

**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER PERCEIVED QUALITY*, DAN *PERCEIVED TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PINJAMAN DI APLIKASI CICIL.CO.ID PADA KALANGAN MAHASISWA DI PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

**DEDE RESA NURUL ABABIL**

**NIM. 2017202003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO**

**2024**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dede Resa Nurul Ababil  
NIM : 2017202003  
Jenjang : S-1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Judul Skripsi : **PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*,  
*CUSTOMERPERCEIVED QUALITY*, DAN *PERCEIVED TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PINJAMAN DI APLIKASI CICIL.CO.ID PADA KALANGAN MAHASISWA DI PURWOKERTO**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 10 November 2024

Saya yang menyatakan



**Dede Resa Nurul Ababil**  
**NIM. 2017202003**

## LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id


### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH CUSTOMER PERCEIVED VALUE, CUSTOMER PERCEIVED QUALITY, DAN PERCEIVED TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PINJAMAN DI APLIKASI CICIL.CO.ID PADA KALANGAN MAHASISWA DI PURWOKERTO**

Yang disusun oleh Saudara **Dede Resa Nurul Ababil NIM 2017202003** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu, 04 Desember 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

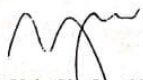
Ketua Sidang/Penguji

  
Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.  
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji

  
Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.  
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

  
Dr. Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.  
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 10 Desember 2024

Mengesahkan

Dekan,

  
Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004



#### NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
Di-  
Purwokerto

#### NOTA DINAS PEMBIMBING

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Dede Resa Nurul Ababil NIM. 2017202003 yang berjudul:

**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER PERCEIVED QUALITY*, DAN *PERCEIVED TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PINJAMAN DI APLIKASI CICIL.CO.ID PADA KALANGAN MAHASISWA DI PURWOKERTO**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 10 November 2024  
Pembimbing

  
**Dr. Hj. Yaitiz Shofwa Shafrani, M.Si**  
NIP. 1978-1231 200801 2 027



## MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah SWT mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

(QS.Al-Baqarah: 216)

“*Fatum Brutum Amor Fati* (Cintailah Takdirmu Meskipun Takdir Itu Kejam)”  
(Friedrich Nietzsche)

“Lakukan apa yang kau mau, sekarang. Saat hatimu bergerak, jangan kau larang. Hidup ini tak ada artinya, maka. Kau bebas mengarang maknanya seorang”

(Hindia – Berdansalah, Karir Tak Ada Artinya)



**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER PERCEIVED QUALITY*, DAN *PERCEIVED TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PINJAMAN DI APLIKASI CICIL.CO.ID PADA KALANGAN MAHASISWA DI PURWOKERTO**

**DEDE RESA NURUL ABABIL**

**NIM.2017202003**

Email: [resana59423@gmail.com](mailto:resana59423@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Kemajuan teknologi digital termasuk dalam bidang ekonomi atau keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku masyarakat dan pemanfaatan bisnis keuangan seperti *e-commerce* atau online *financial technology (fintech)*. Salah satu inovasi yang banyak digunakan sekarang ialah *fintech lending* sebagai layanan keuangan yang menghubungkan pemberi pinjaman dengan peminjam dengan sistem elektronik. Selain itu, tidak hanya pada masyarakat umum saja yang membutuhkan pinjaman, tetapi mahasiswa yang belum mempunyai penghasilan dan hanya bergantung pada orang tua mereka juga sering menggunakan layanan *fintech lending*. Salah satu *fintech lending* atau pinjaman online yang dikhususkan untuk mahasiswa ialah aplikasi Cicil.co.id. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived value*, *perceived quality* dan *perceived trust* terhadap keputusan pengambilan pinjaman di aplikasi cicil.co.id pada kalangan mahasiswa di Purwokerto.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Purwokerto, dengan sampel penelitian sebanyak 103 responden yang diperoleh melalui teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Data penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan menggunakan metode kuesioner melalui *Google Form*. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived value*, *perceived quality*, dan *perceived trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan pinjaman. Sehingga secara simultan variabel *perceived value*, *perceived quality* dan *perceived trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id pada kalangan mahasiswa di Purwokerto.

**Kata Kunci:** *Fintech*, *Perceived value*, *Perceived Quality*, *Perceived Trust*, Keputusan Pengambilan Pinjaman

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER PERCEIVED VALUE, CUSTOMER PERCEIVED QUALITY, AND PERCEIVED TRUST ON LOAN TAKING DECISIONS IN THE CICIL.CO.ID APPLICATION AMONG STUDENTS IN PURWOKERTO**

**DEDE RESA NURUL ABABIL**

**NIM.2017202003**

Email: [resana59423@gmail.com](mailto:resana59423@gmail.com)

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

*Advances in digital technology, including in the economic or financial sector, have a significant impact on people's behavior and the use of financial businesses such as e-commerce or online financial technology (fintech). One innovation that is widely used now is fintech lending as a financial service that connects lenders with borrowers with an electronic system. In addition, not only the general public needs loans, but students don't have income and only depend on their parents also often use fintech lending services. One of the fintech lending or online loans specifically for students is the Cicil.co.id application. This study aims to determine the effect of perceived value, perceived quality and perceived trust on loan decisions in the cicil.co.id application among students in Purwokerto.*

*This research uses quantitative methods. The population in this study were students in Purwokerto, with a research sample of 103 respondents obtained through purposive sampling technique. This research data is primary data collected using a questionnaire method through Google Form. The analysis used is multiple linear regression analysis.*

*The results of this study indicate that the variables of perceived value, perceived quality, and perceived trust have a positive and significant influence on loan decisions. So that simultaneously the variables of perceived value, perceived quality and perceived trust have a significant influence on loan decisions in the Cicil.co.id application among students in Purwokerto.*

***Keywords: Fintech, Perceived value, Perceived Quality, Perceived Trust, Loan Taking Decisions***

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṡad	ṡ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṡa	ṡ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	.... ‘....	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef



ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

### B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

### C. Ta'marbutah di Akhir Kata Bila Dimatikan Ditulis h

جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Apabila ta'marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah dan dhammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

#### D. Vokal Pendek

ـَ	Fathah	Ditulis	A
ـِ	Kasrah	Ditulis	I
ـُ	Dammah	Ditulis	U

#### E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jāhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تنسى	Ditulis	Tansā
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furūd

#### F. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaulun

#### G. Vokal Pendek Yang Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## H. Kata Sandang alif+lām

- a. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”

القرآن	Ditulis	Al-Qur'an
القياس	Ditulis	Al-Qiyas

- b. Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya dengan menghilangkan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>ẓawī alfurūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl asSunnah</i>

## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

Untuk karya sederhana ini, maka penulis persembahkan untuk :

1. Ibuku tercinta, Ibunda Wida Kartika. Beliau sangat berperan penting dalam kehidupan penulis, yang menjadi garda terdepan dan selalu memberikan do'a, semangat, kasih sayang, dan nasihat yang tiada hentinya. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis.
2. Ayahanda tercinta, Bapak Tatang Sasmita. Terimakasih untuk do'a dan usaha yang telah diberikan untuk penulis.
3. Adik saya tercinta, Nayva Navisa Sasmita. Terimakasih telah menjadi teman dan selalu memberikan semangat kepada kakakmu ini.
4. Om dan Tante. Om Yunus, Tante Ai, yang dari awal telah mendorong dan menyemangati penulis untuk melanjutkan kuliah. Terimakasih atas semua pemberian dari Om dan Tante yang membuat saya bersemangat berkuliah, semoga Allah melipat gandakan seluruh kebaikan Om dan Tante.
5. Kakek dan Nenek saya yang saya cintai, Kakek eye, Nenek Nining, yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta doa-doa yang terbaik.
6. Dosen pembimbing Ibu Dr.Hj.Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si yang telah membimbing, mengarahkan serta memberikan perhatian selama pembuatan skripsi dari awal hingga akhir.
7. Seluruh keluarga dan teman yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah kebersamai, memberikan dukungan serta do'a terbaik kepada penulis.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabat dan *tabi'i*. Semoga kita senantiasa mengikuti semua ajaran-nya dan semoga kelak kita mendapatkan syafaatnya di hari akhir.

1. Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan kontribusi dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Pihak-pihak tersebut diantaranya sebagai be Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulhan Chakim, S.Ag., M.M., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M. Pd. selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si. selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi
9. Dr. Ahmad Dahlan, M.Si. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.



11. Dr.Hj. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing, penulis mengucapkan terimakasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, waktu serta kesabaran beliau demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebajikannya.
12. Segenap Dosen Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
13. Orang tua tercinta, Ibu Wida Kartika, Bapak Tatang Sasmita yang telah mendoakan, membesarkan dan mendidik baik lahir maupun batin dengan melalui banyak perjuangan, semoga segala pengorbanan dibalas oleh Allah SWT.
14. Kepada Nur'aini Khariyatin, sekaligus teman kamar, terimakasih telah memberikan dukungan dan selalu siap membantu selama pengerjaan skripsi ini.
15. Sahabat saya, Ai Deis Ismayani dan teman saya yang tidak bisa saya cantumkan namanya (P), terimakasih telah menjadi tempat berkeluh kesah dan menjadi tempat yang akan saya hubungi ketika dalam masalah. Bahagia selalu.
16. Teman-teman seperjuangan yang telah mau membantu, mengarahkan dan mendampingi dalam perjalanan perkuliahan ini, terimakasih banyak atas waktu, tenaga dan materi yang telah dikeluarkan.
17. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Purwokerto, 4 Oktober 2024

