 0,05$). Maka dari itu, diambil kesimpulan bahwa H_3 diterima yang artinya terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara variabel *fear of missing out* (X_1) dan *flexing* (X_2) terhadap penggunaan pinjaman online (Y) pada generasi Z di Kabupaten Banyumas. Maka dari itu, **H_3 diterima.**

c) Uji Koefisien Determinasi (Uji *Adjusted R Square*)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam berkontribusi terhadap variabel dependen dalam satuan presentase. Uji koefisien determinasi (R^2) adalah pengujian untuk melihat seberapa besar persentase sumbangan dari pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Priyatno, 2013). Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, maka nilai yang digunakan adalah pada *Adjusted R Square*. Berikut hasil uji koefisien determinasi yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS 29:

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji *Adjusted R Square*)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1 S	.328 ^a	.108	.103	2.13663
a. Predictors: (Constant), FLEXING, FOMO				

Sumber: *Output SPSS* (Data primer yang diolah, 2025)

Berdasarkan output pada tabel didapatkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,103 yang artinya pengaruh *fear of missing out* (X1) dan *flexing* (X2) secara simultan terhadap penggunaan pinjaman *online* (Y) sebesar 0,103 atau 10,3% sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

d) Analisis Regresi Moderasi (*Moderate Regression Analysis* – MRA)

Analisis regresi moderasi (*Moderate Regression Analysis* – MRA) adalah sebuah metode yang digunakan untuk menentukan apakah variabel moderasi ada atau tidak dengan menggunakan pendekatan analitis yang mempertahankan keutuhan sampel dan memberikan

dasar untuk mengendalikan dampak dari variabel moderasi (Ghozali, 2018). Adapun kriteria dalam analisis ini yaitu:

- H_0 diterima apabila nilai sig. $> 0,05$
- H_a ditolak apabila nilai sig. $> 0,05$
- H_0 ditolak apabila nilai sig. $\leq 0,05$
- H_a diterima apabila nilai sig. $\leq 0,05$

Menurut Ghozali (2013), jika hasil uji interaksi antara variabel independen dengan variabel moderasi menghasilkan koefisien regresi (beta) negatif, maka variabel moderasi tersebut memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian Nugroho (2019), dijelaskan bahwa variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen tergantung pada arah signifikansi koefisien interaksi dalam model regresi. Berikut hasil dari *Analysis Regression Moderated* (MRA), menggunakan IBM SPSS 29:

Tabel 4.17

Hasil Analisis Regresi Moderasi (*Moderate Regression Analysis*)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.755	1.699		3.388	<,001
	FOMO	-.051	.247	-.063	-.206	.837
	FLEXING	.151	.266	.183	.567	.571
	LITERASI KEUANGAN	.264	.150	.260	1.757	.080
	X1Z	.011	.023	.188	.459	.646
	X2Z	-9.559E-5	.025	-.002	-.004	.997
a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE						

Sumber: *Output SPSS* (Data primer yang diolah, 2025)

1. Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Diketahui dari tabel hasil uji regresi moderasi bahwa variabel *fear of missing out* dengan literasi keuangan (X1Z) memiliki nilai koefisien regresi 0,011 dengan nilai t hitung $0,459 < 1,649$ t tabel. Karena nilai t hitung $< t$ tabel ($0,459 < 1,649$), maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak dapat memoderasi pengaruh *fear of missing out* (X1) terhadap penggunaan pinjaman online (Y). Artinya, meskipun seseorang mempunyai tingkat literasi keuangan yang tinggi, tidak cukup untuk memperlemah atau mengurangi pengaruh *fear of missing out* terhadap penggunaan pinjaman online. Dengan demikian, hipotesis 4 yang menyatakan literasi keuangan memoderasi pengaruh *fear of missing out* terhadap penggunaan pinjaman online tidak dapat diterima atau **H4 ditolak**.

2. Pengujian Hipotesis Kelima (H5)

Berdasarkan hasil MRA, menunjukkan bahwa interaksi antara *flexing* dan literasi keuangan (X2Z) memiliki nilai koefisien sebesar $-9,559E-5$, yang menunjukkan arah hubungan negatif. Hal ini secara teori mengindiasikan bahwa literasi keuangan berpotensi memperlemah hubungan antara *flexing* terhadap penggunaan pinjaman online. Namun demikian, hasil uji statistik menunjukkan nilai t hitung sebesar $-0,004$ yang jauh lebih kecil dari t tabel yaitu $1,649$. Selain itu, tingkat signifikansi variabel (X2Z) $0,997$ jauh lebih besar diatas batas signifikansi yaitu $0,05$ ($> 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara statistik literasi keuangan tidak dapat memoderasi secara signifikan pengaruh *flexing* terhadap penggunaan pinjaman online. Meskipun arah koefisien negatif mendukung hipotesis bahwa literasi keuangan dapat memperlemah pengaruh *flexing* terhadap penggunaan pinjaman online, hasil statistik lain tidak cukup kuat untuk mendukung hipotesis. Artinya dalam penelitian

ini, literasi keuangan tidak dapat memoderasi pengaruh *flexing* (X2) terhadap penggunaan pinjaman *online* (Y). Dengan kesimpulan bahwa **H5 ditolak**.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel *fear of missing out* dan *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Berikut ini merupakan pembahasan dari tujuan penelitian berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan.

1. Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) terhadap Penggunaan Pinjaman *Online* pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Menurut JWT Intelligence (2011), *fear of missing out* ditandai dengan adanya keinginan untuk terus berhubungan dengan apa yang orang lain lakukan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *fear of missing out* tidak berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas, artinya tingkat *fear of missing out* yang dimiliki generasi Z di Kabupaten Banyumas tidak mendorong mereka untuk menggunakan pinjaman *online*.

Dalam perspektif Theory Of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), perilaku individu dipengaruhi oleh tiga komponen utama yaitu *subjective norm*, *attitude toward behavior* dan *perceived behavioral control*. Dalam penelitian ini *fear of missing out* diposisikan sebagai bagian dari *subjective norm* yaitu norma subjektif yang mencerminkan persepsi individu terhadap tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Namun, hasil penelitian melalui uji t menunjukkan bahwa tekanan sosial yang tercermin melalui *fear of missing out* tidak berpengaruh secara signifikan dalam mendorong generasi Z di Kabupaten Banyumas untuk menggunakan pinjaman *online*.

Terdapat beberapa alasan yang menjadikan *fear of missing out* tidak berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online*, diantaranya beberapa responden dalam pertanyaan terbuka menyatakan bahwa keputusan dalam menggunakan pinjaman *online* tidak semata-mata didorong oleh rasa takut tertinggal tren atau adanya tekanan sosial berupa *fear of missing out*, terdapat faktor yang lebih beragam diantaranya karena adanya kebutuhan untuk memenuhi kewajiban pembayaran pinjaman sebelumnya. Sebagian responden mengaku bahwa mereka sudah terjebak dalam lingkaran utang, dimana untuk membayar cicilan disatu aplikasi pinjaman *online*, mereka harus mengambil pinjaman baru di aplikasi lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa faktor desakan keuangan dan ketidakmampuan mengelola utang menjadi motivasi yang lebih dominan dibandingkan dorongan oleh *fear of missing out*. Adapun alasan lain, yaitu karena adanya faktor kemudahan. Sebagian besar responden mengaku bahwa salah satu keunggulan dalam menggunakan pinjaman *online* adalah karena proses pencairan dana yang tergolong cepat atau mudah.

Temuan dalam penelitian ini diperkuat oleh hasil dalam penelitian Dafa Alif Syandana dan Dhini Rama Dhania (2024) yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara *fear of missing out* terhadap *impulsive buying*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun *fear of missing out* sering dikaitkan dengan gaya hidup digital yang serba cepat dan penuh tekanan sosial, pada kenyataannya tidak semua individu menyikapi tekanan tersebut dengan cara melakukan pembelian impulsif atau menggunakan layanan keuangan seperti penggunaan pinjaman *online*.

2. Pengaruh *Flexing* terhadap Penggunaan Pinjaman Online pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan besar nilai *t* hitung variabel *flexing* (*X*₂) adalah 4,508 sedangkan, nilai *t* tabel adalah 1,649 dan nilai signifikansi variabel *flexing* yaitu <0,001 yang artinya lebih

kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Maka, dapat dinyatakan bahwa variabel *flexing* berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas. Dalam penelitian ini *flexing* dikategorikan sebagai faktor *attitude toward behavior* mengacu pada perspektif Theory of Planned Behavior (TPB) oleh Ajzen (1991). Sikap *flexing* mendorong individu untuk menggunakan pinjaman *online* sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan konsumsi individu, seperti membeli barang-barang mewah atau mengikuti gaya hidup konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep TPB yang menyatakan bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap suatu perilaku, maka semakin kuat intensi individu tersebut untuk melakukan perilaku tersebut. Dalam hal ini, generasi Z di Kabupaten Banyumas yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki sikap yang positif terhadap perilaku *flexing*.

Temuan pada penelitian ini diperkuat oleh hasil penelitian Choiriah (2024) bahwa fenomena *flexing* mampu mempengaruhi sikap keuangan seseorang, terutama pada kalangan generasi muda yang sedang berada pada fase pencarian identitas diri dan pengakuan sosial. Tindakan *flexing* disini yaitu kecenderungan untuk menggunakan pinjaman *online* guna mendukung citra diri dan status sosial yang ingin ditampilkan pada lingkungan sekitarnya.

