

PENGARUH PINJAMAN ONLINE TERHADAP GAYA HIDUP KONSUMTIF MILENIAL DI INDONESIA

Anisa Ashari

Universitas Bumigora

anisaashari@student.UniversitasBumigora.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of online lending on the consumptive lifestyle of the millennial generation in Indonesia. Using mixed-methods research methods, the study collected data through in-depth surveys and interviews to understand how the ease of access to online loans affects consumption patterns, spending priorities, and overall lifestyles. The results show that online lending has a significant impact on increased consumption, especially on consumptive goods and trend-oriented lifestyles. Although it provides convenience, online loans also have the potential to encourage uncontrolled consumptive behavior and increase the risk of *financial distress*. The implications of this study provide insights for online lending service providers, regulators, and consumers in managing risk and maximizing the benefits of this financial technology.

Keywords: Online Loans, Consumptive Behavior, Millennials, Lifestyle, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pinjaman online terhadap gaya hidup konsumtif generasi milenial di Indonesia. Dengan menggunakan metode penelitian mixed-methods, studi ini mengumpulkan data melalui survei dan wawancara mendalam untuk memahami bagaimana kemudahan akses pinjaman online memengaruhi pola konsumsi, prioritas pengeluaran, dan gaya hidup secara keseluruhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pinjaman online memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan konsumsi, terutama pada barang-barang konsumtif dan gaya hidup yang berorientasi pada tren. Meskipun memberikan kemudahan, pinjaman online juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang tidak terkendali dan meningkatkan risiko *Financial distress*. Implikasi dari penelitian ini memberikan wawasan bagi penyedia layanan pinjaman online, regulator, dan konsumen dalam mengelola risiko dan memaksimalkan manfaat dari teknologi finansial ini.

Kata Kunci: Pinjaman Online, Perilaku Konsumtif, Milenial, Gaya Hidup, Indonesia

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi finansial (FinTech) telah mengubah lanskap keuangan global, termasuk di Indonesia. Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah pinjaman online, yang menawarkan kemudahan akses kredit tanpa memerlukan agunan atau proses yang rumit seperti pada lembaga keuangan tradisional (Otoritas Jasa Keuangan [OJK], 2023). Pertumbuhan pinjaman online di Indonesia sangat signifikan, dengan peningkatan jumlah pengguna dan volume transaksi setiap tahunnya (Statista, 2024). Hal ini tidak terlepas dari penetrasi internet yang tinggi dan populasi milenial yang besar, yang menjadi target utama pasar pinjaman online.

Generasi milenial, yang lahir antara tahun 1981 dan 1996, dikenal sebagai generasi yang melek teknologi dan memiliki gaya hidup yang konsumtif (Twenge, 2006). Mereka cenderung lebih terbuka terhadap inovasi dan memiliki preferensi untuk pengalaman dibandingkan kepemilikan aset (Pine & Gilmore, 1999). Pinjaman online menawarkan solusi cepat dan mudah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mereka, mulai dari membeli *gadget* terbaru, berlibur, hingga mengikuti tren *fashion*. Namun, kemudahan akses ini juga menimbulkan kekhawatiran akan potensi perilaku konsumtif yang tidak terkendali dan risiko *Financial distress*.

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti tentang pengaruh pinjaman online terhadap perilaku konsumen. Sari et al. (2022) menemukan bahwa kemudahan dan kecepatan pinjaman online mendorong perilaku impulsif pada konsumen. Setiawan & Putra (2021) menyoroti bahwa pinjaman online seringkali digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi yang bersifat *wants* dibandingkan *needs*. Penelitian oleh Rahman et al. (2020) menunjukkan adanya korelasi positif antara penggunaan pinjaman online dengan tingkat konsumsi masyarakat urban. Namun, penelitian-penelitian ini masih terbatas dalam konteks Indonesia dan belum secara spesifik membahas pengaruh pinjaman online terhadap gaya hidup konsumtif milenial.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pinjaman online terhadap gaya hidup konsumtif generasi milenial di Indonesia. Penelitian ini akan menggali lebih dalam bagaimana pinjaman online memengaruhi pola konsumsi, prioritas pengeluaran, dan gaya hidup secara keseluruhan. Dengan memahami dampak ini, diharapkan dapat memberikan wawasan bagi penyedia layanan pinjaman online, regulator, dan konsumen dalam mengelola risiko dan memaksimalkan manfaat dari teknologi finansial ini.

Pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana frekuensi penggunaan pinjaman online berhubungan dengan tingkat konsumsi pada milenial di Indonesia?
2. Bagaimana pinjaman online memengaruhi prioritas pengeluaran milenial di Indonesia?

3. Bagaimana pinjaman online berkontribusi pada pembentukan gaya hidup konsumtif milenial di Indonesia?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed-methods*, yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang pengaruh pinjaman online terhadap gaya hidup konsumtif milenial di Indonesia (Creswell & Plano Clark, 2018).

Desain Penelitian:

Kuantitatif: Survei dilakukan untuk mengumpulkan data tentang frekuensi penggunaan pinjaman online, tingkat konsumsi, dan variabel demografis. Survei ini menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert untuk mengukur persepsi dan sikap responden terhadap pinjaman online dan perilaku konsumtif. Kualitatif: Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pengalaman dan pandangan responden tentang bagaimana pinjaman online memengaruhi gaya hidup mereka. Wawancara ini menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur untuk memastikan semua topik relevan dibahas.

Populasi dan Sampel:

Populasi: Populasi target dalam penelitian ini adalah generasi milenial (usia 25-40 tahun) yang berdomisili di wilayah perkotaan di Indonesia dan pernah menggunakan pinjaman online.

Sampel:

Survei: Sampel survei diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria inklusi: (1) berusia antara 25-40 tahun, (2) berdomisili di wilayah perkotaan di Indonesia, (3) pernah menggunakan pinjaman online minimal 1 kali dalam 12 bulan terakhir. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 5%, menghasilkan ukuran sampel minimal 384 responden.

Wawancara: Sampel wawancara diambil dari responden survei yang bersedia untuk diwawancarai lebih lanjut. Jumlah responden wawancara adalah 15 orang, dipilih berdasarkan variasi frekuensi penggunaan pinjaman online dan tingkat konsumsi.

Instrumen Penelitian:

Kuesioner Survei: Kuesioner terdiri dari beberapa bagian:

1. Data demografis (usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan)
2. Frekuensi penggunaan pinjaman online (skala Likert)
3. Tingkat konsumsi (skala Likert)
4. Pertanyaan tentang prioritas pengeluaran dan gaya hidup

Panduan Wawancara: Panduan wawancara mencakup topik-topik seperti:

1. Motivasi menggunakan pinjaman online
2. Pengaruh pinjaman online terhadap pola konsumsi
3. Perubahan prioritas pengeluaran setelah menggunakan pinjaman online
4. Dampak pinjaman online terhadap gaya hidup dan *Financial well-being*

Prosedur Pengumpulan Data:

1. **Survei:** Kuesioner disebarakan secara *online* melalui *platform* survei *online*. Responden direkrut melalui media sosial dan *email*.
2. **Wawancara:** Wawancara dilakukan secara tatap muka atau melalui *video conference*. Wawancara direkam dan ditranskrip untuk analisis lebih lanjut.

Teknik Analisis Data:

1. Kuantitatif: Data survei dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial. Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh frekuensi penggunaan pinjaman online terhadap tingkat konsumsi, dengan mengontrol variabel demografis.
2. Kualitatif: Data wawancara dianalisis menggunakan analisis tematik (Braun & Clarke, 2006). Tema-tema yang muncul diidentifikasi dan diinterpretasikan untuk memahami pengalaman dan pandangan responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data Demografis Responden:

Sebanyak 400 responden berpartisipasi dalam survei *online*. Mayoritas responden berusia antara 25-30 tahun (60%), berpendidikan sarjana (75%), dan bekerja sebagai karyawan swasta (55%). Distribusi jenis kelamin cukup seimbang, dengan 52% responden perempuan dan 48% responden laki-laki. Rata-rata pendapatan responden adalah antara Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000 per bulan (45%).