Saya yang menyatakan



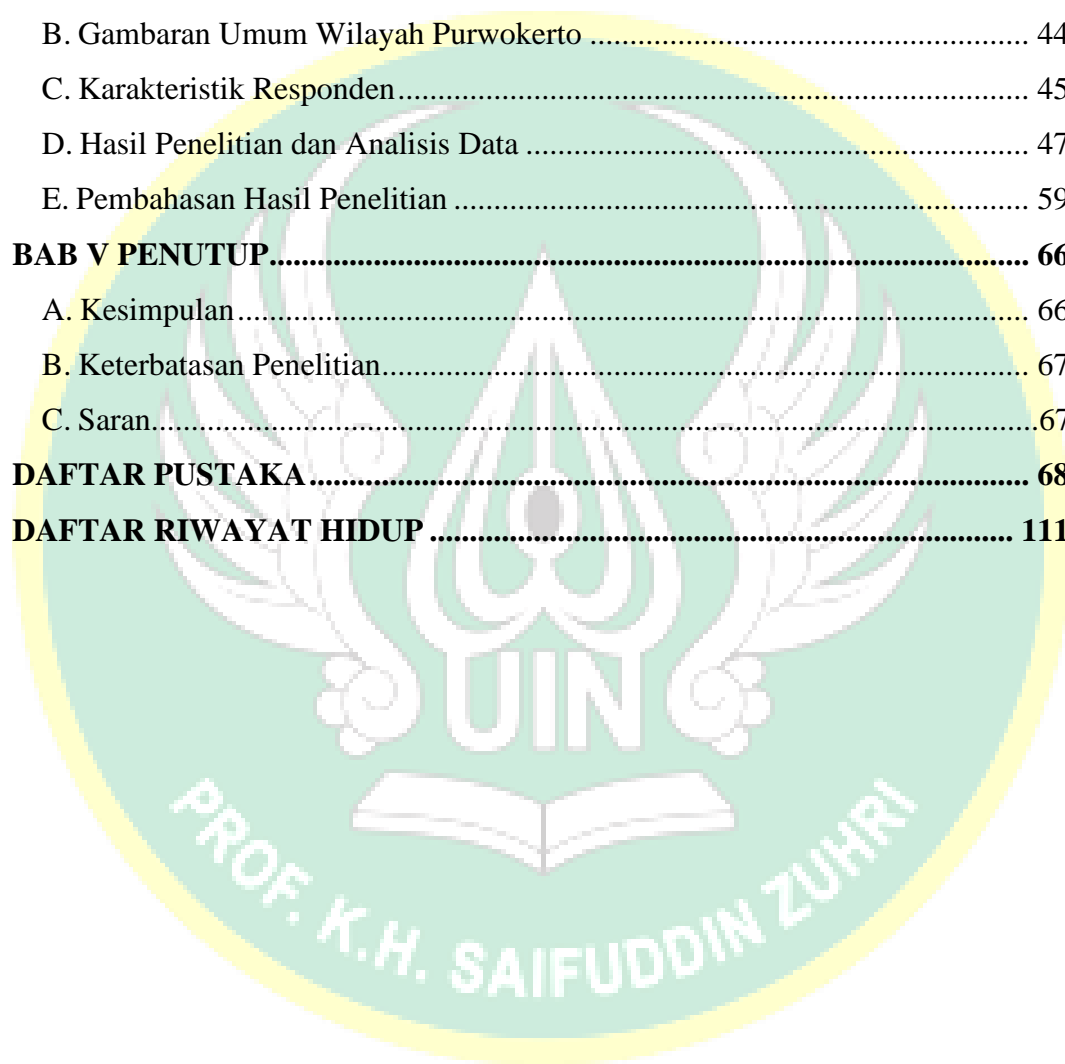
**Dede Resa Nurul Ababil**  
**NIM. 2017202003**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
A. Kajian Pustaka .....	10
B. Kerangka Teori .....	16
C. Landasan Teologis .....	21
D. Kerangka Penelitian.....	26
E. Hipotesis Penelitian.....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
A. Jenis Penelitian .....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	30
D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	32

E. Sumber Data Penelitian.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data .....	34
G. Teknik Instrumen Data .....	35
H. Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
B. Gambaran Umum Wilayah Purwokerto .....	44
C. Karakteristik Responden.....	45
D. Hasil Penelitian dan Analisis Data .....	47
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	59
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>66</b>
A. Kesimpulan.....	66
B. Keterbatasan Penelitian.....	67
C. Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>68</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>111</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 2 Survey Pendahuluan.....	6
Tabel 2. 1 Kajian Pustaka .....	13
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian.....	32
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa/I Kampus .....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Value .....	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Quality .....	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Trust.....	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan Pinjaman.....	50
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas .....	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedasitas.....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T) .....	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	59



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Perusahaan Fintech Menurut Nilai Transaksi .....	2
Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	26
Gambar 4. 1 Logo Cicil.co.id.....	43
Gambar 4. 2 Alun-alun Purwokerto.....	44



## BAB I

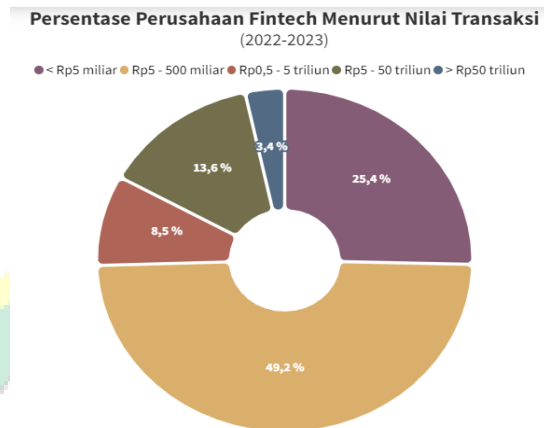
### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Cara hidup manusia telah diubah secara signifikan oleh perkembangan zaman yakni revolusi Industri 4.0. Ini mencakup penerapan ide otomatis yang memungkinkan aplikasi digunakan oleh mesin sendiri tanpa bantuan manusia. Dunia saat ini diubah oleh kemajuan teknologi digital, termasuk sektor keuangan (Nuswantoro, 2019). Ekonomi telah menjadi sangat kompleks dalam kehidupan masyarakat karena melibatkan berbagai macam sumber daya, termasuk sumber daya alam, sumber daya manusia, dan sumber daya uang (Riyadi et al., 2021).

Karena populasi yang besar di Indonesia, memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku masyarakat dan pemanfaatan bisnis keuangan seperti *e-commerce* atau online *financial technology (fintech)* (Aziz, 2020). *Financial Technology (fintech)* berkembang seiring perubahan gaya hidup masyarakat, yang saat ini didominasi oleh pengguna teknologi informasi dengan tuntutan hidup yang serba cepat. *Fintech* dapat meningkatkan efisiensi layanan perbankan dan sistem pembayaran untuk transaksi jual beli (Dwi Pambudi, 2019). Berdasarkan Asosiasi *Fintech* Indonesia (AFTECH), mayoritas *fintech* di Indonesia mencatatkan transaksi sekitar Rp 5 miliar hingga Rp 100 miliar per tahun pada 2022/2023, disampaikan oleh 49,2% perusahaan *fintech* yang di survey.

**Gambar 1. 1 Persentase Perusahaan Fintech Menurut Nilai Transaksi**



Sumber : DataIndonesia.id

Salah satu jenis teknologi keuangan yang dikenal sebagai pinjaman online memungkinkan orang meminjam uang tanpa mengikuti prosedur yang rumit seperti yang dilakukan oleh bank konvensional. Akan tetapi, tidak semua orang di Indonesia menggunakan internet dengan bijak. Dibandingkan dengan pinjaman biasa, namun, mereka memiliki suku bunga yang lebih tinggi dan tenor cicilan yang lebih singkat. Setelah mempelajari *fintech*, khususnya layanan pinjaman online, menjadi menarik (Waskito Erdi Akuntansi et al., 2023).

Banyak faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan, salah satunya termasuk faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor budaya termasuk sub-budaya seperti nasionalisme, keagamaan, ras, dan lokasi geografis, kelas sosial seperti pekerjaan, pendapatan, pendidikan, dan kekayaan. Lalu, faktor sosial termasuk kelompok, keluarga, peran, dan status sosial. Faktor pribadi termasuk usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, gaya hidup, keadaan ekonomi dan kepribadian dan konsep diri (Lubis et al., n.d.).

Di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berperan sebagai lembaga pengawas yang bertanggung jawab atas kegiatan di sektor jasa keuangan, termasuk dalam hal ini adalah kegiatan *fintech*. Berdasarkan Undang-Undang OJK Nomor 21 Tahun 2011, Otoritas Jasa Keuangan adalah suatu lembaga

independen, yang bebas dari campur tangan pihak lain. Dengan tujuan untuk memastikan bahwa semua operasi dalam sistem jasa keuangan dilakukan dengan cara yang adil, teratur, akuntabel, dan transparan, sehingga sistem keuangan dapat berkembang secara stabil dan berkelanjutan sambil melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat (Rohmatun, 2023).

Permasalahan keuangan juga terjadi tidak hanya pada masyarakat umum saja melainkan pada mahasiswa yang belum mempunyai penghasilan dan hanya bergantung pada orang tua mereka. Selain itu, tindakan boros dari mahasiswa adalah permasalahan yang kerap dilalui. Oleh karena itu, di akhir bulan mahasiswa sering mengalami darurat keuangan, sehingga dengan adanya pinjaman online akan membantu persoalan mereka. Serta kemudahan dalam pinjaman online dengan hanya melengkapi persyaratan KTP dan KTM sebagai jaminannya, tidak harus menyertakan berkas pendapatan dan juga bunga yang kecil juga tenor pembayaran lama menjadi salah satu alasan pinjaman online diminati banyak mahasiswa (Alda fadila et al., 2023).

Salah satu *fintech* layanan inovasi keuangan yang legal dan berbasis teknologi dengan menasar calon konsumen mahasiswa yaitu aplikasi Cicil.co.id. Melihat pesatnya perkembangan teknologi di Indonesia menarik perhatian PT.Cicil Solusi Mitra Teknologi sebagai perusahaan teknologi finansial memberikan akses kemudahan pembiayaan bagi mahasiswa, hal tersebut karena pinjaman *online* lainnya memiliki syarat yang cukup rumit untuk melakukan pengajuan. Bentuk simulasi pengajuan cicilan dengan menganalisa beragam variabel dari profil calon pengguna (Data Pribadi, Data Akademis, Alamat, Latar Belakang Orang Tua, Pekerjaan, dan Kendaraan) sebagai syarat apakah pengajuan cicilan diterima atau ditolak. Perusahaan *financial technology (fntech)* PT. Cicil Solusi Mitra Teknologi atau Cicil.co.id telah resmi terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dengan nomor registrasi S-5101/NB.111/2017 (Darmawan & Prabawani, n.d.).