Perilaku *flexing* tersebut tidak sesuai dan tidak dianjurkan dalam agama Islam, karena termasuk kedalam perilaku konsumtif, cenderung berlomba-lomba dalam hal kekayaan sehingga mendorong seseorang untuk menggunakan pinjaman *online*. Fenomena ini dapat dikaitkan dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Hadid (57) ayat 20: “Ketahuilah bahwa kehidupan dunia itu hanyalah permainan, kelengahan, perhiasan, dan saling bermegah-megahan di antara kamu serta berlomba-lomba dalam banyaknya harta dan anak keturunan. (perumpamaannya adalah) seperti hujan yang tanamannya mengagumkan para petani, lalu mengering dan kamu lihat menguning,

kemudian hancur. Di akhirat ada azab yang keras serta ampunan dari Allah dan keridaan-Nya. Kehidupan dunia (bagi orang-orang yang lengah) hanyalah kesenangan yang memperdaya”.

Ayat tersebut memperingatkan bahwa kehidupan dunia jika digambarkan hanyalah permainan. Maka dari itu, sifat memamerkan kehidupan mewah yang tercermin dalam perilaku *flexing* tidak dianjurkan karena dapat menjerumuskan individu pada kesenangan dunia yang bersifat semu dan sementara.

3. Pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *Flexing* terhadap Penggunaan Pinjaman Online pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Fear of missing out dan *flexing* berkontribusi pada pembentukan tindakan seseorang untuk menggunakan pinjaman *online*. Kombinasi antara sikap pamer dan tekanan sosial menjadi faktor dalam keputusan keuangan generasi Z di Kabupaten Banyumas, khususnya dalam penggunaan layanan keuangan berbasis digital seperti pinjaman *online*. Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa *fear of missing out* atau FOMO (X1) dan *flexing* (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan pinjaman *online* pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas yang menjadi responden dalam penelitian ini. Terdapat besar pengaruh *fear of missing out* dan *flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* yaitu 10,3%.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *fear of missing out* dan *flexing* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas. Hal ini, sesuai dengan perspektif Theory Of Planned Behavior oleh Ajzen (1991). Menurut teori tersebut, perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga komponen utama yaitu attitude (sikap terhadap perilaku), *subjective norm* (norma subjektif) dan *perceived behavioral control* (persepsi terhadap kontrol perilaku). Dalam penelitian ini FOMO masuk kedalam kategori *subjective norm*, dimana individu merasa

terdorong untuk mengikuti perilaku sosial yang diterima atau diharapkan oleh lingkungan sekitarnya. Ketakutan akan tertinggal dalam tren sosial membuat generasi Z merasa adanya tekanan sosial untuk tetap relevan, yang akhirnya mendorong mereka untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup. Sementara itu, *flexing* masuk kedalam kategori *attitude* dimana individu memandang penggunaan pinjaman *online* untuk memperlihatkan pencapaian atau status sosial. Sikap positif terhadap pencitraan diri ini memperkuat alasan seseorang untuk menggunakan pinjaman *online*.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Alvi Choiriah (2024) yang menyatakan bahwa *fear of missing out* dan *flexing* berpengaruh terhadap keputusan investasi mahasiswa. Temuan penelitian tersebut mengindikasikan bahwa faktor psikologis dan sosial, seperti rasa takut tertinggal tren serta dorongan untuk menunjukkan status sosial, mampu mendorong individu dalam membuat keputusan keuangan yang bersifat spekulatif. Meskipun fokus penelitian tersebut adalah keputusan investasi, namun pola pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh *fear of missing out* dan *flexing* dapat pula terjadi dalam penggunaan pinjaman *online*.

4. Literasi Keuangan Dalam Memoderasi Pengaruh *Fear Of Missing Out* terhadap Penggunaan Pinjaman *Online* pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas

Pada pengujian hipotesis pertama, dilakukan analisis pengaruh *fear of missing out* terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas. Diperoleh hasil yang menyatakan bahwa *fear of missing out* tidak berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online*. Hasil uji MRA pada penelitian ini, menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak dapat memoderasi pengaruh *fear of missing out* terhadap penggunaan pinjaman *online*, sehingga hipotesis empat ditolak. Kondisi ini sesuai mengingat pengaruh *fear of missing out* terhadap penggunaan pinjaman *online* juga tidak signifikan, sehingga kehadiran literasi

keuangan tidak berperan sebagai variabel moderasi yang efektif dalam hubungan antara *fear of missing out* dan penggunaan pinjaman *online*. Dengan demikian, *fear of missing out* tidak menjadi faktor utama dalam mendorong seseorang untuk menggunakan pinjaman *online* dan literasi keuangan tidak memiliki peran moderasi yang signifikan dalam penelitian ini.

Menurut Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), perilaku individu tidak hanya dipengaruhi oleh kontrol perilaku, seperti literasi keuangan. Namun, terdapat sikap dan norma subjektif yang saling mempengaruhi perilaku individu. Dalam penelitian ini, tekanan sosial berupa *fear of missing out* dan sikap pamer berupa *flexing* secara bersama-sama menjadi alasan terbentuknya perilaku menggunakan pinjaman *online*.

Hasil penelitian ini diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Lestari (2024) yang menyatakan bahwa *fear of missing out* tetap mempengaruhi keputusan investasi meskipun individu telah memiliki literasi keuangan yang baik. Dalam penelitian ini, interaksi antara *fear of missing out* dengan literasi keuangan (X1Z) menunjukkan signifikansi yang tidak tercapai yaitu 0,646. *Fear of missing out* tidak mudah dimoderasi oleh pengetahuan tentang keuangan. Dengan demikian, untuk mengurangi akibat atau efek dari *fear of missing out*, pendekatan atau edukasi tidak bisa hanya fokus pada literasi keuangan, tetapi juga mencakup strategi pengendalian emosional terhadap tekanan sosial.

5. Literasi Keuangan Dalam Memoderasi Pengaruh *Flexing* terhadap Penggunaan Pinjaman *Online* pada Generasi Z Di Kabupaten Banyumas

Berdasarkan hasil MRA, diperoleh nilai t hitung sebesar -0,004 yang jauh lebih kecil dari t tabel sebesar 1,649 serta nilai signifikansi sebesar 0,997 yang jauh lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Dengan demikian, hipotesis kelima ditolak. Ini menunjukkan bahwa

walaupun secara teori literasi keuangan seharusnya dapat memperlemah atau mengurangi kecenderungan seseorang untuk menggunakan pinjaman *online* akibat perilaku *flexing*, dalam penelitian ini literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang cukup kuat untuk menjadi variabel moderasi yang efektif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak dapat menahan dorongan generasi Z untuk menggunakan pinjaman *online*. Dalam *Theory of Planned Behavior*, hal ini menunjukkan bahwa meskipun individu memiliki pengetahuan keuangan yang memadai (*perceived behavioral control*) terhadap sikap (*attitude*) *flexing* tetap menjadi pendorong yang kuat untuk seseorang menggunakan pinjaman *online*. Artinya, keinginan mempertahankan citra diri lebih dominan dibandingkan pertimbangan rasional berdasarkan literasi keuangan. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Syariifah (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak selalu berhasil menahan perilaku konsumtif apabila individu merasa perlu menjaga citra sosial mereka di lingkungan digital.

Generasi Z yang hidup dalam era digital dengan akses yang luas terhadap media sosial rentan terkena perilaku *flexing*. Dalam QS. Al-Isra ayat 27 Allah Swt berfirman yang artinya: “Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya” (QS. Al-isra:27). Ayat ini memperingatkan bahwa pemborosan, dalam hal ini khususnya pemborosan yang tercermin dalam perilaku *flexing* adalah perbuatan yang menyerupai perbuatan setan, karena menggunakan harta secara tidak bijak dan bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan pembahasan yang telah dipaparkan mengenai pengaruh *Fear Of Missing Out* (FOMO) dan *Flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online* dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada generasi Z di Kabupaten Banyumas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, menunjukkan besarnya nilai *t* hitung pada variabel *fear of missing out* (X1) adalah 0,814 sedangkan, besarnya *t* tabel adalah 1,649 ($t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$) dan nilai signifikansi 0,416. Tandanya nilai *t* hitung pada variabel FOMO lebih kecil dari nilai *t* tabel. Berdasarkan pada ketentuan pengambilan hipotesis, variabel *fear of missing out* atau FOMO (X1) dinyatakan tidak berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online* penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas. Hal ini menunjukkan bahwa tekanan sosial yang tercermin melalui *Fear Of Missing Out* (FOMO) tidak dapat berpengaruh secara signifikan dalam mendorong generasi Z di Kabupaten Banyumas untuk menggunakan pinjaman *online*.
2. Hasil analisis data pada penelitian ini, menunjukkan besar nilai *t* hitung variabel *flexing* (X2) adalah 4,508 sedangkan, nilai *t* tabel adalah 1,649 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) dan nilai signifikansi variabel *flexing* yaitu $<0,001$ yang artinya lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Maka, dapat dinyatakan bahwa variabel *flexing* berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman *online* pada generasi Z di Kabupaten Banyumas. Hal ini menunjukkan bahwa sikap *flexing* dapat mendorong generasi Z khususnya di Kabupaten Banyumas dalam menggunakan pinjaman *online* sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan konsumsi individu, seperti membeli

barang-barang mewah atau mengikuti gaya hidup konsumtif dengan tujuan mendapatkan pengakuan sosial.

