

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode *quasi eksperimental* desain *one-shot case study* pada mahasiswa aktif Universitas Jenderal Soedirman Angkatan 2019-2022 yang diproyeksikan sebagai pengguna pinjaman *online SPayLater*. Penelitian ini mengambil judul: “Analisis *Framing Effect* dalam Pengambilan Keputusan Pinjaman *Online Shopee Paylater*: Suatu Studi Eksperimental”. *SPayLater* merupakan salah satu layanan *fintech lending* yang paling banyak diminati sepanjang tahun 2021 dengan salah satu target utamanya adalah mahasiswa.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *framing effect* terhadap pengambilan keputusan pinjaman *online SPayLater* dengan menggunakan teori prospek.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman angkatan 2019-2022 di Purwokerto. Jumlah partisipan yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 partisipan. Penentuan sampel menggunakan metode *simple random sampling* atau pengambilan sampel secara acak.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data uji beda *Paired Samples t Test* dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics 26.0* menunjukkan bahwa: (1) Pengambilan keputusan pinjaman *online SPayLater* lebih tinggi ketika informasi disajikan dalam *framing* positif dengan nilai rata-rata (*mean framing* positif lebih besar dari nilai rata-rata (*mean framing* negatif ($2,804 > 2,248$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,004 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian hipotesis pertama diterima. (2) Pengambilan keputusan pinjaman *online SPayLater* lebih rendah ketika informasi disajikan dalam *framing* negatif dengan nilai rata-rata (*mean framing* negatif lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean framing* positif ($2,248 < 2,804$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,004 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian hipotesis kedua juga diterima.

Implikasi dari kesimpulan diatas yaitu secara teoritis, penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan preferensi risiko sebagai variabel moderasi. Selanjutnya mahasiswa diharapkan lebih memperhatikan informasi yang diterima supaya dapat mengambil keputusan pinjaman dengan bijak tanpa dipengaruhi oleh informasi yang diberikan orang lain. Mahasiswa juga harus meningkatkan kontrol diri agar tidak berperilaku impulsif dengan memperhatikan *personal finance*.

Penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya menyebarkan data secara *online* dan bisa memberi pendampingan keseluruhan kepada partisipan. Hendaknya juga menambah dua bagian pengujian teori prospek yang belum digunakan yaitu dampak *framing* dan informasi ganda terhadap pembuatan keputusan serta bagian ketiga yang akan diuji mengenai dampak *framing* dan *setting* terhadap keseimbangan pembuatan keputusan serta menambahkan variabel lain yang belum diteliti.

Kata Kunci: Teori Prospek, *Framing effect*, Pinjaman *online*, Pengambilan Keputusan.

SUMMARY

This research is a quantitative research with a quasi-experimental method of one-shot case study design on active students of Jenderal Soedirman University Class of 2019-2022 who are projected as SPayLater online loan users. This research takes the title: "Framing Effect Analysis in Shopee Paylater Online Loan Decision Making: An Experimental Study". SPayLater is one of the most popular fintech lending services throughout 2021 with one of the main targets being students.

The purpose of this study is to analyze the effect of framing effect on SPayLater online loan decision making using prospect theory.

The population in this study is all students of Jenderal Soedirman University batch 2019-2022 in Purwokerto. The number of participants taken in this study was as many as 200 participants. Sampling using the simple random sampling method.

Hypothesis testing in this study uses the Paired Samples t Test difference test. The results showed that: (1) SPayLater online loan decision making was higher when information was presented in positive framing with the mean value of positive framing greater than the mean value of negative framing ($2.804 > 2.248$) and a significance value smaller than 0.05 which is $0.004 < 0.05$. That is, H_0 rejected and, H_a accepted, thus the first hypothesis was accepted. (2) SPayLater online loan decision making is lower when information is presented in negative framing with a negative framing mean value smaller than the mean value of positive framing ($2.248 < 2.804$) and a significance value smaller than 0.05 which is $0.004 < 0.05$. That is, H_0 rejected and, H_a accepted, thus the second hypothesis is also accepted. Future research should add two parts of prospect theory testing that have not been used, namely the impact of framing and double information on decision making and the third part that will be tested on the impact of framing and setting on the balance of decision making.

The implication of the above conclusion is that theoretically, future studies are expected to add risk preference as a moderation variable. Furthermore, students are expected to pay more attention to the information received so that they can make loan decisions wisely without being influenced by information provided by others. Students must also improve self-control so as not to behave impulsively by paying attention to personal finance.

Further research is expected not only to disseminate data online and can provide overall assistance to participants. It should also add two parts of prospect theory testing that have not been used, namely the impact of framing and double information on decision making, and a third part that will be tested on the impact of framing and setting on the balance of decision making and the addition of other variables that have not been studied.

Keywords: *Framing effect, Prospect Theory, Online Loans, Decision making.*