**Table 1.1 Kriteria dan Platform Cicil.co.id**

Kriteria	Platform Cicil.co.id
Fitur	Pembiayaan barang : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tas</li> <li>• Sepatu</li> <li>• Printer</li> <li>• Kamera</li> <li>• Laptop</li> <li>• PC</li> <li>• HP</li> </ul>
<i>Form Registration</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nama</li> <li>• Tanggal lahir</li> <li>• Nomor Hp</li> <li>• KTP</li> <li>• KTM</li> <li>• <i>Email</i></li> <li>• Data Akademik</li> </ul>

Pada setiap aktivitas pasti membawa risiko, termasuk risiko yang akan dihadapi oleh mahasiswa yang berani meminjam uang secara online. Pinjaman yang memiliki risiko paling tinggi juga disebut sebagai pinjaman online. Salah satu risiko yang terkait dengan pinjaman online adalah denda keterlambatan, yang merupakan hukuman yang dikenakan terhadap seseorang jika mereka gagal membayar tagihan mereka pada tanggal yang telah ditetapkan. Selain itu, potensi bahaya dari pinjaman online termasuk penagihan berulang yang dapat mengganggu aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, mahasiswa harus mempertimbangkan secara menyeluruh sebelum meminta pinjaman melalui aplikasi Cicil.co.id (Putra & Purwanto, 2023).

Aplikasi Cicil.co.id, yang didirikan pada tahun 2016, memiliki rating pengguna yang cukup rendah, dengan rating 3.8/5 di Play Store, yang menunjukkan bahwa rating tersebut belum cukup menunjukkan tingkat kepuasan pengguna yang tinggi. Tentu saja, rating yang cukup rendah ini



dipengaruhi oleh ulasan pengguna. Aplikasi Cicil.co.id juga dengan rating yang cukup rendah ini yaitu 3,8/5 telah di download oleh 555.000 pengguna, sehingga bisa dikatakan banyak peminatnya. Ini juga menunjukkan bahwa aplikasi Cicil.co.id dalam persepsi nilai pelanggan belum cukup baik. Sehingga, Aplikasi Cicil.co.id seharusnya dapat meningkatkan persepsi nilai untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Selain itu, pada masa ini sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas layanan. Hal ini juga merupakan faktor penting, sehingga dapat ditinjau dari kemudahan aplikasi, kecepatan persetujuan, dan reponsivitas layanan pelanggan. Sebuah pinjaman dengan bunga rendah akan kurang menguntungkan jika proses aplikasinya rumit, lambat, atau jika layanan pelanggan tidak responsif. Sehingga ini juga akan mempengaruhi ulasan dari pelanggan.

Selain kedua faktor diatas, faktor yang tidak kalah penting adalah persepsi kepercayaan dari pelanggan. Saat ini, kepercayaan sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kepuasan guna menjaga loyalitas pelanggan agar perusahaan dapat memiliki daya saing, produktivitas yang terjaga dan terus berkembang. Pengguna yang percaya layanan *digital*, akan menggunakan dan menganggapnya sebagai dampak positif untuk pengguna (Nizar & Yusuf, 2022).Tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia pada layanan *digital* menurut survei IDC mengatakan bahwa sebesar 46% konsumen Indonesia tidak percaya dengan layanan *digital* (Katadata.co.id, 2019). Untuk itu, *fintech* Cicil.co.id perlu memperhatikan tingkat kepercayaan pengguna. Jika kepercayaan pelanggan tinggi maka pelanggan cenderung puas dalam menggunakan jasa/produk layanan keuangan *digital*.

Dalam teori prospek dijelaskan bahwa manusia dalam pengambilan keputusan didasari oleh dua faktor yaitu faktor rasional dan irasional, atau bisa disebut juga faktor pengetahuan dan faktor psikologis. Faktor rasional atau pengetahuan adalah *perceived quality* dan *perceived trust* karena ketika pelanggan atau peminjam sudah mengetahui kualitas dari produk atau jasa

tersebut sudah sesuai dengan yang diinginkan maka pelanggan atau peminjam akan percaya untuk melakukan peminjaman. Selain itu, faktor irasional atau psikologis menjadi salah satu alasan dalam pengambilan keputusan, dalam penelitian ada *perceived value* atau persepsi penilaian pelanggan bisa disebut juga faktor dari luar diri sendiri.

Sebelum meneliti lebih lanjut peneliti melakukan survei awal pada 11 mahasiswa dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 1. 1 Survey Pendahuluan**

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1.	Apakah penilaian pelanggan sebelumnya mempengaruhi keputusan peminjaman di Aplikasi Cicil.co.id?	9	1
2.	Apakah kualitas pelayanan dari Aplikasi Cicil.co.id sudah cukup baik?	10	0
3.	Apakah anda percaya pada layanan peminjaman di Aplikasi Cicil.co.id?	9	1

Berdasarkan survei awal tersebut, maka penelitian ini dijadikan sebagai penilaian kepada mahasiswa terhadap keputusan peminjaman di aplikasi Cicil.co.id yakni dari segi penilaian pelanggan sebelumnya, kualitas pelayanan dan kepercayaannya. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penelitian ini ditujukan untuk menguji bagaimana Pengaruh *Customer Perceived Value* (persepsi nilai oleh pelanggan), *Customer Perceived Quality* (persepsi kualitas oleh pelanggan), dan *Customer Perceived Trust* (persepsi kepercayaan) Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman *online* Di Aplikasi CICIL.CO.ID pada Kalangan Mahasiswa di Kota Purwokerto. Oleh karena itu, penelitian ini diajukan dengan judul **“PENGARUH CUSTOMER PERCEIVED VALUE, CUSTOMER PERCEIVED QUALITY, DAN PERCEIVED TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN PINJAMAN DI APLIKASI CICIL.CO.ID PADA KALANGAN MAHASISWA DI PURWOKERTO).**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online (fintech)* di aplikasi *cicil.co.id*?
2. Apakah *perceived quality* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online (fintech)* di aplikasi *cicil.co.id*?
3. Apakah *perceived trust* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online (fintech)* di aplikasi *cicil.co.id*?
4. Apakah *perceived value*, *perceived quality* dan *perceived trust* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online (fintech)* di aplikasi *cicil.co.id*?

## C. Tujuan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value* terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online (fintech)* di aplikasi *cicil.co.id*?
- b. Untuk mengetahui pengaruh *perceived quality* terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online (fintech)* di aplikasi *cicil.co.id*?
- c. Untuk mengetahui pengaruh *perceived trust* terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online (fintech)* di aplikasi *cicil.co.id*?
- d. Untuk mengetahui pengaruh *perceived value*, *perceived quality*, dan *perceived trust* terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online (fintech)* di aplikasi *cicil.co.id*?

## D. Manfaat Penelitian

### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bisa digunakan sebagai bahan pengkajian teoritis dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pinjaman *online*, yaitu tentang pengaruh *customer perceived value*, *perceived quality* dan *perceived trust* terhadap keputusan pengambilan pinjaman pada aplikasi *cicil.co.id*.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti bermanfaat sebagai sarana menambah pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga dari dunia praktisi.
2. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa UIN Syaifuddin Zuhri Purwokerto khususnya prodi perbankan syariah mengenai aplikasi *fintech*, khususnya tentang pengaruh *perceived value*, *perceived quality*, dan *perceived trust* dalam pengambilan keputusan pinjaman *online* di aplikasi *cicil.co.id*.
3. Penelitian ini semoga berguna bagi studi kepustakaan pada Fakultas dan Bisnis Islam UIN Syaifuddin Zuhri Purwokerto.

**E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan adalah struktur penulisan dalam skripsi, yang bertujuan untuk memudahkan pemahaman dalam isi skripsi ini, oleh karena itu dalam penulisan yang sistematis, peneliti membagi menjadi beberapa bagian :

**BAB I PENDAHULUAN**

Dalam pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, dan tujuan dan manfaat, sistematika pembahasan.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam landasan teori terdiri dari kajian pustaka, kajian teori, landasan teologis, dan metode penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam metode penelitian menjelaskan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator, pengumpulan data penelitian, dan analisis data untuk melakukan uji dalam penelitian ini.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam hasil dan pembahasan ini menjelaskan gambaran objek penelitian, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahsan analisis data untuk memperoleh hasil penelitian.

## **BAB V PENUTUP**

Dalam penutup ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Pustaka

Salah satu cara penyusunan proposal skripsi ini, dengan berusaha melakukan penelitian terhadap pustaka yang ada berupa karya-karya skripsi maupun jurnal terdahulu yang memiliki relevansi terhadap topik yang diteliti oleh penulis. Tujuan dari telaah pustaka ini untuk memaparkan perbedaan antara peneliti satu dengan penelitian lainnya, agar kebenaran penelitian dapat dipertanggung jawabkan serta terhindar dari unsur plagiasi. Hasil penyusunan selama ini, ditemukan beberapa karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi maupun jurnal yang berkaitan dengan topik yang dibahas oleh penyusun. Beberapa penelitian tersebut menjadi dasar pemikiran penulis dalam proposal skripsi, diantaranya adalah :

Dalam penelitian Johan Wijaya dan Jul Aidil Fadli (2022) yang berjudul **“Pengaruh Perceived Value, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Customer Di Mediasi Kepuasan”**. Dalam penelitiannya *perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin kuat *perceived value* yang dirasakan oleh pelanggan maka terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan di *marketplace* Indonesia. Persamaan penelitian Johan Wijaya dan Jul Aidil Fadli dengan penelitian ini adalah dalam variabel x yaitu pengaruh *perceived value*, sedangkan perbedaan terletak pada lokasi penelitian, dan pada penelitian tersebut membahas mengenai loyalitas pelanggan *marketplace* online dalam melakukan pembelian kebutuhan produknya.