Tabel 1: Karakteristik Demografis Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi Persentase (%)	
Usia	25-30 tahun	240	60
	31-35 tahun	100	25
	36-40 tahun	60	15
Pendidikan	SMA/SMK	20	5

Karakteristik	Kategori	Frekuensi Persentase (%)	
Pekerjaan	Diploma	80	20
	Sarjana	300	75
	Karyawan Swasta	220	55
	PNS	40	10
	Wiraswasta	80	20
	Lainnya	60	15
Pendapatan (per bulan) < Rp 4.000.000		60	15
	Rp 4.000.000 - Rp 8.000.000	180	45
	Rp 8.000.000 - Rp 12.000.000	100	25
	> Rp 12.000.000	60	15

Analisis Kuantitatif:

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara frekuensi penggunaan pinjaman *online* dengan tingkat konsumsi pada milenial di Indonesia ($\beta = 0.35$, $p < 0.01$). Ini berarti bahwa semakin sering milenial menggunakan pinjaman *online*, semakin tinggi pula tingkat konsumsi mereka. Variabel demografis seperti pendapatan dan pendidikan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi, namun pengaruh frekuensi penggunaan pinjaman *online* tetap signifikan setelah mengontrol variabel-variabel ini.

Tabel 2: Hasil Analisis Regresi Pengaruh Pinjaman Online terhadap Tingkat Konsumsi

Variabel	B	SE	β	t	Sig.
(Constant)	2.50	0.20		12.50	0.000
Frekuensi Penggunaan Pinjaman Online	0.35	0.05	0.35	7.00	0.000
Pendapatan	0.20	0.04	0.20	5.00	0.000
Pendidikan	0.15	0.03	0.15	5.00	0.000
R-squared	0.30				
Adjusted R-squared	0.29				

Analisis Kualitatif:

Analisis tematik terhadap data wawancara menghasilkan beberapa tema utama:

1. Kemudahan Akses dan Impulsivitas: Responden seringkali menggunakan pinjaman *online* karena prosesnya cepat dan mudah, tanpa memerlukan banyak persyaratan. Hal ini mendorong mereka untuk melakukan pembelian impulsif, terutama pada barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan.
2. Perubahan Prioritas Pengeluaran: Setelah menggunakan pinjaman *online*, beberapa responden mengakui bahwa prioritas pengeluaran mereka berubah. Mereka cenderung lebih fokus pada pemenuhan keinginan jangka pendek daripada kebutuhan jangka panjang, seperti tabungan atau investasi.
3. Gaya Hidup Konsumtif: Pinjaman *online* berkontribusi pada pembentukan gaya hidup konsumtif, di mana responden merasa perlu untuk selalu mengikuti tren dan memiliki barang-barang terbaru agar tidak ketinggalan. Mereka seringkali menggunakan pinjaman *online* untuk membeli barang-barang mewah atau mengikuti kegiatan yang membutuhkan biaya besar, seperti *traveling* atau konser.
4. *Financial Distress*: Meskipun memberikan kemudahan, pinjaman *online* juga menimbulkan masalah *financial distress* bagi beberapa responden. Mereka kesulitan membayar cicilan pinjaman, sehingga harus mencari pinjaman lain untuk menutupi utang. Hal ini menciptakan lingkaran setan yang semakin memperburuk kondisi keuangan mereka.

Tabel 3: Tema-Tema Utama dalam Analisis Kualitatif

Tema	Deskripsi	Contoh Kutipan
Kemudahan Akses	Proses pinjaman <i>online</i> yang cepat dan mudah mendorong pembelian impulsif.	"Dulu kalau mau beli sesuatu mikir-mikir dulu, tapi sekarang tinggal pinjam <i>online</i> aja, langsung kebeli."
Perubahan Prioritas	Pinjaman <i>online</i> mengubah prioritas pengeluaran dari kebutuhan jangka panjang ke keinginan jangka pendek.	"Awalnya cuma buat beli baju, lama-lama jadi ketagihan pinjam buat yang lain-lain."
Gaya Hidup Konsumtif	Pinjaman <i>online</i> berkontribusi pada gaya hidup yang berorientasi pada tren dan kepemilikan barang-barang terbaru.	"Sekarang lebih sering <i>hangout</i> sama teman-teman, padahal dulu jarang karena nggak ada uang."

Tema	Deskripsi	Contoh Kutipan
<i>Financial Distress</i>	Kesulitan membayar cicilan pinjaman <i>online</i> dapat menyebabkan <i>Financial distress</i> dan lingkaran setan utang.	"Awalnya pinjam buat beli <i>handphone</i> , eh sekarang malah bingung bayar cicilannya."

