

FENOMENA PINJAMAN *ONLINE* PADA MAHASISWA

ABSTRAK

Oleh:

Muhammad Satria Nugraha

Dosen Pembimbing:

Wenda Wahyu Christiyanto, SE., MM

Pinjaman online atau disebut juga pinjaman berbasis teknologi (Fintech Lending) merupakan kemajuan terkini di bidang keuangan yang memanfaatkan teknologi untuk memberikan pinjaman secara online dan memungkinkan konsumen melakukan transaksi pinjam meminjam tanpa harus bertemu langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan serta faktor yang mendorong keputusan mahasiswa dalam menggunakan pinjaman *online*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menjelajahi dampak pinjaman *online* terhadap kehidupan sehari-hari dan keuangan mahasiswa. Dengan mencapai tujuan ini, peneliti berharap dapat memberikan wawasan yang lebih. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini melibatkan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan 3 mahasiswa yang pernah menggunakan layanan pinjaman *online*. Hasil dari penelitian ini mengungkap bahwa keputusan pembelian dalam fenomena pinjaman *online* pada mahasiswa ini didorong oleh kemudahan penggunaan, dan pengaruh teman sebaya, serta Motivasi pembelian dalam fenomena pinjaman *online* pada mahasiswa ini dibagi menjadi 2 yaitu motif hedonis dan motif utilitarian.

Kata kunci : Pinjaman *online*, Keputusan pembelian, Motivasi

THE PHENOMENON OF ONLINE LOANS FOR STUDENTS

ABSTRACT

By:

Muhammad Satria Nugraha

Supervisor:

Wenda Wahyu Christiyanto, SE., MM

Online loans or also known as technology-based loans (Fintech Lending) are the latest advances in the financial sector that utilize technology to provide loans online and allow consumers to make borrowing and borrowing transactions without having to meet in person. This study aims to find out the reasons and factors that encourage students' decision to use online loans. In addition, this study also aims to explore the impact of online loans on students' daily lives and finances. By achieving this goal, researchers hope to provide more insights. Through a qualitative approach, this study involves in-depth interviews with 3 students who have used online loan services. The results of this study reveal that the purchase decision in the online loan phenomenon in students is driven by ease of use, and the influence of peers, as well as the purchase motivation in the online loan phenomenon in students is divided into 2, namely hedonistic motives and utilitarian motives.

Keywords : Online loans, Purchase decisions, Motivation