Selanjutnya dalam penelitian Kasman Pandiangan, Masiyono, dan Yugi Dwi Atmogo (2021) yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty”**. dalam penelitiannya *perceived quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand equity*. Selain itu, *brand trust*, *brand image* dan *perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap *brand equity*. Dan *brand*

*trust* serta *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*. Persamaan penelitian Kasman Pandiangan, Masiyono, dan Yugi Dwi Atmogo dengan penelitian ini adalah Variabel x pengaruh *perceived quality*. Sedangkan perbedaannya terletak pada Lokasi penelitian. Selain itu, dalam penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *brand equity*.

Lalu dalam penelitian Eko Sandy dan Carunia Mulya Firdausy (2021) yang berjudul **“Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Trust Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Ulang Go-Pay Di Kota Jakarta”**. dalam penelitiannya *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dalam penggunaan kembali aplikasi go-pay di kota Jakarta. Selain itu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived usefulness* tidak mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan kembali dompet digital, sedangkan *perceived ease of use* berpengaruh terhadap penggunaan kembali dompet digital, serta *trust* juga salah satu faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan kembali dompet digital go-pay di Jakarta. Persamaan penelitian Eko Sandy dan Carunia Mulya Firdausy dengan penelitian ini adalah Variabel x pengaruh *trust*. Sedangkan perbedaannya terletak pada Lokasi penelitian, serta dalam penelitian ini membahas mengenai penggunaan ulang aplikasi Go-pay.

Dalam penelitian Surya Adinata Putra dan Eko Purwanto (2023) yang berjudul **“Analisis Minat Menggunakan Aplikasi Cicil.co.id Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upn “Veteran” Jawa Timur”**. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan efektifitas, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi cicil.co.id sedangkan persepsi resiko sepenuhnya kendali dari dalam diri pelanggan. Persamaan penelitian Surya Adinata Putra dan Eko Purwanto dengan penelitian ini adalah Variabel x yaitu pengaruh *trust*. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan beberapa variabel dalam penelitian ialah mengenai Peningkatan Efektivitas, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Minat.

Selanjutnya dalam penelitian Fikri Haikal dan Candra Wijayangka (2021) yang berjudul **“Hubungan Literasi Keuangan dengan Pemanfaatan**



**Pinjaman Online Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Pengguna Layanan Cicil.co.id**". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan pada mahasiswa Universitas Telkom tergolong baik pada pemanfaatan pinjaman online pada aplikasi cicil.co.id. Persamaan penelitian Fikri Haikal dan Candra Wijayangka dengan penelitian ini adalah Membahas mengenai aplikasi Cicil.co.id. Sedangkan perbedaannya terletak pada dalam penelitian tersebut meneliti tentang literasi keuangan.

Lalu dalam penelitian Cindy Esther Sinaga, Hendra Jonathan Sibarani, dan Syahlida Jumiyanth Nababan (2022) yang berjudul **"Pengaruh Persepsi, Minat Beli dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Produk Finansial pada Aplikasi Pinjaman di Kota Medan"**. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penilaian masyarakat di daerah Medan-Baru pengguna layanan aplikasi pinjaman online, persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk finansial di Kota Medan. Persamaan penelitian Cindy Esther Sinaga, Hendra Jonathan Sibarani, dan Syahlida Jumiyanth Nababan dengan penelitian ini adalah membahas mengenai pengaruh kepercayaan dan pinjaman online. Sedangkan perbedaannya terletak pada dalam penelitian tersebut meneliti tentang pembelian produk.

Dalam penelitian Inas Maulidina Malikhah, Dedi Mulyadi dan Santi Pertiwi Hari Sandi (2022) yang berjudul **"Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Financial Technology Peer To Peer Lending (Pinjaman Online) Pada Mahasiswa Manajemen 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang"**. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel persepsi kemudahan penggunaan aplikasi *fintech peer to peer lending* (pinjaman online) pada mahasiswa manajemen 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang seperti kemudahan aplikasi dapat diunduh, cara aplikasi dapat mudah dipahami hingga efisiensi waktu yang didapat pada penggunaan aplikasi *fintech peer to peer lending* (pinjaman online). Persamaan penelitian Inas Maulidina Malikhah, Dedi Mulyadi dan Santi Pertiwi Hari Sandi dengan penelitian ini adalah membahas



mengenai persepsi kepercayaan terhadap *fintech lending*. Sedangkan perbedaannya terletak pada beberapa variabel yang dipakai, tahun penelitian serta responden penelitian.

Selanjutnya dalam penelitian Tri Hariono, Erna Listyaningsih, Wiewiek Indriani (2021) yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Jasa Pinjaman ULaMM (Unit Layanan Modal Mikro) PT PNM (Permodalan Nasional Madani) Unit Kota Agung, Tanggamus**”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan promosi terhadap kepuasan nasabah PNM ULaMM unit Kota Agung, Tanggamus. Dan tidak terdapat pengaruh dari variabel empati dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah PNM ULaMM unit Kota Agung. Persamaan penelitian Tri Hariono, Erna Listyaningsih, Wiewiek Indriani dengan penelitian ini adalah membahas terkait pinjaman, sedangkan perbedaannya terletak pada Tahun penelitian, beberapa variabel yang dipakai dan perusahaan yang menyediakan pinjaman pun berbeda.

**Tabel 2. 1 Kajian Pustaka**

No.	Judul dan Nama Peneliti	Hasil dari Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	Johan Wijaya dan Jul Aidil Fadli, 2022, Pengaruh <i>Perceived Value</i> , Kualitas Produk, Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Customer Di Mediasi Kepuasan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived value</i> , kualitas produk serta <i>brand equity</i> berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di Indonesia.	<p>Persamaan: Variabel independen pengaruh <i>perceived value</i>.</p> <p>Perbedaan: Lokasi penelitian, dan pada penelitian tersebut membahas mengenai loyalitas pelanggan <i>marketplace</i> online dalam melakukan pembelian kebutuhan produknya.</p>

2.	Kasman Pandiangan, Masiyono dan Yugi Dwi Atmogo, 2021, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, &amp; Brand Loyalty</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>brand trust, brand image</i> dan <i>perceived quality</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>brand equity</i> . Dan <i>brand trust</i> serta <i>brand image</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>brand loyalty</i> .	<p>Persamaan : Variabel independen pengaruh <i>perceived quality</i>.</p> <p>Perbedaan : Lokasi penelitian. Selain itu, dalam penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi <i>brand equity</i>.</p>
3.	Eko Sandy dan Carunia Mulya Firdausy, 2021, Pengaruh <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use</i> Dan <i>Trust</i> Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Ulang Go-Pay Di Kota Jakarta.	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived usefulness</i> tidak mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan kembali dompet digital, sedangkan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh terhadap penggunaan kembali dompet digital, serta <i>trust</i> juga salah satu faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan kembali dompet digital go-pay di Jakarta.	<p>Persamaan : Variabel independen pengaruh <i>trust</i>.</p> <p>Perbedaan : Lokasi penelitian, serta dalam penelitian ini membahas mengenai penggunaan ulang aplikasi Go-pay.</p>
4.	Surya Adinata Putra dan Eko Purwanto, 2023, Analisis Minat Menggunakan Aplikasi Cicil.co.id Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upn "Veteran" Jawa Timur.	Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan efektifitas, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi cicil.co.id sedangkan persepsi resiko sepenuhnya kendali dari dalam diri pelanggan.	<p>Persamaan : Membahas mengenai aplikasi cicil.co.id</p> <p>Perbedaan : Lokasi penelitian dan beberapa variabel dalam penelitian ialah mengenai Peningkatan Efektivitas, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, Minat.</p>
5.	Fikri Haikal dan Candra Wijayangka, 2021,	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa	Persamaan :

	Hubungan Literasi Keuangan dengan Pemanfaatan Pinjaman Online Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom Pengguna Layanan Cicil.co.id.	tingkat literasi keuangan pada mahasiswa Universitas Telkom tergolong baik pada pemanfaatan pinjaman online pada aplikasi cicil.co.id	Membahas mengenai aplikasi Cicil.co.id  Perbedaan : Dalam penelitian tersebut meneliti tentang literasi keuangan.
6.	Cindy Esther Sinaga, Hendra Jonathan Sibarani, dan Syahlida Jumiyan Nababan, 2022, Pengaruh Persepsi, Minat Beli dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Produk Finansial pada Aplikasi Pinjaman di Kota Medan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penilaian masyarakat di daerah Medan-Baru pengguna layanan aplikasi pinjaman online, persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian produk finansial di Kota Medan	Persamaan : Membahas mengenai pengaruh kepercayaan dan pinjaman online  Perbedaan : Dalam penelitian tersebut meneliti tentang pembelian produk
7.	Inas Maulidina Malikhah, Dedi Mulyadi dan Santi Pertiwi Hari Sandi, 2022, Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat <i>Financial Technology Peer To Peer Lending</i> (Pinjaman Online) Pada Mahasiswa Manajemen 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang	Berdasarkan hasil yang sudah diteliti bahwa pada variabel persepsi kemudahan penggunaan aplikasi <i>fintech peer to peer lending</i> (pinjaman online) pada mahasiswa manajemen 2018-2019 Universitas Buana Perjuangan Karawang seperti kemudahan aplikasi dapat diunduh, cara aplikasi dapat mudah dipahami hingga efisiensi waktu yang didapat pada penggunaan aplikasi <i>fintech peer to peer lending</i> (pinjaman online).	Persamaan : Membahas mengenai persepsi kepercayaan terhadap <i>fintech lending</i>  Perbedaan : Beberapa variabel yang dipakai, tahun penelitian serta responden penelitian
8.	Tri Hariono, Erna Listyaningsih, Wiewiek Indriani, 2021,	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1. Terdapat pengaruh	Persamaan : Membahas terkait pinjaman

	Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah dalam menggunakan Jasa Pinjaman ULaMM (Unit Layanan Modal Mikro) PT PNM (Permodalan Nasional Madani) Unit Kota Agung, Tanggamus	dari variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan promosi terhadap kepuasan nasabah PNM ULaMM unit Kota Agung, Tanggamus. 2. Tidak terdapat pengaruh dari variabel empati dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah PNM ULaMM unit Kota Agung, Tanggamus.	Perbedaan : Tahun penelitian, beberapa variabel yang dipakai dan perusahaan yang menyediakan pinjaman pun berbeda
--	---	---	---

Sumber: Penelitian terdahulu

## B. Kerangka Teori

### 1. *Prospect Theory*

Teori prospek dikembangkan oleh Kahneman dan Tversky pada 1974 dimana pada dasarnya mencakup dua disiplin ilmu, yaitu pengetahuan dan psikologi yang merupakan suatu analisis perilaku seseorang dalam mengambil keputusan ekonomi diantara dua pilihan. Teori prospek berfokus pada bagaimana keputusan nya diambil (*descriptive approach*). Teori prospek ini dapat dipakai untuk melihat banyak sekali fenomena perilaku manusia di berbagai bidang kehidupan, khususnya pada proses pengambilan keputusan yang kadangkala ‘tidak masuk akal’.