3. *Fear Of Missing Out* dan *Flexing* berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan pinjaman *online*. Dari hasil analisis, nilai *F*hitung yaitu 23.007 lebih besar dari nilai *F*tabel yaitu 3,019 (*F*hitung > *F*tabel). Kemudian, nilai dari probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001 ($0,001 < 0,05$). *Fear Of Missing Out* dan *Flexing* berkontribusi pada pembentukan tindakan seseorang untuk menggunakan pinjaman *online*. Kombinasi antara sikap dan tekanan sosial menjadi faktor dalam keputusan keuangan generasi Z di Kabupaten Banyumas, khususnya dalam penggunaan layanan keuangan berbasis digital seperti pinjaman *online*.
4. Literasi keuangan tidak dapat memoderasi pengaruh *Fear Of Missing Out* terhadap penggunaan pinjaman *online*. Dari hasil uji regresi moderasi, variabel *fear of missing out* dengan literasi keuangan (*X1Z*) memiliki nilai koefisien regresi 0,011 dengan nilai *t* hitung $0,459 < 1,649$ *t* tabel ($0,459 < 1,649$). Dalam penelitian ini, *Fear Of Missing Out* tidak berpengaruh terhadap penggunaan pinjaman *online*, sehingga kehadiran literasi keuangan tidak berperan sebagai variabel moderasi yang efektif dalam hubungan antara *Fear Of Missing Out* dan penggunaan pinjaman *online*.
5. Literasi keuangan tidak dapat memoderasi pengaruh *Flexing* terhadap penggunaan pinjaman *online*. Hasil uji MRA menunjukkan nilai *t* hitung -0,004 jauh lebih kecil dari *t* tabel yaitu 1,649. Selain itu, tingkat signifikansi variabel (*X2Z*) 0,997 jauh lebih besar diatas batas signifikansi yaitu 0,05 ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat literasi keuangan tidak mampu untuk menahan dorongan generasi Z dalam menggunakan pinjaman *online* demi mempertahankan atau menunjukkan gaya hidup (*flexing*).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi generasi Z, setelah melakukan penelitian ini diharapkan generasi Z dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan keuangan khususnya dalam penggunaan layanan pinjaman *online*. Generasi Z perlu memiliki kebiasaan merencanakan keuangan yang baik melalui literasi keuangan yang baik pula, sehingga sadar akan risiko dan keputusan keuangan yang didorong oleh *Fear Of Missing Out* dan keinginan untuk *Flexing* yang dapat menyebabkan terjebak dalam utang konsumtif.
2. Bagi lembaga pendidikan, disarankan untuk memasukkan literasi digital dan literasi keuangan dalam kurikulum, karena maraknya fenomena sosial seperti *Fear Of Missing Out* dan *Flexing* yang menyebarluas di internet, guna membekali siswa dan mahasiswa agar lebih kritis terhadap pengambilan keputusan keuangan.
3. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian di masa depan disarankan untuk menambahkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi penggunaan pinjaman *online*, seperti dari faktor *Financial Planning* dan faktor psikologis lainnya. Selain itu, melibatkan sampel yang lebih beragam juga akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan pinjaman *online*. Kemudian untuk penelitian selanjutnya, disarankan dalam penyusunan kuesioner dilakukan dengan lebih spesifik secara langsung pada indikator-indikator dari masing-masing variabel. Hal ini penting agar instrumen penelitian dapat mengarah pada kondisi psikologis yang dialami responden secara lebih akurat dan menghasilkan data yang lebih valid dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Nurlaila Sari Siregar. (2022). *Fear Of Missing Out (FOMO) dalam Al-Qur'an*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Amalia Febriyanti Jamal. (2023). *Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) Dengan Perilaku Pembelian Implusif pada Siswa Penggemar K-Pop di SMA Negeri 10 Semarang*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Ananda Aulia Fitriana. (2024). *Fenomena Fear Of Missing Out (FOMO) dalam Gaya Hidup Remaja Perkotaan Kota Bekasi*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Aziz, F. A., (2020). Menakar Kesyariahan Fintech Syariah di Indonesia. *Jurnal Kajian Hukum Islam*. Vol. 14., No. 1.
- Bariqi, U. (2024). Pengaruh Pinjaman *Online* terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Kota Bekasi. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 6(1), 31–41.
- BPS Kabupaten Banyumas, pada <https://banyumaskab.bps.go.id/> diakses pada 05 Oktober 2025 Pukul 20.10 WIB
- Darmalaksana. Dkk (2022). Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial. *Gunung Djati Conference Series*, (8): 413.
- Databoks, pada <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023> diakses pada 05 Oktober 2024 pukul 21.00 WIB
- Dimas Saputra. (2024). Analisis Pengaruh Risiko dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Pinjaman *Online* dengan Kemudahan sebagai Variabel Moderasi (Stud Kasus pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas). UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
- Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Banyumas. (2023). Laporan UMKM Kabupaten Banyumas tahun 2022.
- Evy Nurlailatisy Syariifah, Indah Yuliana .(2022). “Literasi Keuangan dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Rasionalitas pada Mahasiswa Manajemen UIN Malang”. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, Vol. 12 No. 2, Desember.
- Hari Sutra Disemadi. Urgensi Suatu Regulasi yang Komprehensif Tentang Fintech Berbasis Pinjaman *Online* Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen di Indonesia 7 (2021).
- Hendra Kusuma & Wiwiek Kusumaning Asmoro. Perkembangan Financial Technology (Fintech) Berdasarkan Persepektif Ekonomi Islam. *Journal Of Islamic Economic Development* 4, no. 2 (2020): 144–45.

- Jawade Hafidz. (2022). Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana. *Jurnal Cakrawala Informasi*, Vol 2 Nomor 1, hal.11.
- John W. Creswell. (2021). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Penerbit Pustaka Pelajar.
- Juma'iyah Nur Wahidah & Khodijah. (2023). Fenomena *Flexing* di Medsos: Dampaknya pada Hubungan Sosial dan Ekonomi. *Jurnal penelitian dan pengabdian masyarakat*. Volume 2, nomor 1 Desember 2023
- Khairatul usrah, D. (2023). Fenomena *Flexing* di Media Sosial dalam Pandangan Al-Qur'an SKRIPSI. 2023.
- Kholifatun Anisa. (2023) Analisis Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif dalam Berbelanja pada E-commerce (Studi Kasus Masyarakat Generasi Z di Kabupaten Banyumas. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Maharseni, N. W. R., Rasmini, N. K., Ariyanto, D., & Mimba, N. P. S. H. (2022). Technology Acceptance Model Dalam Penggunaan Financial Technology Lending Pada Generasi Milenial. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(05), 1000–1013.
- Ma'sumah, S. (2019). Pola Investasi Tenaga Kerja Wanita Indonesia Di Desa Sikanco Kecamatan Nusawungu Kabupaten Cilacap. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 103–128.
- Majelis Ulama Indonesia. (2021, November 11). *Keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa Se-Indonesia VII Tentang Hukum Pinjaman Online (Pinjol)*. MUI.
- Majelis Ulama Indonesia, pada <https://mui.or.id> diakses pada 27 Februari 2025
- Majelis Ulama Indonesia. (2021). Hasil Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia VII Tahun 2021. <https://mui.or.id/>
- Miranda, Dkk. (2023). Pengaruh *FOMO* dan *Hedonic Motivation* terhadap Penggunaan *Paylater* bagi Mahasiswa di Kota Medan. *Journal Point Equilibrium Manajemen & Akuntansi*, (4) (1).
- Nadila Putri Lestari. (2024). “Pengaruh *Fear of missing Out* (FoMO) dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Kalangan Mahasiswa di Pulau Jawa). Politeknik Negeri Jakarta.
- Nurdiansyah, A. (2023). *Flexing di Media Sosial Instagram dalam Perspektif Teori Dramaturgi Erving Goffman di Karang Taruna Desa Sepande Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo*. UIN Sunan Ampel.
- Nur Aslam, Dkk. (2020). Studi Kasus tentang Perilaku *Fear Of Missing Out* (FOMO) dalam Bermedia Sosial dan Penanganannya di SMPN

- Bulukumba. *Journal Of Scholl Counseling: Theory, Aplication and Development*.
- OJK. (2020, Januari 30). *FAQ Fintech Inding*. Otoritas jasa keuangan.
- Putra, Y. S. (2017). THEORITICAL REVIEW: TEORI PERBEDAAN GENERASI. *Among Makarti*, 9(2).
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2018). *eWOM PADA GENERASI Z DI SOSIAL MEDIA*. 20(2).
- Radianto, A. J. V., & Kilay, T. N. (2023). Pengaruh FOMO (*Fear Of Missing Out*) dan *Influencer* terhadap Niatan untuk Membeli pada *E-commerce*. Vol (4), No. (1).
- Rahmad, T. S., Situmeang, A., & Girsang, J. (2024). Urgensi Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Lembaga Pinjaman *Online* Ilegal di Era Revolusi 4.0. *Jurnal Supremasi*, 43–56.
- Rojiati, U., & Afifah, N. (2024). Analisis Fenomena Flexing: Keterkaitan Antara Gaya Hidup dan Popularitas. *Komsospol*, 4(1), 38–47.
- Salsabila, et all., (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Sosial, Dan Gaya Hidup terhadap Pengguna Aplikasi Pinjaman *Online*.
- Santoso, I. H., Widyasari, S., & Soliha, E. (2021). Mengembangkan Perilaku *Conformity Consumption* Dengan Memanfaatkan *Fear Of Missing Out* Konsumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, Volume 15, nomor 2.
- Siti Ma'sumah. (2019). Kumpulan Cara Analisis Data Beserta Contoh Judul dan Hipotesis Penelitian (M. Khusni). Penerbit Rizquna
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Penerbit Alfabeta cv.
- Sulasih, S., Sulyanto, S., Novandari, W., & Munawaroh, A. (2022). Memprediksi Niat Beli Produk Fashion Melalui Aplikasi Marketplace Dengan Theory Planned Behaviour Dan Product Knowledge Sebagai Variabel Moderasi Dengan Analisa Partial Least Square (PLS). *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 1–20
- Susanti, S. (2020). *Persepsi Masyarakat Kota Pekanbaru Tentang Aplikasi Pinjaman Online*. Universitas Riau.
- Tri Wahyuni Yulya, dkk. (2022). Fear Of Missing Out (FOMO) Sebagai Gaya Hidup di Era Modernisasi. *Proceeding Conference on Psychology and Behavioral Sciences*, 1(1), 68–72.
- Viktor Amos & Nataniel Papalangi. (2024). “Pinjaman *Online*: Perilaku Masyarakat dalam Menghadapi Fear of Missing Out”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta*, Volume 6, No. 1, Juli 2024

Wahidah, J. N. Dkk (2023). *FENOMENA FLEXING DI MEDSOS : DAMPAKNYA PADA HUBUNGAN SOSIAL DAN EKONOMI*.