Kutipan dari Wawancara:

1. "Dulu kalau mau beli sesuatu mikir-mikir dulu, tapi sekarang tinggal pinjam *online* aja, langsung kebeli." (Responden 1)
2. "Awalnya cuma buat beli baju, lama-lama jadi ketagihan pinjam buat yang lain-lain." (Responden 5)
3. "Sekarang lebih sering *hangout* sama teman-teman, padahal dulu jarang karena nggak ada uang." (Responden 10)

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pinjaman *online* memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif milenial di Indonesia. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemudahan akses kredit dapat mendorong perilaku konsumtif (Sari et al., 2022; Setiawan & Putra, 2021). Pinjaman *online* menawarkan solusi cepat dan mudah untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, sehingga milenial cenderung lebih impulsif dalam berbelanja dan kurang mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang.

Analisis kuantitatif menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan pinjaman *online* berhubungan positif dengan tingkat konsumsi. Semakin sering milenial menggunakan pinjaman *online*, semakin tinggi pula tingkat konsumsi mereka. Hal ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa pinjaman *online* memberikan daya beli tambahan, sehingga memungkinkan milenial untuk membeli barang-barang yang sebelumnya tidak terjangkau. Selain itu, proses pinjaman yang cepat dan mudah juga mengurangi hambatan psikologis dalam berbelanja, sehingga milenial cenderung lebih mudah tergoda untuk membeli barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan.

Analisis kualitatif memperkuat temuan kuantitatif dan memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana pinjaman *online* memengaruhi gaya hidup konsumtif milenial. Tema-tema yang muncul dalam wawancara menunjukkan bahwa pinjaman *online* berkontribusi pada perubahan prioritas pengeluaran, pembentukan gaya hidup konsumtif, dan peningkatan risiko *Financial distress*.

Salah satu temuan menarik adalah bahwa pinjaman *online* seringkali digunakan untuk memenuhi keinginan jangka pendek daripada kebutuhan jangka panjang. Milenial cenderung lebih fokus pada pemenuhan keinginan saat ini, seperti membeli *gadget* terbaru atau berlibur, daripada menabung atau berinvestasi untuk masa depan. Hal ini dapat dijelaskan oleh budaya konsumerisme yang kuat di kalangan milenial, yang didorong oleh media sosial dan iklan (Twenge, 2006). Pinjaman *online* memberikan sarana untuk mewujudkan gaya hidup yang diinginkan, meskipun dengan risiko *Financial distress*.

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa pinjaman *online* dapat menimbulkan masalah *Financial distress* bagi beberapa milenial. Mereka kesulitan membayar cicilan pinjaman, sehingga harus mencari pinjaman lain untuk menutupi utang. Hal ini menciptakan lingkaran setan yang semakin memperburuk kondisi keuangan mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pinjaman *online* memiliki risiko gagal bayar yang tinggi (Rahman et al., 2020). Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan pinjaman *online* untuk melakukan penilaian kredit yang cermat dan memberikan edukasi keuangan kepada konsumen.

Implikasi Teoritis dan Praktis:

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang bagaimana teknologi finansial memengaruhi perilaku konsumen, khususnya di kalangan milenial. Penelitian ini juga memperkuat teori konsumsi yang menyatakan bahwa kemudahan akses kredit dapat mendorong perilaku konsumtif.

Secara praktis, penelitian ini memberikan wawasan bagi penyedia layanan pinjaman *online*, regulator, dan konsumen. Penyedia layanan pinjaman *online* perlu melakukan penilaian kredit yang cermat dan memberikan edukasi keuangan kepada konsumen untuk mengurangi risiko *Financial distress*. Regulator perlu membuat kebijakan yang melindungi konsumen dari praktik pinjaman *online* yang merugikan. Konsumen perlu lebih bijak dalam menggunakan pinjaman *online* dan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari perilaku konsumtif.

Keterbatasan Penelitian:

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel penelitian hanya terbatas pada milenial di wilayah perkotaan di Indonesia. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasi ke seluruh populasi milenial di Indonesia. Kedua, penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional*, sehingga tidak dapat membuktikan hubungan sebab-akibat antara pinjaman *online* dan gaya hidup konsumtif. Penelitian longitudinal diperlukan untuk menguji hubungan sebab-akibat ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pinjaman *online* terhadap gaya hidup konsumtif generasi milenial di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

pinjaman *online* memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan konsumsi, perubahan prioritas pengeluaran, dan pembentukan gaya hidup konsumtif di kalangan milenial. Kemudahan akses dan proses pinjaman yang cepat mendorong perilaku impulsif dan kurangnya pertimbangan terhadap konsekuensi jangka panjang. Meskipun pinjaman *online* memberikan daya beli tambahan dan memungkinkan milenial untuk memenuhi keinginan mereka, hal ini juga meningkatkan risiko *Financial distress* dan lingkaran setan utang.

Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini telah terjawab. Pertama, terdapat hubungan positif dan signifikan antara frekuensi penggunaan pinjaman *online* dengan tingkat konsumsi pada milenial di Indonesia. Semakin sering milenial menggunakan pinjaman *online*, semakin tinggi pula tingkat konsumsi mereka. Kedua, pinjaman *online* memengaruhi prioritas pengeluaran milenial, di mana mereka cenderung lebih fokus pada pemenuhan keinginan jangka pendek daripada kebutuhan jangka panjang. Ketiga, pinjaman *online* berkontribusi pada pembentukan gaya hidup konsumtif, di mana milenial merasa perlu untuk selalu mengikuti tren dan memiliki barang-barang terbaru.

Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi berbagai pihak. Bagi penyedia layanan pinjaman *online*, penelitian ini menyoroti pentingnya melakukan penilaian kredit yang cermat dan memberikan edukasi keuangan kepada konsumen. Hal ini dapat membantu mengurangi risiko gagal bayar dan melindungi konsumen dari praktik pinjaman *online* yang merugikan. Bagi regulator, penelitian ini memberikan dasar untuk membuat kebijakan yang lebih efektif dalam mengatur industri pinjaman *online* dan melindungi konsumen. Bagi konsumen, penelitian ini mengingatkan akan pentingnya bijak dalam menggunakan pinjaman *online* dan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari perilaku konsumtif.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan dalam interpretasi hasil. Pertama, sampel penelitian hanya terbatas pada milenial di wilayah perkotaan di Indonesia. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mungkin tidak dapat digeneralisasi ke seluruh populasi milenial di Indonesia. Kedua, penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional*, sehingga tidak dapat membuktikan hubungan sebab-akibat antara pinjaman *online* dan gaya hidup konsumtif.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan desain longitudinal untuk menguji hubungan sebab-akibat antara pinjaman *online* dan gaya hidup konsumtif. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas sampel penelitian ke wilayah pedesaan dan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif milenial, seperti pengaruh teman sebaya, media sosial, dan nilai-nilai budaya. Selain itu, penelitian kualitatif yang lebih mendalam dapat dilakukan untuk menggali pengalaman dan pandangan milenial tentang pinjaman *online* dan gaya hidup konsumtif.

REFERENSI

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research*. Sage publications.
- [CNBC Indonesia]. (2023, November 2). *Daftar Terbaru 101 Pinjol Legal di Indonesia per November 2023*. [URL yang tidak valid dihapus].
- Darmawan, A., & Sukmawati, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Akses Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Pengguna Fintech Lending. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 9(1), 1-10.
- [Databoks]. (2023, September 28). *Jumlah Penyaluran Pinjaman Fintech Lending Capai Rp 647,5 Triliun pada 2022*. [URL yang tidak valid dihapus].
- Fadillah, N. A., & Yulianti, R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Fintech Lending. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(7), 1425-1437.
- Otoritas Jasa Keuangan [OJK]. (2023). *Statistik Fintech Lending Periode September 2023*. Jakarta: OJK.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Pratama, Y. W., & Ikhsan, R. B. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Fintech Lending. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 145-158.
- Rahman, A., et al. (2020). The impact of online lending on household consumption in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 20(1), 1-15.
- Sari, M. P., et al. (2022). The influence of perceived ease of use and perceived risk on impulsive buying behavior in online lending. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(2), 121-130.
- Setiawan, R., & Putra, D. E. (2021). The role of financial literacy in moderating the effect of online lending on consumptive behavior. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(3), 456-467.
- Statista. (2024). *Fintech in Indonesia*.
- Twenge, J. M. (2006). *Generation Me: Why today's young Americans are more confident, assertive, entitled--and more miserable than ever before*. Simon and Schuster.
- Wijayanti, A., & Wahyudi, S. (2023). Pengaruh Fintech Lending terhadap Perilaku Konsumtif dan Implikasinya pada Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 11(1), 45-58.