Teori ini dipakai untuk mengukur (melakukan *measurement perspective*) terhadap perilaku orang atau organisasi dalam mengambil keputusan, dan hal-hal yang melatar belakangi keputusannya itu. Selain itu, teori prospek menunjukkan, bahwa orang akan memiliki kecenderungan irasional untuk lebih enggan mempertaruhkan keuntungan (*gain*) daripada kerugian (*loss*). Dalam kondisi rugi, seseorang akan cenderung lebih berani menanggung risiko dibandingkan pada saat kondisi berhasil. Seseorang akan merasakan seolah-olah nilai kerugian pada sejumlah uang tertentu

dalam suatu taruhan lebih menyakitkan daripada nilai keuntungan dari sejumlah uang yang sama, sehingga dalam situasi rugi orang lebih berani untuk menanggung risiko (Djajanti, n.d.).

## 2. *Customer Perceived Value*

### a. *Pengertian Customer Perceived Value*

Persepsi nilai merupakan penilaian konsumen yang dilakukan dengan cara membandingkan antara manfaat/keuntungan yang akan diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan akan sebuah produk (Fahmi et al., 2022). Nilai adalah evaluasi secara keseluruhan yang dilakukan oleh konsumen untuk suatu produk. Nilai bagi pelanggan (*customer value*) merupakan perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut.

Menurut Zeithaml (1987) dalam bukunya “*Defining and Relating Price, Perceived Quality, and Perceived Value*” *customer perceived value* di definisikan sebagai evaluasi atau penilaian abstrak yang dibentuk oleh pelanggan mengenai atribut produk dan persepsi pengorbanan yang harus dilakukan untuk mendapatkannya. *Perceived value* adalah penilaian pelanggan secara keseluruhan tentang kegunaan suatu produk berdasarkan persepsi tentang manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang diberikan (Zeithaml, 1987).

### b. *Indikator Perceived Value*

Menurut Chang (dalam Adityawan & Kusuma, 2018), indikator *perceived value* diantaranya :

- a. *Emotional value*, utilitas yang berasal dari perasaan, emosi, atau perasaan positif yang dihasilkan dari menggunakan produk. Produk menimbulkan perasaan atau keadaan afektif, seperti rasa percaya diri saat menggunakan produk, yang menghasilkan nilai emosional.
- b. *Social value*, utilitas yang didapat dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri sosial konsumen.

- c. *Quality/performance value*, utilitas yang didapat dari yang diperoleh dari persepsi terhadap kinerja yang diharapkan dari produksi atau jasa.
- d. *Price/value of money*, utilitas yang didapatkan dari produk dikarenakan reduksi biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang.

### 3. Customer Perceived Quality

#### a. Pengertian Customer Perceived Quality

Nawangarsi & Putri (2020) berpendapat bahwa kualitas merupakan kemampuan suatu situs web atau aplikasi untuk membuat transaksi belanja, pembelian, dan penyediaan barang atau layanan dengan cara yang efisien dan efektif. Kemampuan situs web untuk memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif serta menyediakan layanan yang efektif disebut sebagai kualitas layanan *e-service*.

#### b. Indikator Perceived Quality

Menurut Zaithaml dalam buku Tjiptono dan Chandra (2019) ada beberapa indikator dalam *perceived quality*, diantaranya :

##### 1. Efisiensi (*Efficiency*)

Merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan dalam mengelola sumber keuangan, proses, material, tenaga kerja, peralatan perusahaan, Mupun biaya secara efektif.

##### 2. Reliabilitas (*Reliability*),

Merupakan indikator kepercayaan peminjam pada kualitas layanan aplikasi, aplikasi bekerja dengan baik dan memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan peminjam (Nuraeni, 2021).

##### 3. Pemenuhan (*Fulfillment*)

Merupakan sebagai pemenuhan layanan kepada pelanggan atau peminjam sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. *Fullfillment* juga salah satu hal yang penting yang perlu

diperhatikan dalam kualitas layanan *fintech*. Pada saat seorang pelanggan atau peminjam merasa apa yang diinginkan nya lewat layanan yang diberikan terpenuhi atau saat suatu layanan bisa memberikan layanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan maka pelanggan atau peminjam akan merasa puas atas layanan tersebut (Pujianto & Trisakti, 2018).

#### 4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada peminjam, dengan penyampaian informasi yang jelas (Radea, n.d.).

#### 4. *Perceived Trust*

##### a. *Pengertian Perceived Trust*

Kepercayaan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat penggunaan. Kepercayaan juga merupakan faktor penting dalam aktivitas transaksi yang dilakukan tidak mempertemukan antara peminjam dan penyedia layanan (Persepsi et al., 2022).

##### b. *Indikator Perceived Trust*

Indikator kepercayaan menurut Chuang, dkk (2016) yaitu:

##### 1. Keyakinan pada layanan

Merupakan yang berkaitan dengan kepercayaan seseorang terhadap layanan teknologi informasi yang disediakan oleh perusahaan teknologi informasi. Keyakinan seseorang untuk menggunakan layanan teknologi informasi meningkat jika mereka percaya pada perusahaan yang menyediakan layanan tersebut. Keyakinan layanan juga dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan (Aptaguna & Pitaloka, 2016).



## 2. Persepsi kualitas layanan

Kualitas layanan adalah layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pengguna, seperti pembaharuan aplikasi dan ulasan dari pengembang terkait jika ada masalah dengan aplikasi. Kualitas layanan juga mencakup keseluruhan dukungan yang diberikan oleh pengembang sistem kepada pengguna dengan memberikan jaminan keamanan, kenyamanan, empati, dan ketanggapan yang memenuhi harapan pengguna. Jika kualitas layanan yang diberikan maksimal, kualitas layanan akan lebih baik. Tiga indikator menentukan kualitas layanan: responsif, penjaminan, dan empati (Amarin & Wijaksana, 2021).

## 3. Persepsi keamanan layanan

Yaitu berkaitan dengan keyakinan seseorang terhadap keamanan layanan teknologi dan informasi. Keamanan data yang dijaga selama kegiatan yang berlangsung selama pengoperasian layanan teknologi informasi menunjukkan seberapa aman layanan tersebut. Jika seseorang merasa aman dengan transaksinya, mereka akan lebih percaya untuk menggunakan layanan tersebut.

## 5. Keputusan Pengambilan Pinjaman

### a. Pengertian pinjaman

Pinjaman juga disebut jenis hutang yang dapat melibatkan semua jenis benda berwujud walaupun biasanya lebih sering diidentikkan dengan pinjaman moneter adalah jenis hutang yang dapat melibatkan apa pun, diberikan oleh pemilik dana kepada pihak yang membutuhkannya berdasarkan kepercayaan yang mereka berikan kepada pengguna dana, selain itu pinjaman *online* juga diberikan oleh penyedia jasa keuangan yang beroperasi secara *online*, penyedia ini disebut *fintech* (Ridayani, 2019).

### b. Indikator keputusan pengambilan pinjaman

Menurut Kotler dan Armstrong (2004) dalam Ainun Fika (2015) ada beberapa indikator, diantaranya :



1. Persepsi melihat kinerja

Berkaitan dengan bagaimana kinerja perusahaan, apakah para pegawai melakukan prosedur dengan benar atau apakah banyak kesalahan yang dilakukan pegawai yang mengganggu proses pengambilan pinjaman perusahaan teknologi informasi.

2. Kepuasan akan pinjaman yang ditawarkan

Berkaitan dengan pelanggan atau peeminjam yang memilih perusahaan keuangan untuk mendapatkan pinjaman akan merasa puas jika mereka mendapatkan pinjaman yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

3. Penyediaan informasi pada saat diminta

Berkaitan dengan ketika lembaga keuangan memproses pengambilan pinjaman, kemudian perusahaan memberikan informasi yang baik maka akan memudahkan pelanggan atau konsumen.

4. Kepercayaan terhadap kelompok referensi

Berkaitan dengan pelanggan atau peminjam yang memiliki kelompok referensi akan memberikan pengaruh terhadap kepercayaan pelanggan atau peminjam untuk mengambil pinjaman pada lembaga keuangan yang diyakini oleh kelompok referensi tersebut.

5. Pertimbangan pelayanan

Keputusan pelanggan untuk mendapatkan pinjaman di kemudian hari akan dipengaruhi oleh pelayanan prima yang diberikan oleh lembaga keuangan atau perusahaan tersebut.

