

**PENGARUH IKLAN DIGITAL, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
LINGKUNGAN SOSIAL DAN PENDAPATAN TERHADAP LAYANAN
PINJAMAN *ONLINE* PADA GENERASI Z**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Bisnis*



Disusun oleh:

MEYLINDA ANGGUN LESTARI

Nomor Pokok : K.2021.1.35519

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Keuangan

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUCECWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2025

**PENGARUH IKLAN DIGITAL, KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
LINGKUNGAN SOSIAL DAN PENDAPATAN TERHADAP LAYANAN
PINJAMAN *ONLINE* PADA GENERASI Z**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Bisnis*



Disusun oleh:

MEYLINDA ANGGUN LESTARI

Nomor Pokok : K.2021.1.35519

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Keuangan

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANG KUCECWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

MALANG

2025

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DIGITAL, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, LINGKUNGAN SOSIAL DAN
PENDAPATAN TERHADAP LAYANAN PINJAMAN ONLINE PADA GENERASI Z

Oleh :

MEYLINDA ANGGUN LESTARI

K.2021.1.35519

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

08 Agustus 2025 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

RINA IRAWATI , S.E., M.M., CDM.

Mengetahui,
Ketua STIE Malangkuçewara

Drs. BUNYAMIN , M.M., Ph.D.
NIK 202.710.182

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 30 Juli 2025

Mahasiswa



Meylinda Anggun Lestari

NPK: K.2021.1.35519

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rina Irawati, S.E, M.M., CDM
NIK : 202.710.292

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : Meylinda Anggun Lestari
NPK : K.2021.1.35519
Program Studi : Manaiemen
Alamat :
No HP :
E-mail :

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçewara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari responden Generasi Z di Kota Malang

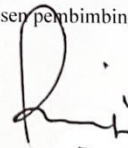
Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH IKLAN DIGITAL, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, LINGKUNGAN SOSIAL DAN PENDAPATAN TERHADAP LAYANAN PINJAMAN *ONLINE* PADA GENERASI Z”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 30 Agustus 2025

Dosen pembimbing skripsi,



(Rina Irawati, S.E, M.M., CDM)

NIK. 202.710.292

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan Digital, Kemudahan Penggunaan, Lingkungan Sosial dan Pendapatan terhadap Layanan Pinjaman *Online* pada Generasi Z” saya persembahkan dengan sepuh hati untuk memenuhi syarat dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi di STIE Malangkecewara Malang. Tidak hanya sebagai syarat kelulusan , penulis berharap skripsi yang telah dikerjakan dapat menjadi manfaat untuk lingkungan sekitar. Adapun ucapan syukur penulis untuk pihak-pihak yang telah membantu kelancaran skripsi ini yaitu kepada :

1. Kepada Allah SWT, karena dengan ridho dan nikmat karuniaNya yang diberikan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
2. Kepada Meylinda Anggun Lestari selaku penulis, terima kasih atas kerja keras dan kerja samanya dalam proses penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
3. Kepada Keluarga tersayang, yang telah memberikankasih sayang, pengorbanan, dukungan moril dan materil, serta doa yang tak pernah henti dalam mendoakan kesuksesan penulis secara akademik maupun non akademik.
4. Bapak Drs, Bunyamin, MM., Pd.D selaku ketua STIE Malangkecewara Malang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di tempat perkuliahan.
5. Ibu Dra.RR. Widanarni Pudjiastuti, Ak., Msi., CA, CPA selaku penanggung jawab program – program yang ada di STIE Malangkecewara Malang Sehingga kaena dukungan beliau, penulis mempunyai bapak pengalaman dan wawasan mengenai dunia di luar kampus.
6. Dra. Lindananti, M.M selaku ketua Program Studi Manajemen STIE Malangkecewara Malang yang telah memberikan sarana dan fasilitas kepada penulis serta membantu penulis dalam kegiatan belajar mengajar di kampus.

7. Ibu Rina Irawati, SE., M.M.,CDM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan serta memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi penulis dengan sabar dan mudah dipahami oleh penulis.
8. Ibu Dr. Rina Rahmawati, SE., M.M selaku dosen wali yang telah membimbing masalah akademik dan non akademik penulis, sehingga bisa mengikuti kegiatan perkuliahan hingga titik ini.
9. Kepada teman – teman dan sahabat yang telah berbagi pengalaman dan tempat mencari solusi dan berbagi canda tawa selama masa pekuliahan. Terima kasih dan sukses selalu di manapun kalian berada.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan digital, kemudahan penggunaan, lingkungan sosial, dan pendapatan terhadap keputusan penggunaan layanan pinjaman online oleh Generasi Z di Kota Malang. Layanan pinjaman *online* kian populer karena kemudahan akses, promosi menarik, dan minimnya persyaratan. Namun, tingginya penggunaan di kalangan generasi muda juga memunculkan resiko keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei terhadap 100 responden Generasi Z. Teknik analisis data dilakukan dengan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan digital, kemudahan penggunaan, lingkungan sosial, dan pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan pinjaman *online*. Iklan digital yang menarik, antarmuka aplikasi yang mudah digunakan, pengaruh media sosial serta pendapatan yang diperoleh responden menjadi faktor utama yang mendorong keputusan penggunaan. Temuan ini memberikan implikasi bagi penyedia layanan fintech agar lebih bertanggung jawab dalam strategi pemasarannya, serta mendorong peningkatan literasi keuangan di kalangan generasi muda.

