

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO), gaya hidup konsumtif, dan literasi keuangan terhadap penggunaan pinjaman *online* pada Generasi Z di Kota Padang, serta menguji peran kemudahan akses (*ease of access*) sebagai variabel moderasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Sampel penelitian terdiri dari Generasi Z di Kota Padang yang pernah menggunakan layanan pinjaman *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman *online*, gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman *online*, literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman *online*, serta kemudahan akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan pinjaman *online*. Namun, kemudahan akses tidak terbukti memoderasi pengaruh FOMO, gaya hidup konsumtif, maupun literasi keuangan terhadap penggunaan pinjaman *online*. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor psikologis dan perilaku konsumtif memiliki peran dominan dalam mendorong penggunaan pinjaman *online* pada Generasi Z, sementara literasi keuangan yang lebih tinggi justru menurunkan kecenderungan tersebut.

Kata Kunci: Pinjaman *Online*, *Fear of Missing Out* (FOMO), Gaya Hidup Konsumtif, Kemudahan Akses

SUMMARY

This study aims to analyze the influence of Fear of Missing Out (FOMO), consumptive lifestyle, and financial literacy on online loan usage among Generation Z in Padang City, as well as to examine the moderating role of ease of access. A quantitative research method was employed using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. The research sample consisted of Generation Z individuals in Padang City who had previously used online lending services. The findings reveal that FOMO has a positive and significant effect on online loan usage, consumptive lifestyle has a positive and significant effect on online loan usage, financial literacy has a negative and significant effect on online loan usage, and ease of access has a positive and significant effect on online loan usage. However, ease of access was not proven to moderate the effects of FOMO, consumptive lifestyle, or financial literacy on online loan usage. These findings indicate that psychological factors and consumptive behavior play a dominant role in driving online loan usage among Generation Z, while higher financial literacy tends to reduce such tendencies.

Keywords: Online Loans, Fear of Missing Out (FOMO), Consumptive Lifestyle, Ease of Access