### C. Landasan Teologis

1. *Perceived value* dalam Perspektif Islam

*Perceived value* merupakan salah satu yang dinilai oleh konsumen atau pelanggan dalam hal ini ialah harga atau nilai untuk uang (*Value For Money*). Ketentuan mengenai penyelenggaraan sistem operasional terkait

layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah yaitu antara lain terhindar dari *riba*, *gharar*, *maysir*, *tadlis*, *dharar*, *zhulm* dan *haram*. Kemudian hal ini dijelaskan dalam Islam pada Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ  
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : “ Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS.An-Nisa: 29)

Ayat di atas menjelaskan bahwa pentingnya keadilan dan kejujuran dalam transaksi sosial. Ayat ini juga mengandung dua perintah, yakni larangan memakan harta orang lain secara batil, atau dalam konteks pinjaman online seperti penipuan dengan menyembunyikan syarat dan ketentuan yang sebenarnya, kemudian penggelapan, dan *riba* atau bunga yang tidak adil dan tinggi. Dalam prinsip-prinsip pinjaman

## 2. *Perceived quality* dalam Perspektif Islam

Konsep *perceived quality* yang diartikan sebagai persepsi pelanggan atau dalam hal ini mahasiswa pengguna aplikasi Cicil.co.id mengenai kualitas produk dan jasa yang diberikan oleh pihak aplikasi Cicil.co.id maka yang peneliti anggap mengartikannya sebagai kualitas layanan atau daya tanggap (*responsiveness*). Sementara dalam konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu produk atau jasa harus memberikan yang terbaik.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT pada Qs. Al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا  
تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ  
حَمِيدٌ ﴿٢٦﴾

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”*. (Qs.Al-Baqarah: 267)

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan rekan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Semua orang yang menggunakan produk atau jasa akan memiliki penilaian yang berbeda-beda tentang kualitas layanan pelanggan yang puas, yang cenderung memberikan referensi yang baik kepada orang lain.

Seseorang tidak akan puas apabila persepsinya akan harapannya belum terpenuhi dari produk atau jasa layanan yang diterimanya. Begitupun sebaliknya seseorang akan merasa puas apabila persepsinya sama atau harapannya telah terpenuhi ketika menggunakan produk atau jasa tersebut.

### 3. *Perceived trust* dalam Perspektif Islam

Jika seorang pelanggan atau konsumen membuat keputusan untuk mengambil pinjaman, mereka harus memiliki kepercayaan terhadap bisnis tersebut. Kepercayaan ini muncul dari cara perusahaan melayani anggota ialah dengan cara yang baik atau sama-sama puas. Selain itu, kepercayaan ini juga penting bagi pelanggan yang menggunakan pinjaman online. Sebagaimana yang dijelaskan dalam al-Qur'an surat Al-Anfal ayat 27 sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

Artinya : *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui”*. (Qs.Al-Anfal: 27)

Ayat diatas menjelaskan mengenai larangan berkhianat. Melalui kisah Abu Lubabah yang sempat menjadi pengkhianat namun segera bertaubat, Allah melarang umat islam untuk berkhianat, apalagi kepada Allah dan Rasulullah. (Tafsir Al-Qur'an Hidayatul Insan, Abu Yahya Marwan Bin Musa).

Hal ini dijelaskan dalam surah Al-Baqarah ayat 283 sebagai berikut :

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ مِنْكُمْ بَعْضٌ يَأْتِي بَعْضًا فَلْيُوَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿۲۸۳﴾

Artinya : “Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Qs. Al-Baqarah: 283)

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada orang yang melakukan transaksi kepada orang lain, dan pada saat itu tidak ada juru tulis sehingga ia harus memberikan barang sebagai jaminan (gadai) kepada orang yang memberikan utang supaya ia merasa tenang melepaskan hutannya. (Tafsir Al-Qur’an Hidayatul Insan, Abu Yahya Marwan Bin Musa).

#### 4. Persepsi Keputusan dalam Perspektif Islam

Hukum Islam adalah hukum yang lengkap yang mengatur hubungan antara manusia dengan Allah SWT dalam bentuk ibadah dan antara mereka sendiri dalam bentuk muamalah. Orang tidak bisa hidup di dunia ini tanpa orang lain. Hal ini berarti bahwa manusia saling membutuhkan satu sama lain dalam hal hubungan sosial, ekonomi, dan lainnya. Tanpa orang lain, seseorang tidak akan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri, seperti pakaian, makanan, dan tempat tinggal (Mughtar & Jamil, n.d.).

Manusia melakukan berbagai hal untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka, seperti jual beli, hutang piutang, gadai, pinjam meminjam, zakat, hibah, dan lainnya. Menurut hukum Islam, pinjaman online yang mengandung riba, seperti tingkat bunga yang tinggi dan

memaksa peminjam membayar lebih dari jumlah pinjaman yang mereka terima, dianggap tidak halal. Selain itu, hukum Islam sangat menentang penagihan yang dilakukan oleh beberapa pihak yang memberikan pinjaman online dengan menggunakan ancaman, mengungkap rahasia, atau menyebarkan aib orang yang berutang kepada teman-teman dan orang terdekatnya. Ini melanggar etika dan integritas dalam hubungan bisnis serta hak privasi dan kehormatan orang (Sularno & Akbar, 2023).

Dalam Islam, menjaga kehormatan dan privasi orang lain adalah salah satu prinsip yang sangat penting. Rasulullah saw. Bersabda :

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ (رواه مسلم) ... أَخِيهِ

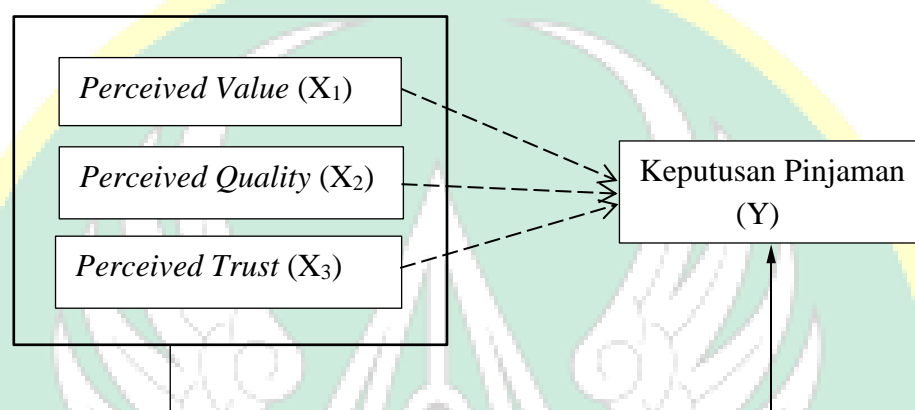
Artinya :”Rasulullah *sallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda: “Barangsiapa yang menghilangkan satu kesulitan seorang mukmin yang lain dari kesulitannya di dunia, niscaya Allah akan menghilangkan darinya satu kesulitan pada hari kiamat. Barangsiapa yang meringankan orang yang kesusahan, niscaya Allah akan meringankan baginya (urusannya) di dunia dan akhirat. Barangsiapa yang menutupi aib seorang muslim, niscaya Allah akan menutupi aibnya di dunia dan akhirat. Dan Allah akan senantiasa menolong hamba-Nya, selama hamba tersebut mau menolong saudaranya...” (HR. Muslim).

Hadist diatas menjelaskan bahwa untuk menjaga kehormatan dan tidak mencela orang lain. Oleh karena itu, dalam praktik penagihan yang melibatkan ancaman, pengungkapan rahasia, atau pembebaran aib orang yang berutang adalah tindakan yang dilarang Islam. Selain itu hukumnya juga haram karena melanggar prinsip keadilan, etika, dan menjaga hak privasi individu.

#### D. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini menggambarkan hubungan dari variabel independen dengan variabel dependen, dalam penelitian ini *Perceived value* ( $X_1$ ), *Perceived quality* ( $X_2$ ), dan *Perceived trust* ( $X_3$ ) sebagai variabel independen yang mempengaruhi keputusan pinjaman ( $Y$ ). Di gambarkan dalam kerangka penelitian sebagai berikut :

**Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran Penelitian**



Keterangan :

- > : Berpengaruh secara parsial
- > : Berpengaruh secara simultan

Kerangka berfikir diatas menjelaskan terkait adanya pengaruh *Perceived value*, *Perceived quality*, dan *Perceived trust* terhadap keputusan pengambilan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id pada kalangan mahasiswa di Purwokerto. Terdapat variabel yang mempengaruhi atau variabel bebas yaitu *Perceived value* ( $X_1$ ), *Perceived quality* ( $X_2$ ), dan *Perceived trust* ( $X_3$ ). Sedangkan variabel yang dipengaruhi atau variabel terikat adalah keputusan pengambilan pinjaman ( $Y$ ).

#### E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah bagian terpenting dari penelitian, yang harus dijawab sebagai kesimpulan dari penelitian itu sendiri. Karena itu, hipotesis

bersifat dugaan sehingga peneliti harus mengumpulkan data yang cukup untuk menunjukkan bahwa hipotesis tersebut benar (Lolang, 2014).