Kata kunci: Iklan Digital, Kemudahan Penggunaan, Lingkungan Sosial, Pendapatan, Pinjaman *Online*, Generasi Z.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital advertising, ease of use, social environment, and income on Generation Z's decisions to use online loan services in Malang City. Online loans have become increasingly popular due to their accessibility, attractive promotions, and minimal requirements. However, the high usage among young people also poses potential financial risks. The research employs a quantitative descriptive approach with a survey method involving 100 Generation Z respondents. Data analysis was conducted using the Partial Least Square (PLS) technique. The results indicate that digital advertising, ease of use, social environment, and income have a positive and significant effect on the decision to use online loan services. Engaging digital advertisements, user-friendly application interfaces, social media influence, and respondents' income levels are key factors driving usage decisions. These findings offer important insights for fintech service providers to adopt more responsible marketing strategies and emphasize the need for improved financial literacy among young users.

Keywords: *Digital Advertising, Ease of Use, Social Environment, Income, Online Loan, Generation Z.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Iklan Digital, Kemudahan Penggunaan, Lingkungan Sosial dan Pendapatan terhadap Layanan Pinjaman *Online* pada Generasi Z”** dengan lancar dan tepat waktu. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Bisnis di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkecewara.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis dengan lapang dada menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi pengembangan ilmu di bidang manajemen, dan menjadi rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Malang, 30 Juli 2025

Penulis

Meylinda Anggun Lestari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.1.1 Iklan Digital.....	6
2.1.2 Kemudahan Penggunaan.....	9
2.1.3 Lingkungan Sosial	10
2.1.4 Pendapatan	12
2.1.5 Layanan Pinjaman Online.....	15
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	19
2.3 Pengembangan Hipotesis	22
2.3.1 Iklan Digital Berpengaruh Terhadap Layanan Pinjaman <i>Online</i>	22
2.3.2 Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Terhadap Layanan Pinjaman <i>Online</i>	22
2.3.3 Lingkungan Sosial Berpengaruh Terhadap Layanan Pinjaman <i>Online</i>	23
2.3.4 Pendapatan Berpengaruh Terhadap Layanan Pinjaman <i>Online</i>	23
2.4 Kerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Populasi Penelitian	26

3.2.2	Sampel Penelitian	26
3.3	Objek dan Sumber Data Penelitian	27
3.4	Variabel, Operasionalisasi dan Pengukuran.....	27
3.4.1	Variabel Bebas (X)	27
3.4.2	Variabel Terikat (Y)	29
3.5	Operasional Variabel dan Pengukuran.....	30
3.5.1	Metode Pengumpulan Data	31
3.6	Metode Analisis Data	31
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	31
3.6.2	Analisis Data Dengan PLS (Partial Least <i>Square</i>).....	32
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1	Karakteristik Responden	39
4.2	Analisis Deskriptif	40
4.3	Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	45
4.4	Pembahasan.....	56
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Kontribusi Penelitian.....	62
5.3	Keterbatasan	62
5.4	Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA		64
Lampiran		66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3. 1 Skala Likert	30
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	40
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif	41
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Iklan Digital (X1).....	41
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)	42
Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Lingkungan Sosial (X3).....	43
Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Pendapatan (X4).....	43
Tabel 4. 8 Deskriptif Layanan Pinjaman Online (Y)	44
Tabel 4. 9 Convergen Validity	46
Tabel 4. 10 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	49
Tabel 4. 11 Average Variance Extracted (AVE)	49
Tabel 4. 12 <i>Composite Reability</i>	50
Tabel 4. 13 Cronbach's Alpha	51
Tabel 4. 14 Variance Inflation Factor	52
Tabel 4. 15 <i>R-Square</i>	53
Tabel 4. 16 <i>F-Square</i>	54
Tabel 4. 17 Uji Hipotesis	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	24
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i>	46
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2 Tabel Tabulasi Responden.....	71
Lampiran 3 Hasil Uji Outer Model	78
Lampiran 4 Hasil Uji Inner Model.....	79
Lampiran 5 Hasil Pengujian Hipotesis.....	79