Wahyudin Darmalaksana, “Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial”, Gunung Djati Conference Series, Volume 8 (2022). Hal.413

Widyaningsih, D. N., & Jatmiko, B. (2022). Analisis Kesesuaian Fntech Lending dengan Prinsip Syariah. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, 9(3), 356-366

Wijaya, MA. (2023). Pengaruh Fenomena *Flexing* terhadap Sikap Investasi Masyarakat dengan Aspek Prudential sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Generasi Z di Kota Bandar Lampung. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat, Perkenalkan saya Siti Aisyah Mahasiswa program studi Ekonomi Syariah FEBI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul "Pengaruh Fear Of Missing Out dan Flexing terhadap Penggunaan Pinjaman *Online* dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Generasi Z di Kabupaten Banyumas)". Saya mengharapkan kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini.

Mohon mengisi kuesioner dengan sejujur-jujurnya (nama anda akan dijaga kerahasiaannya).

Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

1. Merupakan pengguna pinjaman *online* yang sudah terdaftar di OJK
2. Berusia 17-29 tahun (Generasi Z)
3. Berdomisili di Kabupaten Banyumas

A. Kriteria Responden

1. Merupakan pengguna pinjaman *online* yang sudah terdaftar di OJK
2. Berusia 17-29 tahun (generasi Z)
3. Berdomisili di Kabupaten Banyumas

B. Identitas Responden

1. Nama :
 2. Usia :
 3. Email :
 4. Jenis Kelamin :
 5. Pekerjaan :
 6. Status Pernikahan :
 7. Domisili/Tempat tinggal saat ini :
1. Apa aplikasi pinjaman *online* yaang anda gunakan?
 2. Sudah berapa lama anda menggunakan pinjaman *online*?
 - Kurang dari 1 bulan
 - 1-6 bulan
 - 6-12 bulan
 - 1-2 tahun

- Lebih dari 2 tahun

3. Apa keunggulan dari pinjaman *online* yang anda gunakan?

C. Daftar Pernyataan kuesioner

Panduan Pengisian:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

a) Variabel *Fear of missing out* (fomo)

Fear Of Missing Out yakni berupa perasaan cemas dan takut tertinggal sesuatu yang sedang populer atau aktivitas sosial yang sedang trending.

Daftar Pernyataan untuk variabel FOMO

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa takut ketinggalan tren jika tidak mengikuti aktivitas populer yang sedang ramai, sehingga saya menggunakan pinjaman <i>online</i> untuk bisa ikut serta.					
2	Saya khawatir tertinggal dari teman-teman jika tidak ikut serta dalam kegiatan yang sedang tren, sehingga menggunakan pinjaman <i>online</i> untuk bisa ikut serta.					
3	Ketika melihat teman-teman saya berpartisipasi dalam suatu acara, saya merasa cemas jika saya tidak bisa ikut serta.					
Mengapa anda merasa perlu selalu terhubung dengan internet?						

b) Variabel *Flexing*

Flexing adalah perilaku memamerkan kekayaan di media sosial berpotensi mengubah standar nilai di masyarakat.

Daftar Pernyataan untuk variabel Flexing

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa perlu untuk menunjukkan gaya hidup saya melalui barang atau pengalaman yang saya beli, meskipun saya menggunakan pinjaman <i>online</i> untuk itu.					
2	Saya merasa lebih percaya diri ketika bisa menunjukkan kemampuan finansial saya melalui barang dan layanan yang saya beli, meskipun saya harus menggunakan pinjaman <i>online</i> untuk membelinya.					
3	Saya merasa bahwa menunjukkan barang dan layanan yang saya beli dengan pinjaman <i>online</i> dapat meningkatkan status sosial dan personal branding saya di media sosial.					
Menurut anda, mengapa orang lain harus mengetahui kemampuan atau pencapaian yang anda dapatkan?						

c) Variabel Penggunaan pinjaman *online*

Pinjaman *online* ialah salah satu inovasi pada bidang keuangan dengan pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pemberi pinjaman dan penerima pinjaman melakukan transaksi pinjam meminjam tanpa harus bertemu langsung.

Daftar pernyataan variabel penggunaan pinjaman *online*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa pinjaman <i>online</i> lebih mudah diakses dan mempunyai layanan yang baik					
2	Saya merasa aman menggunakan pinjaman <i>online</i> karena informasi mengenai identitas saya dirahasiakan					
3	Pinjaman <i>online</i> yang saya gunakan sudah berizin resmi dari OJK					
Apa alasan anda lebih memilih meminjam uang melalui pinjaman <i>online</i> daripada melalui perbankan?						

d) Variabel Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengelola keuangan agar mencapai kemakmuran finansial.

Daftar pernyataan variabel Literasi Keuangan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Pemahaman tentang literasi keuangan membantu saya membuat keputusan keuangan yang lebih baik, terutama dalam keputusan menggunakan pinjaman <i>online</i> karena pengaruh sosial.					
2	Saya selalu menyusun rencana anggaran keuangan pribadi					
4	Saya percaya bahwa menginvestasikan uang adalah cara yang baik untuk mengelola keuangan agar terhindar dari penggunaan pinjaman <i>online</i> dimasa yang akan datang.					
Bagaimana cara anda mengelola keuangan?						



Lampiran 2: Daftar Pinjaman *Online* Berizin dan Diawasi OJK

No	No	Perusahaan
1	Danamas	PT Pasar Dana Pinjaman
2	investree	PT Investree Radhika Jaya
3	amartha	PT Amartha Mikro Fintek
4	DOMPET Kilat	PT Indo Fin Tek
5	Boost	PT Creative Mobile Adventure
6	TOKO MODAL	PT Toko Modal Mitra Usaha
7	modalku	PT Mitrausaha Indonesia Grup
8	KTA KILAT	PT Pendanaan Teknologi Nusa
9	Kredit Pintar	PT Kredit Pintar Indonesia
10	Maucash	PT Astra Welab Digital Arta
11	Finmas	PT Oriente Mas Sejahtera
12	KlikA2C	PT Aman Cermat Cepat
13	Akseleran	PT Akseleran Keuangan Inklusif Indonesia
14	Ammana.id	PT Ammana Fintek Syariah
15	PinjamanGO	PT Dana Pinjaman Inklusif
16	KoinP2P	PT Lunaria Annua Teknologi
17	pohondana	PT Pohon Dana Indonesia
18	MEKAR	PT Mekar Investama Teknologi
19	AdaKami	PT Pembiayaan Digital Indonesia
20	ESTA KAPITAL FINTEK	PT Esta Kapital Fintek
21	KREDITPRO	PT Tri Digi Fin
22	FINTAG	PT Fintegra Homido Indonesia
23	RUPIAH CEPAT	PT Kredit Utama Fintech Indonesia
24	CROWDO	PT Mediator Komunitas Indonesia
25	Indodana indodana.id	PT Artha Dana Teknologi
26	JULO	PT Julo Teknologi Finansial
27	Pinjamwinwin	PT Progo Puncak Group
28	DanaRupiah	PT Layanan Keuangan Berbagi
29	OVO Finansial	PT Indonusa Bara Sejahtera
30	Pinjam Modal	PT Finansial Integrasi Teknologi
31	ALAMI	PT Alami Fintek Sharia
32	AwanTunai	PT Simplefi Teknologi Indonesia
33	Danakini	PT Dana Kini Indonesia
34	Singa	PT Abadi Sejahtera Finansindo
35	DANAMERDEKA	PT Intekno Raya
36	EASYCASH	PT Indonesia Fintopia Technology
37	PINJAM YUK	PT Kuaikuai Tech Indonesia
38	FinPlus	PT Rezeki Bersama Teknologi
39	UangMe	PT Uangme Fintek Indonesia
40	PinjamDuit	PT Stanford Teknologi Indonesia

