DAFTAR PUSTAKA

Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *211*, 179–211.

Annisa, R., & GoodStats. (n.d.). *Gen Z dan Milenial Menjadi Mayoritas Pengguna Pinjaman Online Pada Tahun 2023*.

Azizah, A. R., Harjun, & Hidayat, M. W. (2025). *ANALISIS IKLAN PINJAMAN ONLINE DALAM MEMPENGARUHI POLA PIKIR KONSUMEN*. 1–16.

Baba, R., & Keling, W. (2025). *The effect of subjective norms , attitude and start-up capital on the entrepreneurial intention of the Indigenous people in Malaysia*. *December*. https://doi.org/10.1108/JEC-05-2024-0100

Chandra, K. T., & Tanaamah, A. R. (2025). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) terhadap minat investasi FinTech dengan persepsi risiko sebagai faktor moderasi. *Aiti*, *22*(1), 61–72. https://doi.org/10.24246/aiti.v22i1.61-72

CNBC. (2026). *Utang Pindar Warga RI Rp101 T, Gen Z-Milenial Paling Banyak Nunggak Mentari Puspadini*, *CNBC Indonesia*. https://www.cnbcindonesia.com/market/20260508152532-17-733518/utang-pindar-warga-ri-rp101-t-gen-z-milenial-paling-banyak-nunggak

Crisandy, D. N., & Alifahmi, H. (2025). *Construction of Online Loans on Social Media Framing : Analysis of Pindar Promotion Issues in Visual and Narrative on Instagram*. *04*(9), 2991–3004.

Davis, F. D. (2014). *Information Technology Introduction*. *13*(3), 319–340.

DetikFinance. (n.d.). *Banyak Anak Muda Pakai Pinjol Demi Nonton Konser*. https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-7088999/banyak-anak-muda-pakai-pinjol-demi-nonton-konser#:~:text=Otoritas Jasa Keuangan %28OJK%29 tak menampik banyak anak,tiket konser Coldplay. OJK pun menyayangkan kondisi demikian.

Dhimas Wahyu Aji Hernawan[1], Joyo Nur Suryanto Gono [2], T. P. [3] odimas20@gmail. co. (2024). *HUBUNGAN TERPAAN INFORMASI PINJAMAN ONLINE DI MEDIA SOSIAL DAN INTENSITAS KOMUNIKASI PEER GROUP DENGAN MINAT MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE*. 1–12. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/42406

Duffett, R. (2025). *Instagram Mega-Influencers ' Effect on Generation Z ' s Intention to Purchase : A Technology Acceptance Model and Source Credibility Model Perspective*.

Ehma Pemelia, Yanuar Luqman, P. Q. A. (2024). *PENGARUH TERPAAN BERITA KASUS PINJAMAN ONLINE DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PINJAMAN ONLINE*. 1–12. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/42406

Ekaresty, P., Dharmawan, D., Nazara, D. S., Arwani, M., & Utami, E. Y. (2024). *Analysis of The Influence of Situational Digital Advertising Through Online Video Sharing and Social Media Platform on Customers Intention to Purchase at E-Commerce Application Shopee*. *5*, 291–297. https://doi.org/10.60083/jidt.v5i4.455

Eraspace. (2024). *Survei Meta Ungkap Minat & Perilaku Khas Gen Z di Media Sosial*. https://eraspace.com/artikel/post/survei-meta-ungkap-minat-perilaku-khas-gen-z-di-media-sosial

Fajar, I. C., EKONOMI, P. P. S. T. I., & YOGYAKARTA, Y. K. P. N. (2025). *ANALISIS MINAT PERILAKU PENGGUNA PINJAMAN ONLINE MELALUI PENDEKATAN INTEGRATED MODEL OF TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL AND THEORY PLANNED BEHAVIOR*. 1–30. http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/3212/1/Jurnal Ilham Cahya Fajar 122100799.pdf

Ho, S. S., Jee, T., Id, G., & Chuah, A. S. F. (2022). *Perceived behavioral control as a moderator : Scientists ' attitude , norms , and willingness to engage the public*. 1–24. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0275643

IDN TIMES. (n.d.). *5 Bentuk Manipulasi Emosional dari Iklan Pinjaman Online*. https://www.idntimes.com/life/inspiration/5-bentuk-manipulasi-emosional-dari-iklan-pinjaman-online-01-bfjms-8cg421#goog_rewarded

IDN TIMES. (2025). *5 Jenis Konten Iklan Pinjol yang Harus Kamu Waspadai di Medsos*. https://www.idntimes.com/life/inspiration/iklan-pinjol-c1c2-01-bfjms-q2f1lq