41	DANA SYARIAH	PT Dana Syariah Indonesia
42	BATUMBU	PT Berdayakan Usaha Indonesia
43	Cashcepat	PT Artha Permata Makmur
44	klikUMKM	PT Pinjaman Kemakmuran
45	Pinjam Gampang	PT Kredit Plus Teknologi
46	cicil	PT Cicil Solusi Mitra Teknologi
47	lumbungdana	PT Lumbung Dana Indonesia
48	KREDI	PT Inovasi Terdepan Nusantara
49	Kredinesia	PT Kreditku Teknologi Indonesia
50	Pintek	PT Pinduit Teknologi Indonesia
51	ModalRakyat	PT Modal Rakyat Indonesia
52	SOLUSIKU	PT Anugerah Digital Indonesia
53	Cairin	PT Idana Solusi Sejahtera
54	TrustIQ	PT Trust Teknologi Finansial
55	KLIK KAMI	PT Harapan Fintech Indonesia
56	Duha SYARIAH	PT Duha Madani Syariah
57	Invoila	PT Sol Mitra Fintec
58	Sanders One Stop Solution	PT Satustop Finansial Solusi
59	DanaBagus	PT Dana Bagus Indonesia
60	UKU	PT Teknologi Merlin Sejahtera
61	KREDITO	PT Fintek Digital Indonesia
62	AdaPundi	PT Info Tekno Siaga
63	Lentera Dana Nusantara	PT Lentera Dana Nusantara
64	Modal Nasional	PT Solusi Teknologi Finansial
65	Komunal	PT Komunal Finansial Indonesia
66	Restock.ID	PT Cerita Teknologi Indonesia
67	Ringan	PT Ringan Teknologi Indonesia
68	Avantee	PT Grha Dana Bersama
69	Gradana	PT Gradana Teknoruci Indonesia
70	Danacita	PT Inclusive Finance Group
71	IKI Modal	PT IKI Karunia Indonesia
72	Ivoji	PT Finansia Aira Teknologi
73	Indofund.id	PT Bursa Akselerasi
74	iGrow	PT LinkAja Modalin Nusantara
75	Danai.id	PT Adiwisista Finansial Teknologi
76	DUMI minjem.com	PT Fidac Inovasi Teknologi
77	LAHAN SIKAM	PT Lampung Berkah Finansial Teknologi
78	qazwa.id	PT Qazwa Mitra Hasanah
79	KrediFazz	PT KrediFazz Digital Indonesia
80	Doeku	PT Doeku Peduli Indonesia
81	Aktivaku	PT Aktivaku Investama Teknologi
82	Danain	PT Mulia Inovasi
83	Indosaku	PT Sens Teknologi Indonesia
84	EDUFUND	PT Fintech Bina Bangsa

85	GandengTangan	PT Kreasi Anak Indonesia
86	PAPITUPI SYARIAH	PT Piranti Alphabet Perkasa
87	BantuSaku	PT Smartec Teknologi Indonesia
88	danabijak	PT Digital Micro Indonesia
89	AdaModal	PT Solid Fintek Indonesia
90	SamaKita	PT Sejahtera Sama Kita
91	KawanCicil	PT Kawan Cicil Teknologi Utama
92	CROWDE	PT Crowde Membangun Bangsa
93	KlikCair	PT Klikcair Magga Jaya
94	ETHIS	PT Ethis Fintek Indonesia
95	SAMIR	PT Sahabat Mikro Fintek
96	UATAS	PT Plus Ultra Abadi
97	Asetku	PT Pintar Inovasi
98	Findaya	PT Mapan Global Reksa



Lampiran 3: Data Tabulasi Penelitian

No	X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL X1	X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL X2	Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL Y	Z.1	Z.2	Z.3	TOTAL Z
1	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	3	4	12
2	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
3	3	3	3	9	2	2	2	6	3	2	3	8	4	4	3	11
4	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	4	12
5	2	5	1	8	2	3	2	7	5	5	5	15	4	3	4	11
6	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
7	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
9	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15	3	4	4	11
10	1	1	1	3	1	1	1	3	5	1	3	9	5	5	5	15
11	2	2	2	6	2	2	2	6	4	3	5	12	5	4	5	14
12	4	1	5	10	5	4	5	14	5	5	5	15	4	3	4	11
13	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
14	4	5	3	12	3	3	3	9	5	4	5	14	3	3	4	10
15	3	3	2	8	2	2	2	6	4	4	3	11	3	4	3	10
16	1	1	1	3	2	3	2	7	5	5	5	15	5	5	5	15
17	4	3	4	11	3	4	4	11	4	4	5	13	5	5	5	15
18	2	2	3	7	4	4	3	11	4	4	4	12	3	2	3	8
19	3	4	2	9	4	3	3	10	5	4	5	14	5	4	5	14
20	2	3	1	6	3	2	2	7	4	3	4	11	4	4	4	12
21	1	1	1	3	1	1	1	3	3	1	4	8	4	4	5	13
22	1	2	1	4	2	1	1	4	3	3	5	11	4	5	4	13
23	4	3	5	12	5	5	5	15	5	1	4	10	3	3	4	10
24	3	4	4	11	3	4	4	11	4	3	5	12	4	4	5	13
25	4	1	1	6	1	1	1	3	3	3	4	10	2	4	3	9
26	3	3	3	9	4	3	3	10	4	3	5	12	3	3	3	9
27	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
28	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6
29	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
30	4	3	2	9	3	4	4	11	4	4	5	13	4	4	4	12
31	4	4	4	12	2	2	2	6	5	4	4	13	3	2	2	7
32	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
33	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	2	7	2	3	3	8
34	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	1	3	3	7
35	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	3	13	3	3	5	11
36	1	5	2	8	1	1	1	3	5	5	5	15	3	2	4	9
37	4	4	1	9	4	4	5	13	5	3	5	13	3	3	3	9
38	1	4	1	6	2	1	2	5	4	3	3	10	3	2	5	10
39	4	3	5	12	5	2	2	9	3	4	3	10	4	3	4	11
40	1	1	2	4	1	2	2	5	5	4	5	14	5	5	5	15
41	1	1	1	3	3	2	3	8	1	2	3	6	5	4	5	14
42	2	3	1	6	1	1	1	3	4	3	4	11	5	4	4	13
43	2	2	2	6	2	2	2	6	3	4	4	11	4	4	4	12
44	1	1	1	3	2	1	1	4	5	5	4	14	5	5	5	15

45	1	1	1	3	1	2	2	5	4	4	4	12	3	3	4	10
46	3	2	4	9	3	4	2	9	2	1	1	4	3	1	2	6
47	3	3	3	9	1	2	3	6	4	3	4	11	4	4	4	12
48	5	5	5	15	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	5	11
49	3	3	1	7	1	1	1	3	3	3	4	10	5	4	4	13
50	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
51	1	1	1	3	2	3	3	8	4	5	5	14	3	3	3	9
52	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9
53	2	4	1	7	1	1	1	3	3	3	5	11	3	4	5	12
54	1	1	1	3	1	1	1	3	3	3	5	11	5	5	5	15
55	4	5	5	14	4	5	3	12	4	4	3	11	5	4	4	13
56	5	4	3	12	5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	5	14
57	5	4	5	14	4	4	5	13	4	5	4	13	4	5	5	14
58	4	5	5	14	5	4	5	14	4	5	4	13	5	4	3	12
59	4	5	4	13	5	4	5	14	3	4	3	10	4	5	4	13
60	4	5	4	13	3	4	5	12	4	4	3	11	4	5	4	13
61	4	5	5	14	5	4	4	13	5	5	5	15	4	5	5	14
62	4	5	3	12	3	4	3	10	4	4	5	13	4	5	5	14
63	4	5	4	13	4	5	5	14	4	5	4	13	4	5	3	12
64	4	5	3	12	4	5	4	13	5	5	3	13	5	4	4	13
65	5	4	4	13	4	5	4	13	4	3	4	11	5	4	5	14
66	3	3	4	10	4	4	3	11	3	3	4	10	4	3	5	12
67	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11
68	4	3	3	10	3	3	3	9	3	4	4	11	3	4	4	11
69	4	4	5	13	4	3	3	10	3	3	4	10	4	4	5	13
70	4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	4	12	3	4	3	10
71	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
72	4	4	4	12	4	3	4	11	3	5	4	12	3	4	3	10
73	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	5	13	4	4	4	12
74	2	2	2	6	2	2	2	6	4	4	3	11	3	3	3	9
75	3	4	4	11	3	4	4	11	4	5	3	12	3	3	4	10
76	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11
77	3	4	3	10	3	3	3	9	4	4	5	13	4	4	4	12
78	3	3	5	11	3	3	4	10	3	4	4	11	4	3	4	11
79	3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	2	8	3	3	3	9
80	4	4	3	11	3	3	4	10	3	4	4	11	3	3	4	10
81	2	4	3	9	4	2	3	9	5	4	5	14	3	3	5	11
82	1	1	1	3	2	2	2	6	4	4	4	12	2	3	4	9
83	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	3	5	1	1	4	6
84	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
85	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
86	2	2	2	6	2	2	3	7	3	2	3	8	4	4	5	13
87	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11
88	2	4	2	8	4	3	5	12	5	3	5	13	5	5	5	15
89	4	4	2	10	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12
90	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13	4	5	4	13
91	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	5	14	5	4	4	13

92	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	4	13	4	5	5	14
93	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	5	14	4	4	4	12
94	4	4	5	13	4	4	3	11	5	4	4	13	4	5	4	13
95	4	5	4	13	4	5	4	13	4	3	4	11	3	4	5	12
96	4	5	3	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	3	3	10
97	4	4	5	13	4	5	4	13	4	5	4	13	4	5	4	13
98	4	3	3	10	5	4	4	13	4	4	3	11	4	3	4	11
99	4	5	3	12	4	3	4	11	4	4	5	13	4	5	4	13
100	4	5	3	12	4	4	3	11	5	3	4	12	5	4	3	12
101	3	4	3	10	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	4	10
102	2	1	2	5	2	3	2	7	3	3	5	11	1	1	2	4
103	4	2	2	8	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12
104	4	4	4	12	3	2	2	7	4	4	2	10	3	3	4	10
105	3	4	3	10	3	4	2	9	3	3	4	10	4	2	4	10
106	3	4	4	11	3	2	4	9	4	4	3	11	3	3	4	10
107	4	5	5	14	5	5	4	14	4	5	5	14	3	2	3	8
108	3	4	4	11	2	2	3	7	4	4	3	11	4	3	3	10
109	4	4	4	12	3	3	4	10	5	3	4	12	4	4	4	12
110	4	4	4	12	3	4	4	11	2	2	2	6	4	4	3	11
111	2	2	4	8	3	3	2	8	3	4	3	10	4	4	3	11
112	3	2	3	8	4	3	4	11	2	3	3	8	4	4	3	11
113	2	2	3	7	2	2	2	6	3	2	2	7	3	4	3	10
114	4	3	4	11	3	2	3	8	2	3	2	7	2	4	3	9
115	2	2	3	7	2	2	2	6	2	3	2	7	2	1	3	6
116	2	2	3	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	4	8
117	3	2	1	6	4	4	3	11	3	3	4	10	3	4	4	11
118	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	3	10
119	3	4	4	11	3	4	4	11	3	5	4	12	4	3	3	10
120	4	2	3	9	3	4	4	11	4	3	4	11	3	3	4	10
121	3	2	2	7	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11
122	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	4	11
123	4	2	4	10	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11
124	3	4	3	10	3	2	1	6	3	3	3	9	3	3	3	9
125	3	2	2	7	2	3	3	8	2	4	2	8	2	2	2	6
126	4	4	4	12	2	2	2	6	3	4	3	10	2	2	3	7
127	2	2	2	6	4	4	4	12	4	4	5	13	3	4	4	11
128	2	2	3	7	2	2	3	7	2	4	4	10	4	4	4	12
129	3	2	2	7	3	4	3	10	4	4	4	12	3	2	2	7
130	2	2	3	7	2	2	2	6	4	3	4	11	3	2	3	8
131	2	2	3	7	2	2	3	7	4	3	4	11	3	4	3	10
132	2	2	3	7	3	3	4	10	3	4	3	10	2	3	4	9
133	4	2	2	8	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
134	5	4	4	13	5	4	4	13	5	5	5	15	4	5	4	13
135	5	4	5	14	4	5	4	13	5	4	5	14	5	4	4	13
136	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13	5	4	4	13
137	5	4	4	13	4	5	5	14	5	5	4	14	4	4	5	13
138	5	4	5	14	5	4	4	13	4	5	4	13	4	5	4	13

139	3	4	3	10	2	3	2	7	3	3	2	8	3	2	2	7
140	3	3	3	9	4	3	3	10	3	2	3	8	3	5	3	11
141	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	4	10
142	3	3	4	10	3	3	2	8	3	3	4	10	3	3	4	10
143	2	2	3	7	3	3	2	8	3	3	3	9	4	2	3	9
144	3	3	3	9	2	4	4	10	2	3	4	9	4	4	4	12
145	2	2	3	7	4	4	4	12	5	4	4	13	3	4	4	11
146	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	5	13	4	4	5	13
147	4	3	4	11	4	3	4	11	3	4	4	11	3	4	4	11
148	3	2	2	7	3	4	4	11	3	3	4	10	4	4	4	12
149	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	3	11
150	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11	3	2	2	7
151	2	2	2	6	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
152	1	2	1	4	2	1	2	5	4	3	5	12	4	4	5	13
153	2	2	2	6	2	2	1	5	4	5	5	14	4	4	4	12
154	3	4	3	10	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	4	12
155	3	2	2	7	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
156	3	3	4	10	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11
157	3	2	2	7	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11
158	3	3	2	8	2	3	3	8	4	3	4	11	3	2	3	8
159	3	3	3	9	2	2	3	7	3	3	3	9	3	3	3	9
160	3	4	3	10	3	2	3	8	3	4	3	10	4	2	3	9
161	2	3	4	9	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9
162	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10
163	3	4	4	11	3	3	4	10	3	4	4	11	3	4	2	9
164	3	4	4	11	3	3	3	9	3	5	5	13	3	3	4	10
165	3	4	4	11	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9
166	2	3	3	8	4	2	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9
167	3	4	3	10	3	3	3	9	2	3	3	8	3	4	3	10
168	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
169	3	4	4	11	2	3	3	8	3	4	4	11	3	3	4	10
170	3	3	3	9	3	4	3	10	4	3	3	10	2	3	3	8
171	3	4	3	10	3	3	3	9	3	4	2	9	3	3	3	9
172	2	3	3	8	3	3	4	10	4	3	4	11	2	4	3	9
173	3	4	4	11	3	3	2	8	3	3	3	9	3	2	3	8
174	3	4	4	11	3	4	4	11	2	3	4	9	2	4	3	9
175	3	4	3	10	3	3	2	8	4	3	4	11	3	3	3	9
176	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	5	14
177	4	5	5	14	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	5	13
178	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	5	14	5	4	5	14
179	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	4	14	4	5	4	13
180	5	4	5	14	4	4	4	12	5	4	5	14	4	4	5	13
181	4	5	5	14	4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	5	13
182	4	5	4	13	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12
183	4	5	4	13	5	5	4	14	4	4	5	13	4	4	5	13
184	5	4	4	13	4	5	5	14	5	4	4	13	5	5	5	15
185	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	5	14	4	5	5	14

186	3	5	3	11	3	2	2	7	3	3	3	9	3	4	3	10
187	3	3	4	10	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9
188	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
189	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	4	10
190	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8
191	3	3	2	8	3	3	4	10	2	3	3	8	3	3	2	8
192	3	3	3	9	2	3	3	8	2	5	3	10	3	2	3	8
193	2	1	3	6	2	3	4	9	2	3	3	8	3	3	3	9
194	2	4	3	9	4	4	3	11	2	3	3	8	3	4	3	10
195	3	4	4	11	2	4	3	9	3	3	4	10	2	4	3	9
196	3	5	3	11	3	3	3	9	3	1	3	7	3	3	3	9
197	4	3	4	11	4	4	4	12	4	1	5	10	3	3	4	10
198	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
199	2	4	3	9	3	4	3	10	3	4	3	10	3	2	3	8
200	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	3	9
201	4	3	5	12	4	3	4	11	5	3	5	13	5	5	5	15
202	3	4	5	12	4	4	3	11	5	5	5	15	3	3	5	11
203	3	5	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
204	4	5	3	12	4	3	3	10	4	4	3	11	4	5	5	14
205	3	2	2	7	2	3	4	9	5	3	4	12	5	5	5	15
206	1	1	1	3	1	1	1	3	5	3	5	13	4	4	3	11
207	3	3	2	8	3	3	2	8	5	4	5	14	5	5	5	15
208	2	3	3	8	1	2	3	6	3	3	4	10	3	3	4	10
209	3	2	4	9	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9
210	1	1	1	3	1	3	3	7	3	3	5	11	5	5	5	15
211	2	3	2	7	2	2	2	6	2	3	3	8	4	3	3	10
212	2	2	2	6	2	2	3	7	2	2	3	7	4	3	4	11
213	3	3	2	8	2	3	3	8	4	4	3	11	4	3	2	9
214	3	2	2	7	2	3	3	8	3	4	4	11	4	4	3	11
215	3	2	2	7	2	2	3	7	3	3	3	9	3	2	3	8
216	3	4	4	11	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10
217	3	4	4	11	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10
218	3	4	4	11	3	3	3	9	4	5	3	12	4	4	3	11
219	3	4	4	11	3	3	3	9	4	3	3	10	4	4	3	11
220	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	11
221	4	4	3	11	4	3	3	10	5	3	3	11	4	4	4	12
222	4	3	4	11	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	3	11
223	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	3	10
224	3	4	5	12	4	3	3	10	4	3	4	11	4	3	3	10
225	5	4	5	14	4	3	4	11	4	3	3	10	4	4	4	12
226	4	4	3	11	4	3	3	10	3	4	4	11	3	3	3	9
227	3	2	3	8	2	3	3	8	3	2	3	8	2	2	2	6
228	2	2	3	7	3	5	4	12	4	3	3	10	4	4	3	11
229	4	4	3	11	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	5	13
230	2	3	3	8	3	2	3	8	4	3	3	10	4	4	3	11
231	4	4	3	11	3	4	4	11	5	3	4	12	4	4	4	12
232	4	4	3	11	3	3	4	10	4	3	4	11	4	4	3	11