Jabar, I. T. (n.d.). *In This Economy, OJK Minta Anak Muda Tak Asal Pinjam Online*. https://jabar.idntimes.com/news/jawa-barat/in-this-economy-ojk-minta-anak-muda-tak-asal-pinjam-online-00-9y7yl-9vrrxy?utm_source=copilot.com

Kompas.com. (n.d.). *Teror Pinjol di Media Sosial Kampus*.

https://www.kompas.com/edu/read/2026/01/23/101438371/teror-pinjol-di-media-sosial-kampus

KONTAN.CO.ID. (2026). *Tumbuh 25,44%, Pembiayaan Fintech Lending Capai Rp 96,62 Triliun per Akhir 2025*. https://keuangan.kontan.co.id/news/tumbuh-2544-pembiayaan-fintech-lending-capai-rp-9662-triliun-per-akhir-2025?utm_source=copilot.com

Kresna. (n.d.). *Norma Subjektif*. Retrieved February 4, 2025, from https://konsultasiskripsi.com/2025/02/04/norma-subjektif/

Lisa Asnuri, Asyari, A. S. (2024). *Pengaruh Attitude , Subjektive Norms dan Perceived Behavior Control Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan*. *10*(01), 578–586.

Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*.

Magtoto, A., Jr, O., Walter, Y., & Akiate, D. (2021). *Entrepreneurial intentions on perceived behavioral control and personal attitude : moderated by structural support support*. https://doi.org/10.1108/APJIE-08-2020-0124

Modesilent. (2024). *Banyak Warga Terjerat, Ini Sejarah Berdirinya Pinjol dan Masuk ke RI*. https://modesilent.org/banyak-warga-terjerat-ini-sejarah-berdirinya-pinjol-dan-masuk/#:~:text=Meski baru muncul pada 2015-2016%2C industri Pinjol di,dana miliaran rupiah ke banyak orang di Inggris.

OJK.GO.ID. (n.d.). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan*.

OJK.GO.ID. (2026). *Siaran Pers: Lindungi Masyarakat, OJK Terbitkan Aturan*

Tentang Penyampai Informasi Sektor Jasa Keuangan (Financial Influencer). https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/POJK-6-Tahun-2026-Perilaku-Penyampai-Informasi-Sektor-Jasa-Keuangan-Financial-Influencer.aspx?utm_source=copilot.com

OJK. (2025). *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx#:~:text=Otoritas Jasa Keuangan %28OJK%29 dan Badan Pusat Statistik,66%2C46 persen dan indeks inklusi keuangan 80%2C51 persen.

POLTARJABAR. (n.d.). *Dorong Ekonomi Daerah, OJK Jabar Perkuat Literasi Keuangan*. https://jabarprov.go.id/berita/dorong-ekonomi-daerah-ojk-jabar-perkuat-literasi-keuangan-23741?utm_source=copilot.com

Pradipta, A., & Sukendro, G. G. (2025). *Strategi Komunikasi Persuasif Iklan Pinjaman Online " Adakami - TVC - # AdakepastianAdaKami " di YouTube*. 594–601.

Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UD ADLI DI DESA SUKAJADI KECAMATAN PERBAUNGAN*. 121–134.

Prensky, B. M. (2001). *Digital Natives , Digital Immigrants*. 1–7.

Prima Adri, & Medcom.id. (n.d.). *XWhatsAppTelegramlink Durasi Netizen*

Indonesia Main Medsos Tembus 45 Jam Per Bulan Klik untuk baca: https://www.medcom.id/nasional/peristiwa/Gbm0W99N-durasi-netizen-indonesia-main-medsos-tembus-45-jam-per-bulan Durasi Netizen Indonesia Main Medsos Tembus .

Sari, I. K. E. M., Studi, P., Syariah, P., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Negeri, U. I., & Lampung, R. I. (2025). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PINJAMAN ONLINE MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)*. https://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/37777

Sholihah, I. (2025). *Penelitian Kuantitatif: Definisi, Karakteristik Utama, dan Jenis*. https://penerbitkolofon.com/penelitian-kuantitatif-definisi-karakteristik-utama-dan-jenis/?utm_source=copilot.com

Simamora, B. (2021). *Jurnal Ekonomi Perusahaan Anticipated emotions of significant others as social influence : Can they predict s tudents ' smoking abstinence continuance intention ?* *28*(01), 49–61. https://doi.org/10.46806/jep.v28i1.818

Sugiyono. (n.d.). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.

TEMPO. (n.d.). *OJK: Pinjaman Online Maret 2026 Tembus Rp 101,03 Triliun*. https://www.tempo.co/ekonomi/mobil-suahasil-nazara-toyota-alphard-hingga-honda-jazz-2287201

Venkatesh, V., Davis, F. D., & Studies, F. (2000). *A Theoretical Extension of the*

Technology Acceptance Model : Four Longitudinal. *January 2015*.