233	3	3	3	9	3	4	4	11	4	3	5	12	4	4	3	11
234	4	4	3	11	3	4	4	11	2	3	2	7	4	4	3	11
235	5	4	3	12	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	3	11
236	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	4	11
237	3	5	3	11	4	3	4	11	4	4	3	11	3	4	4	11
238	3	4	3	10	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	3	10
239	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10
240	4	4	4	12	3	4	3	10	2	2	2	6	3	3	4	10
241	3	4	3	10	5	5	5	15	3	3	3	9	4	4	3	11
242	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	3	10
243	5	5	3	13	3	4	3	10	4	4	3	11	3	3	3	9
244	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10	3	4	4	11
245	3	3	3	9	4	4	3	11	4	5	3	12	4	4	3	11
246	3	4	5	12	5	5	5	15	1	3	2	6	3	4	3	10
247	4	5	4	13	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	3	10
248	5	5	3	13	5	4	5	14	4	3	3	10	4	4	4	12
249	4	4	5	13	4	4	3	11	2	3	3	8	3	3	3	9
250	2	2	3	7	3	3	3	9	5	4	4	13	4	4	3	11
251	3	4	3	10	4	4	3	11	4	3	3	10	3	3	3	9
252	3	1	2	6	4	3	3	10	4	3	3	10	5	4	5	14
253	4	5	3	12	4	4	3	11	4	5	3	12	4	4	4	12
254	3	4	3	10	2	2	3	7	4	5	3	12	5	5	3	13
255	3	4	5	12	1	2	3	6	5	5	4	14	3	5	3	11
256	2	2	1	5	3	4	3	10	5	5	3	13	3	3	3	9
257	5	5	4	14	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	11
258	2	3	3	8	2	3	2	7	3	3	3	9	3	4	3	10
259	4	4	2	10	4	4	3	11	5	4	5	14	3	3	3	9
260	5	5	3	13	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	5	13
261	4	4	5	13	5	4	4	13	4	3	4	11	4	3	5	12
262	4	3	3	10	4	5	5	14	5	3	4	12	3	5	3	11
263	3	5	3	11	4	4	3	11	4	5	3	12	3	4	3	10
264	4	4	3	11	4	3	3	10	3	5	3	11	3	3	3	9
265	5	5	5	15	4	4	4	12	4	3	3	10	5	3	5	13
266	4	4	4	12	4	4	2	10	3	2	3	8	4	4	3	11
267	4	3	3	10	4	4	3	11	4	3	3	10	2	2	2	6
268	3	4	3	10	3	4	3	10	4	3	3	10	2	1	1	4
269	4	4	3	11	5	4	3	12	4	3	3	10	2	4	3	9
270	4	4	3	11	4	5	3	12	1	1	1	3	4	4	3	11
271	4	4	3	11	4	5	3	12	2	3	3	8	4	4	3	11
272	4	4	3	11	3	3	3	9	4	3	3	10	2	3	3	8
273	4	4	3	11	5	5	3	13	4	3	3	10	3	4	3	10
274	4	4	3	11	2	3	3	8	4	3	3	10	3	3	3	9
275	4	4	3	11	4	4	3	11	3	3	3	9	4	4	3	11
276	4	4	3	11	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	3	11
277	4	4	3	11	5	4	5	14	4	3	3	10	4	4	3	11
278	4	3	3	10	5	5	5	15	4	3	3	10	4	4	3	11
279	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11

280	4	5	3	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11
281	4	3	3	10	4	3	3	10	5	3	3	11	5	4	3	12
282	5	4	3	12	3	4	3	10	5	5	3	13	2	2	2	6
283	4	5	3	12	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	3	11
284	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	3	10	2	1	3	6
285	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	5	13
286	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	3	10	5	4	5	14
287	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	3	11
288	4	4	3	11	3	4	3	10	4	3	3	10	4	3	4	11
289	5	4	3	12	5	4	5	14	4	3	3	10	3	3	3	9
290	3	4	3	10	4	4	5	13	4	3	3	10	4	5	3	12
291	2	4	3	9	4	4	3	11	4	3	3	10	4	5	3	12
292	3	4	3	10	3	4	5	12	4	3	3	10	4	4	4	12
293	1	3	3	7	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	3	11
294	5	5	5	15	4	5	3	12	4	3	3	10	3	2	3	8
295	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	5	13
296	4	4	3	11	4	5	4	13	4	3	3	10	4	4	3	11
297	4	4	5	13	4	4	4	12	4	3	3	10	1	1	1	3
298	4	3	3	10	4	4	5	13	4	3	3	10	4	4	3	11
299	5	5	5	15	2	2	3	7	4	3	3	10	4	5	3	12
300	4	5	5	14	1	3	3	7	2	2	3	7	5	4	3	12
301	4	4	5	13	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	4	11
302	5	4	3	12	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	5	13
303	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	3	10	5	5	4	14
304	1	1	2	4	1	1	2	4	2	1	2	5	4	4	5	13
305	2	1	1	4	1	1	1	3	4	4	5	13	4	4	4	12
306	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	5	5	12
307	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	4	10	3	4	3	10
308	3	2	3	8	1	1	1	3	3	3	5	11	3	5	3	11
309	3	4	3	10	3	3	4	10	2	4	3	9	2	3	3	8
310	3	4	3	10	3	4	3	10	3	5	3	11	3	3	3	9
311	3	4	3	10	3	2	1	6	2	2	3	7	2	3	2	7
312	5	4	5	14	5	5	5	15	5	1	5	11	1	1	4	6
313	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
314	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
315	2	4	5	11	4	4	2	10	3	4	2	9	3	5	5	13
316	2	5	5	12	5	2	4	11	1	2	2	5	4	2	3	9
317	5	4	4	13	4	4	2	10	3	4	3	10	3	1	1	5
318	4	4	5	13	5	1	4	10	1	4	4	9	5	4	2	11
319	5	5	2	12	4	1	3	8	2	5	3	10	5	2	3	10
320	5	3	2	10	5	3	3	11	5	4	4	13	4	4	3	11
321	3	4	4	11	5	3	5	13	5	3	5	13	3	5	5	13
322	5	5	4	14	4	1	3	8	4	4	4	12	3	4	2	9
323	3	4	3	10	3	3	5	11	2	3	1	6	2	3	5	10
324	1	2	1	4	5	1	3	9	2	5	5	12	3	4	5	12
325	2	5	3	10	2	4	2	8	2	2	4	8	3	5	2	10
326	5	5	2	12	5	5	2	12	3	5	4	12	4	3	3	10

327	3	4	3	10	4	5	5	14	2	5	2	9	4	5	3	12
328	3	5	1	9	4	3	5	12	4	4	3	11	4	5	3	12
329	2	3	2	7	5	4	1	10	5	2	2	9	4	3	3	10
330	5	4	4	13	2	5	3	10	3	4	1	8	4	2	1	7
331	4	5	4	13	1	2	5	8	5	4	5	14	3	3	2	8
332	3	3	3	9	5	3	2	10	1	3	3	7	3	4	5	12
333	2	2	1	5	2	2	1	5	3	4	3	10	2	2	2	6
334	2	2	2	6	2	2	2	6	3	2	2	7	1	2	2	5
335	3	4	5	12	3	4	3	10	2	1	2	5	3	2	2	7
336	2	3	2	7	3	2	3	8	2	3	4	9	2	2	2	6
337	1	1	1	3	1	2	1	4	3	4	4	11	3	1	5	9
338	4	5	5	14	4	3	4	11	2	3	3	8	3	3	3	9
339	4	5	5	14	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9
340	2	1	1	4	1	2	1	4	3	3	3	9	2	1	2	5
341	3	4	4	11	2	1	2	5	2	2	2	6	2	3	2	7
342	3	1	3	7	3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	4	10
343	2	2	2	6	2	3	3	8	5	3	2	10	3	4	5	12
344	3	4	4	11	3	3	3	9	2	3	5	10	5	3	3	11
345	3	2	3	8	3	2	3	8	3	3	2	8	2	3	4	9
346	4	5	4	13	3	4	4	11	5	5	5	15	3	4	4	11
347	4	5	4	13	3	4	3	10	5	4	3	12	4	3	2	9
348	4	5	5	14	4	4	4	12	5	3	4	12	4	3	4	11
349	3	2	3	8	4	5	3	12	3	3	3	9	3	4	3	10
350	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	5	14	4	3	3	10
351	3	4	3	10	3	3	3	9	3	2	3	8	3	2	3	8
352	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	3	3	10
353	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	3	2	4	9
354	3	2	2	7	3	2	3	8	3	3	2	8	5	5	4	14
355	3	2	3	8	4	3	3	10	3	4	3	10	3	4	4	11
356	2	3	2	7	3	4	5	12	3	3	3	9	3	2	2	7
357	4	5	5	14	2	3	3	8	2	3	3	8	4	3	3	10
358	2	3	2	7	3	2	3	8	3	2	3	8	2	4	3	9
359	3	2	3	8	4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9
360	2	3	2	7	3	3	3	9	4	4	3	11	4	5	4	13
361	3	4	4	11	5	4	4	13	5	4	4	13	4	3	4	11
362	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	4	3	10
363	3	2	3	8	3	3	4	10	2	2	2	6	3	3	4	10
364	3	3	3	9	2	3	2	7	3	3	3	9	2	2	1	5
365	2	3	3	8	2	1	1	4	4	3	3	10	4	3	3	10
366	4	4	4	12	4	4	5	13	3	4	4	11	2	3	2	7
367	2	3	2	7	2	3	1	6	1	2	1	4	2	3	2	7
368	3	4	4	11	4	3	4	11	4	5	4	13	2	2	3	7
369	5	3	5	13	3	3	5	11	4	4	3	11	4	4	3	11
370	3	3	4	10	3	3	4	10	3	4	4	11	3	3	5	11
371	3	4	3	10	4	4	4	12	2	2	3	7	4	4	4	12
372	3	4	3	10	3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	3	9
373	2	1	2	5	3	2	2	7	2	3	3	8	2	3	2	7

374	3	5	3	11	3	4	3	10	3	3	3	9	4	4	3	11
375	2	3	3	8	1	3	3	7	4	4	4	12	3	3	3	9
376	4	4	3	11	4	4	3	11	4	5	4	13	4	3	4	11
377	3	2	3	8	1	1	1	3	2	2	3	7	2	3	3	8
378	4	4	5	13	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	3	11
379	3	3	4	10	3	4	4	11	2	3	3	8	4	4	4	12
380	5	4	5	14	3	4	3	10	3	4	3	10	4	4	3	11
381	3	3	4	10	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9
382	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	4	10	4	4	3	11
383	3	3	2	8	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	4	10
384	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	4	10
385	3	3	3	9	3	4	5	12	3	5	3	11	4	4	5	13



Lampiran 4: Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas X1 *Fear of Missing Out* (FOMO)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.640**	.610**	.864**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385
X1.2	Pearson Correlation	.640**	1	.580**	.865**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	385	385	385	385
X1.3	Pearson Correlation	.610**	.580**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	385	385	385	385
TOTAL	Pearson Correlation	.864**	.865**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	385	385	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas X2 *Flexing*

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.659**	.605**	.870**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385
X2.2	Pearson Correlation	.659**	1	.639**	.881**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	385	385	385	385
X2.3	Pearson Correlation	.605**	.639**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	385	385	385	385
TOTAL	Pearson Correlation	.870**	.881**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	385	385	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Y Penggunaan Pinjaman Online

		Correlations			
		Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.423**	.523**	.818**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385
Y.2	Pearson Correlation	.423**	1	.427**	.770**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	385	385	385	385
Y.3	Pearson Correlation	.523**	.427**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	385	385	385	385
TOTAL	Pearson Correlation	.818**	.770**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	385	385	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Z Literasi Keuangan

		Correlations			
		Z.1	Z.2	Z.3	TOTAL
Z.1	Pearson Correlation	1	.564**	.452**	.820**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	385	385	385	385
Z.2	Pearson Correlation	.564**	1	.457**	.834**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	385	385	385	385
Z.3	Pearson Correlation	.452**	.457**	1	.785**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	385	385	385	385
TOTAL	Pearson Correlation	.820**	.834**	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	385	385	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas X1 *Fear Of Missing Out*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.823	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	6.7221	3.951	.703	.734
X1.2	6.5273	3.656	.678	.756
X1.3	6.7662	3.805	.656	.778

Hasil Uji Reliabilitas X2 *Flexing*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.839	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	6.6182	3.580	.698	.779
X2.2	6.5610	3.549	.724	.754
X2.3	6.6442	3.756	.683	.794

Hasil Uji Reliabilitas Y Penggunaan Pinjaman *Online*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	7.0519	2.450	.560	.598
Y.2	7.1766	2.714	.487	.686
Y.3	7.0649	2.582	.564	.594

Hasil Uji Reliabilitas Z Literasi Keuangan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z.1	7.0805	2.517	.596	.628
Z.2	7.0727	2.349	.598	.622
Z.3	7.0519	2.581	.514	.720

Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.98389555
Most Extreme Differences	Absolute		.043
	Positive		.040
	Negative		-.043
Test Statistic			.043
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.080
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.081
	99% Confidence Interval		
	Lower Bound	Upper Bound	.074 .088

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.652	.588		7.912	<.001		
	FOMO	.064	.048	.080	1.325	.186	.560	1.787
	FLEXING	.154	.051	.188	3.045	.002	.535	1.870
	LITERASI KEUANGAN	.361	.047	.356	7.656	<.001	.940	1.064

a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE

3. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.302	.372		6.192	<.001
	FOMO	-.045	.031	-.100	-1.475	.141
	FLEXING	-.020	.032	-.044	-.640	.523
	LITERASI KEUANGAN	-.012	.030	-.020	-.386	.700

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

1. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.859	.443	17.751	<,001
	FOMO	.042	.052	.053	.416
	FLEXING	.239	.053	.291	<,001
a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE					

2. Uji T Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.859	.443	17.751	<,001
	FOMO	.042	.052	.053	.416
	FLEXING	.239	.053	.291	<,001
a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE					

3. Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210.063	2	105.031	23.007	<,001 ^b
	Residual	1743.896	382	4.565		
	Total	1953.958	384			

a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE

b. Predictors: (Constant), FLEXING, FOMO

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.328 ^a	.108	.103	2.13663
a. Predictors: (Constant), FLEXING, FOMO				

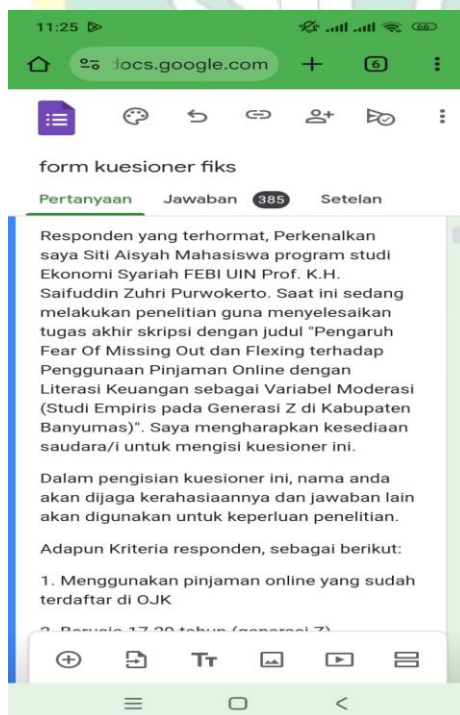
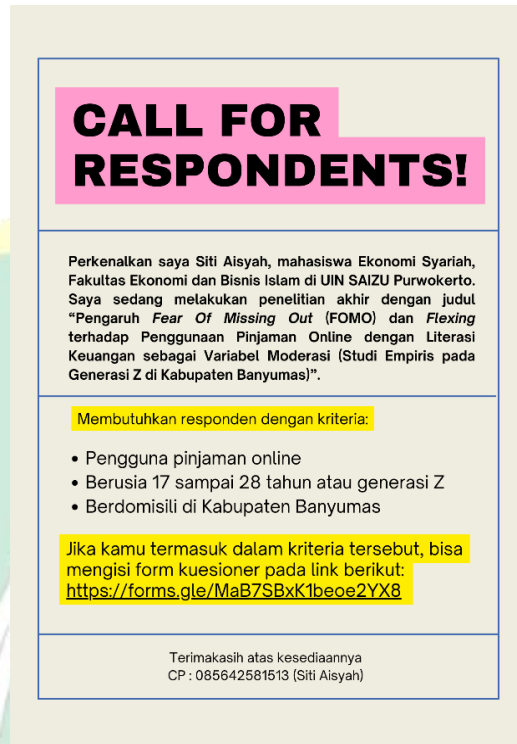
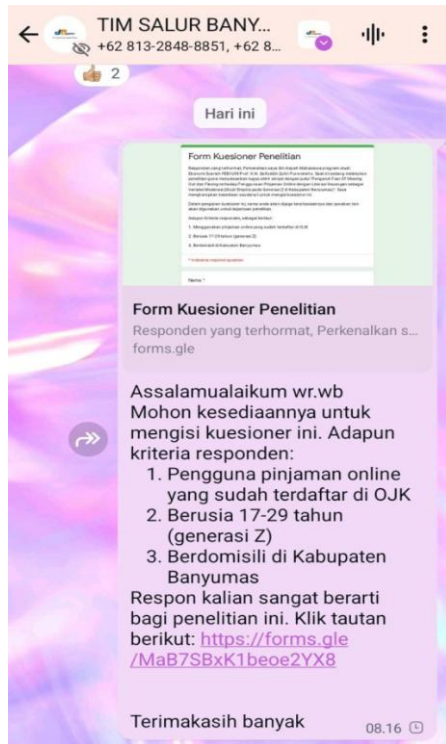
Lampiran 8: Hasil Uji MRA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.755	1.699		3.388	<.,001
	FOMO	-.051	.247	-.063	-.206	.837
	FLEXING	.151	.266	.183	.567	.571
	LITERASI KEUANGAN	.264	.150	.260	1.757	.080
	X1Z	.011	.023	.188	.459	.646
	X2Z	-9.559E-5	.025	-.002	-.004	.997

a. Dependent Variable: PENGGUNAAN PINJAMAN ONLINE



Lampiran 9: Dokumentasi Penelitian



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Siti Aisyah
2. NIM : 214110201057
3. Tempat/Tanggal Lahir : Brebes, 18 Agustus 2002
4. Status : Mahasiswa
5. Nama Orang Tua
 - Nama Ayah : Casyoto
 - Nama Ibu : Casmiah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD, tahun lulus : SD N Sindangwaangi 03, 2015
 - b. MTs, tahun lulus : MTs N 03 Brebes, 2018
 - c. SMA, tahun lulus : SMA N 1 Bantarkawung, 2021
 - d. S.1, tahun masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2021.
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Purwanegara, tahun masuk 2021
3. Pengalaman Magang
 - 1) Divisi Pendampingan UMKM, Hetero Space Banyumas, Oktober 2024
 - 2) Bagian Layanan Pengadaan Barang dan Jasa secara Elektronik (LPSE) Sekretariat Daerah Kabupaten Banyumas, Januari 2025-Februari 2025
4. Pengalaman Organisasi
 - 1) Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) FEBI UIN SAIZU Purwokerto, tahun 2023-2025
 - 2) Ikatan Mahasiswa Brebes Selatan, tahun 2023
 - 3) Investor Saham Pemula (ISP) Purwokerto, tahun 2023

Purwokerto, 23 Mei 2025



Siti Aisyah