Hipotesis yang akan diujikan dalam penelitian ini ialah :

1. Pengaruh *Perceived Value* terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman *Online (fintech)* di Aplikasi Cicil.co.id

*Perceived value* ialah nilai atau manfaat yang diterima oleh pelanggan yang berkaitan dengan total biaya. Secara sederhana, nilai adalah perbedaan antara keuntungan dan biaya yang diterima oleh pelanggan (Putri et al., n.d.). Dari hasil penelitian Johan Wijaya dan Jul Aidil Fadli (2022) dalam penelitiannya *perceived value* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin kuat *perceived value* yang dirasakan oleh pelanggan maka terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan di *marketplace* Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka rumusan hipotesis pertama ( $H_1$ ) yang diajukan ialah :

**$H_1$  : *Perceived Value* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id**

2. Pengaruh *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman *Online (fintech)* di Aplikasi Cicil.co.id

Nawangarsi & Putri (2020) berpendapat bahwa kualitas merupakan kemampuan suatu situs web atau aplikasi untuk membuat transaksi belanja, pembelian, dan penyediaan barang atau layanan dengan cara yang efisien dan efektif. Kemampuan situs web untuk memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif serta menyediakan layanan yang efektif disebut sebagai kualitas layanan *e-service*. Dari hasil penelitian Kasman Pandiangan, Masiyono, dan Yugi Dwi Atmogo (2021) dalam penelitiannya *perceived quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand equity*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka rumusan hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang diajukan ialah :



**H<sub>2</sub> : *Perceived Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id**

3. Pengaruh *Perceived Trust* terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman *Online* (fintech) di Aplikasi Cicil.co.id

Kepercayaan adalah tulang punggung sebuah bisnis, untuk keberlangsungan hubungan jangka panjang dengan pelanggan adalah langkah penting dalam membangun loyalitas pelanggan, kepercayaan juga mencerminkan keyakinan pelanggan bahwa penyedia barang atau jasa dapat dipercaya dan diandalkan dalam memenuhi janji mereka, termasuk kepercayaan sangat penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk memilih aplikasi pinjaman *online* (Nurhanah et al., 2019). Dari hasil penelitian Eko Sandy dan Carunia Mulya Firdausy (2021) dalam penelitiannya *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dalam penggunaan kembali aplikasi go-pay di kota Jakarta.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka rumusan hipotesis ketiga (H<sub>3</sub>) yang diajukan ialah :

**H<sub>3</sub> : *Perceived Trust* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id**

4. Pengaruh *Perceived Value*, *Perceived Quality*, dan *Perceived Trust* terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman *Online* (fintech) di Aplikasi Cicil.co.id

Pelanggan atau peminjam akan melakukan atau menentukan keputusan pengambilan pinjaman melalui beberapa faktor. *Perceived value* merupakan penilaian pelanggan lain terhadap manfaat dan pengorbanan yang berkaitan dengan produk atau jasa (Doni Yunanto et al., n.d.). Selanjutnya, *perceived quality* merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan. Pelanggan atau peminjam yang merasa puas dengan kualitas produk atau jasa cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi (Daud et al., n.d.). Dan *perceived*



*trust* merupakan persepsi kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa didasarkan kondisi psikologis individu mereka, yang merupakan alasan mental dan emosional mereka sendiri untuk menggunakan produk atau jasa tersebut (Christianto Malonda et al., 2020).

**H<sub>3</sub> : *Perceived Value, Perceived Quality, dan Perceived Trust* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman Online (*fintech*)**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif untuk memilih sampel representatif dan bersifat deduktif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang memiliki struktur sistematis, terencana, dan terstruktur sejak awal hingga akhir proyek. Dalam definisi lain, penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang banyak menggunakan angka saat mengumpulkan data, menafsirkannya, dan menunjukkan hasilnya. Penelitian ini akan menganalisis pengaruh persepsi nilai oleh pelanggan, persepsi kualitas layanan dan persepsi kepercayaan menggunakan aplikasi Cicil.co.id terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online* (*fintech*).

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian

##### 1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada responden yaitu mahasiswa yang sedang berkuliah di wilayah Purwokerto, dan pernah melakukan pengambilan pinjaman online di Aplikasi Cicil.co.id.

##### 2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan Desember 2023 sampai dengan bulan Oktober 2024.

#### C. Populasi dan Sampel Penelitian

##### 1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2016), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pengguna Aplikasi Cicil.co.id di Wilayah Purwokerto dan pernah melakukan pengambilan pinjaman *online*.

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi. Dengan kata lain, populasi adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, dan sejumlah individu yang dipilih dari populasi dan merupakan bagian yang mewakili keseluruhan anggota populasi (Suryani et al., n.d.).

Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya.

Menurut Sugiyono (2016), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa pengguna Aplikasi Cicil.co.id yang pernah menggunakan dan melakukan transaksi pinjaman *online* di Wilayah Purwokerto.

Karena populasi tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Wibison dalam Ridwan dan Akdon (2013).

$$n = \frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e}^2$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z<sub>α</sub> = Tingkat keyakinan 95%, maka nilai Z<sub>α</sub> sebesar 1,96

σ = Standar deviasi 25%, maka nilai σ sebesar 0,25

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) 5%, maka nilai e sebesar 0,05.

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel (n) pada penelitian ini yaitu minimal 96,04 responden yang kemudian menjadi 103 orang.

## D. Variabel dan Indikator Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016 :68). Selanjutnya, variabel dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas (Independent Variable) dan satu variabel terikat (Dependent Variabel). Variabel bebas tersebut adalah *Perceived Value* ( $X_1$ ), *Perceived quality* ( $X_2$ ), dan *Perceived trust* ( $X_3$ ). Variabel terikatnya adalah Keputusan Pengambilan (Y).

### 2. Indikator Penelitian

**Tabel 3. 1 Indikator Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	<i>Perceived Value</i>	<i>Perceived value</i> adalah penilaian yang dibentuk oleh pelanggan (Zeithaml, 1987)	a. <i>Emotional value</i> b. <i>Social value</i> c. <i>Quality/performance</i> d. <i>Price/value of money</i>
2	<i>Perceived quality</i>	<i>Perceived quality</i> adalah kemampuan suatu aplikasi untuk menyediakan barang atau layanan yang efisien dan efektif (Nawang Sari dan Putri, 2020)	Menurut Zeithaml dalam buku Tjiptono dan Chandra (2019) : a. Efisiensi layanan b. Kualitas layanan c. Pemenuhan kebutuhan pelanggan d. Daya tanggap layanan
3	<i>Perceived trust</i>	<i>Perceived trust</i> adalah kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain yang terlibat dalam pertukaran karena individu mempunyai keyakinan kepada pihak lain (Moorman, 1993)	a. Keyakinan pada layanan b. Persepsi kualitas layanan c. Persepsi keamanan layanan
4	Keputusan Pengambilan Pinjaman	Keputusan pengambilan pinjaman adalah sebuah proses	a. Persepsi melihat kinerja

	keputusan dalam mengambil kredit pada suatu lembaga keuangan yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan, dan akhirnya didapatkan perilaku setelah mengambil kredit yaitu puas atau tidak puas atas suatu produk tersebut (Philip Kotler, 2008).	b. Kepuasan akan pinjaman yang ditawarkan c. Penyediaan informasi pada saat diminta d. Kepercayaan terhadap kelompok referensi e. Pertimbangan pelayanan
--	---	---

Sumber : Data Primer

## E. Sumber Data Penelitian

### 1. Sumber Data Penelitian

#### a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini adalah diperoleh secara langsung melalui observasi dan penyebaran kuesioner tentang pengaruh *Perceived Value*, *Perceived Quality*, dan *Perceived Trust* terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online* pada mahasiswa pengguna Aplikasi Cicil.co.id di Wilayah Purwokerto.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, data ini biasanya melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan, atau karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh *Perceived Value*, *Perceived Quality*, dan *Perceived Trust* terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online* pada Aplikasi Cicil.co.id.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mengandung unsur biologis dan psikologis berbeda. Selain itu, teknik pengumpulan data ini sebagai sarana realitas atau fakta secara langsung berupa cara yang terlihat, tetapi juga untuk mendengar (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, yang di observasi ialah kalangan mahasiswa pengguna aplikasi pinjaman Cicil.co.id di wilayah Purwokerto.

### 2. Kuesioner

Dalam penelitian ini, kuesioner yang dikirim melalui internet digunakan untuk mengumpulkan data. Selain itu, kuesioner ini terdiri dari daftar pertanyaan yang mencakup semua pernyataan dan pernyataan yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data, baik melalui telepon, surat, atau pertemuan langsung (Ferdinand, 2014). Metode pengumpulan data dengan memberikan angket yang berisi daftar pertanyaan kepada responden. Angket tersebut diberikan kepada responden dan kemudian diharapkan masing-masing responden akan mengisinya dengan pendapat dan persepsi setiap individu responden itu sendiri.

Selain itu, penelitian ini menggunakan angket online dengan bantuan *Google Forms*, yang memungkinkan responden untuk memilih salah satu dari berbagai jawaban yang tersedia. Dalam penelitian ini, pertanyaan tertutup digunakan untuk membuat kuesioner. Skala interval digunakan dalam pengukuran variabel karena merupakan alat pengukur yang dapat menghasilkan data dalam rentang nilai yang signifikan dan memungkinkan pengukuran yang memungkinkan perhitungan rata-rata, deviasi standar, uji statistik parameter, korelasi, dan sebagainya (Ferdinand, 2014).

Selanjutnya, teknik yang digunakan dalam pengukuran kuesioner atau angket menggunakan *agree-disagree scale*. Pertanyaan yang dibuat oleh skala ini berisi pilihan ialah Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Kurang Setuju (KS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS), sehingga dapat

menghasilkan setuju-tidak setuju dalam berbagai rentang nilai. Digunakan skala dari 1-5, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Pengisian kuesioner menggunakan aplikasi Cicil.co.id tentang pengaruh *perceived value*, *perceived quality*, dan *perceive trust* terhadap keputusan pengambilan pinjaman online diukur dengan menggunakan skala likert, yang terdiri dari dua jenis pertanyaan: pertanyaan positif dan pertanyaan negatif. Skor untuk pertanyaan positif adalah 1 untuk jawaban sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju, dan skor 3 untuk jawaban kurang setuju, skor 4 untuk jawaban setuju dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju (Sarjono dan Julianita, 2011:6).

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

<b>Skor</b>	<b>Keterangan</b>
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Kurang Setuju (KS)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

## **G. Teknik Instrumen Data**

Setelah data terkumpul, kemudian akan dilakukan proses analisis data. Data-data yang akan diolah menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Uji validitas berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sah) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner (Miftahul Janna & Herianto, n.d.).

Kriteria pengujian validitas ini akan menjelaskan korelasi antara masing-masing skor item indikator dengan total skor. Tingkat signifikan yang digunakan yaitu 0,05.

√ Kriteria pengujian validitas

H0 diterima apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , (alat ukur yang digunakan valid atau sah)

H0 ditolak apabila  $r_{statistik} \leq r_{tabel}$ . (alat ukur yang digunakan tidak valid atau sah)

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana konsistensi hasil suatu penelitian ketika dilakukan secara berulang-ulang. Semakin tinggi reliabilitasnya, maka penelitian tersebut semakin bisa diandalkan (Hilda et al., 2023).

Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan adalah *Cronbach's Alpha*, pertanyaan yang mempunyai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 dikatakan suatu instrumen yang reliabel (Suliyanto dalam Aziz 2020). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai  $\alpha \geq 0,6$ . Menurut Sekaran reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik (Priyanto, 2012: 101).

### **H. Teknik Analisis Data**

#### **1. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik adalah persyaratan pengujian statistik yang harus dipenuhi terlebih dahulu dalam analisis regresi linier. Asumsi klasik sendiri meliputi beberapa pengujian diantaranya, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi (Nurchahya et al., n.d.).

##### **a. Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2007) tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau



tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk masing-masing variabel. Hipotesis yang digunakan adalah :

$H_0$  : Data residual berdistribusi normal

$H_a$  : Data residual tidak berdistribusi normal

Data penelitian dikatakan menyebar normal atau memenuhi uji normalitas apabila nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* variabel residual berada di atas 0,05 atau 5%, sebaliknya jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* variabel residual berada di bawah 0,05 atau 5%, maka data tersebut tidak berdistribusi normal atau tidak memenuhi uji normalitas.

#### **b. Uji MultiKoliniearitas**

Uji multikoliniearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *independen*. Multikoliniearitas dapat dilihat dengan *Variance Inflation Factor* (VIF), apabila nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* >0,10 maka tidak terdapat gejala multikoloniearitas (Ghozali, 2011).

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2011:139). Model regresi yang baik adalah ketika terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **2. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel-variabel *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat) Ghozali (2018:95). Sehingga dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *perceived value*, *perceived quality*, dan *perceived trust* sebagai variabel *independent* terhadap keputusan pengambilan pinjaman *online (fintech)* pada aplikasi Cicil.co.id sebagai

variabel *dependent*. Pada penelitian ini model regresi linear berganda dengan a dan b merupakan penduga parameter bagi  $\alpha$  dan  $\beta$ , sehingga secara statistik model tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi 1 variabel *perceived value*

$\beta_2$  = Koefisien regresi 2 variabel *perceived quality*

$\beta_3$  = Koefisien regresi 3 variabel *perceived trust*

$X_1$  = *Perceived value*

$X_2$  = *Perceived quality*

$X_3$  = *Perceived trust*

e = *Error*

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Dalam penelitian ini uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (X) secara parsial (sendiri-sendiri) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Untuk menentukan nilai t tabel digunakan persamaan sebagai berikut :

$$t_{\text{tabel}} = t \left( \frac{\alpha}{2}; n - k - 1 \right)$$

Keterangan :

$\alpha$  = Nilai probabilitas

n = Jumlah sampel penelitian

k = Jumlah variable yang mempengaruhi

Untuk menghitung besarnya  $t_{\text{hitung}}$  digunakan rumus sebagai berikut:

$$t'_{\frac{bj}{sbj}}$$

Keterangan :

t = Nilai hitung

$b_j$  = Koefisien regresi

$S_{b_j}$  = Standard error koefisien regresi (Aziz dan Utami, 2020).

#### b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji f atau uji serentak pada dasarnya dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel *independent* (X) variabel bebas yang dimasukkan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependent* (Y) atau variabel terikat serta untuk menguji apakah model regresi yang dibuat baik atau signifikan maupun tidak baik atau tidak signifikan. Untuk menentukan nilai f tabel digunakan persamaan sebagai berikut :

$$F_{\text{tabel}} = F(k;n - k)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel penelitian

k = Jumlah variabel yang mempengaruhi (Ma'sumah, 2019)

Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA dari hasil analisis regresi linier berganda. Melakukan uji F untuk mengetahui hubungan antara variabel *independent* dan *dependent*. Kriteria pengujian dan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  atau probabilitas  $F > \alpha = 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dalam hal ini maka tidak terdapat pengaruh variabel kepercayaan, keamanan dan persepsi risiko (X) secara simultan terhadap variabel keputusan pengambilan kredit (Y).
- b. Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  atau probabilitas tabel atau probabilitas  $F < \alpha = 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dalam hal ini maka terdapat pengaruh variabel *perceived value*, *perceived quality*, dan *perceived trust* (X) secara simultan terhadap variabel keputusan pengambilan pinjaman (Y) (Aziz dan Utami, 2020).

#### c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel *depend* ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) secara serentak terhadap variabel *dependent* ( $Y$ ). Menurut Sugiyono (2016), standar ukur pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

- a. 0,00 – 0,199 = Sangat rendah
- b. 0,20 – 0,399 = Rendah
- c. 0,40 – 0,599 = Sedang
- d. 0,60 – 0,799 = Kuat
- e. 0,80 – 1,000 = Sangat kuat



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. *Financial Technology (Fintech)*

*Financial Technology (Fintech)* menurut Bank Indonesia dalam Marganingsih (2019) *fintech* merupakan hasil dari kombinasi teknologi terbaru dengan jasa keuangan yang mengubah model bisnis sederhana menjadi berimbang (misalnya, melakukan pembayaran secara langsung dan membayar dengan uang tunai) transaksi tidak secara langsung, tetapi melalui *platform online* dan juga melakukan pembayaran melalui internet). Sementara definisi *Fintech* syariah adalah kombinasi antara teknologi dan keuangan yang membuat proses informasi menjadi lebih mudah dan transaksi di bidang teknologi keuangan yang didasarkan pada hukum Islam atau syariat.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), di Indonesia hadirnya *Fintech* telah mempermudah dan membantu masyarakat menyelesaikan masalah dalam hal perekonomian. Berikut beberapa jenis-jenis *Fintech* yang sedang berkembang dan memberikan solusi finansial bagi masyarakat Indonesia :

##### 1. *Crowdfunding*

Crowdfunding atau penggalangan dana merupakan salah satu model *fintech* yang sedang populer di berbagai negara, termasuk Indonesia. Dengan adanya teknologi ini, masyarakat dapat menggalang dana atau berdonasi untuk suatu inisiatif atau program sosial yang mereka pedulikan. Salah satu contohnya adalah penggalangan dana untuk membangun Pesawat R80 yang didesain oleh BJ Habibie. Contoh start-up *fintech* dengan model *crowdfunding* yang kini tengah populer di Indonesia adalah KitaBisa.com.

## 2. *Micro*

*Microfinancing* adalah salah satu layanan *fintech* yang menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat kelas menengah ke bawah untuk membantu kehidupan dan keuangan mereka sehari-hari. Karena masyarakat dari golongan ekonomi ini kebanyakan tidak memiliki akses ke institusi perbankan, maka mereka pun mengalami kesulitan untuk memperoleh modal usaha guna mengembangkan usaha atau mata pencaharian mereka. *Microfinancing* berusaha menjembatani permasalahan tersebut dengan menyalurkan secara langsung modal usaha dari pemberi pinjaman kepada calon peminjam. Sistem bisnis dirancang agar return bernilai kompetitif bagi pemberi pinjaman, namun tetap attainable bagi peminjamnya. Salah satu startup yang bergerak dalam bidang *microfinancing* ini adalah Amarta yang menghubungkan pengusaha mikro di pedesaan dengan pemodal secara online.

## 3. *P2P Lending Service*

Jenis ini lebih dikenal sebagai *fintech* untuk peminjaman uang. *Fintech* ini membantu masyarakat yang membutuhkan akses keuangan untuk memenuhi kebutuhan. Dengan *fintech* ini, konsumen dapat meminjam uang dengan lebih mudah untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidup tanpa harus melalui proses berbelit-belit yang sering ditemui di bank konvensional. Salah satu contoh dari *fintech* yang bergerak dalam bidang peminjaman uang ini adalah AwanTunai, sebuah startup yang memberikan fasilitas cicilan digital dengan aman dan mudah.

## 4. *Market Comparison*

Dengan *fintech* ini, masyarakat dapat membandingkan macam-macam produk keuangan dari berbagai penyedia jasa keuangan. *fintech* juga dapat berfungsi sebagai perencana finansial. Dengan bantuan *fintech*, penggunanya dapat mendapatkan beberapa pilihan investasi untuk kebutuhan di masa depan.

## 5. *Digital Payment System*

*Fintech* ini bergerak di bidang penyediaan layanan berupa pembayaran semua tagihan seperti pulsa & pascabayar, kartu kredit, atau token listrik PLN. Salah satu contoh *fintech* yang bergerak dalam *digital payment system* ini adalah *Payfazz* yang berbasis keagenan untuk membantu masyarakat Indonesia, terutama mereka yang tidak memiliki akses ke bank, untuk melakukan pembayaran berbagai macam tagihan setiap bulannya.

## 2. Profil *Financial Technology Cicil.co.id*

Cicil.co.id didirikan oleh Edward Widjonarko dan Leslie Lim pada September 2016, Edward adalah orang Indonesia sedangkan Leslie berasal dari Singapura. Mereka bertemu saat keduanya mengambil gelar master di INSEAD, Singapura. Keduanya ingin menjadi pengusaha, terutama dalam bidang perusahaan startup. Edward dan Leslie memutuskan untuk membuat sebuah startup finansial berbasis teknologi berdasarkan pengalaman mereka sebelumnya di bidang keuangan. Pengalaman Edward sebagai mahasiswa bidikmisi di tahun pertama kuliahnya di Institut Teknologi Bandung adalah inspirasi bagi ide bisnis CICIL. Pada saat itu Edward perlu membeli laptop untuk menyelesaikan tugas kuliahnya, tetapi dia tidak memiliki dana untuk melakukannya secara tunai karena saat itu tidak ada program cicilan mahasiswa.

Cicil.co.id merupakan perusahaan P2P Lending berizin dari OJK yang berfokus pada pembiayaan yang bertanggung jawab atas kebutuhan pendidikan untuk mahasiswa dan institusi pendidikan. PT CICIL SOLUSI MITRA TEKNOLOGI merupakan Perusahaan yang telah memiliki izin operasional dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan Nomor KEP-20/D.05/2021 tanggal 22 April 2021 sehingga pelaksanaan kegiatan usahanya diawasi secara ketat oleh OJK berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor Nomor 10/POJK.05/2022 tentang layanan pendanaan bersama berbasis teknologi informasi. Sejak beroperasi pada September 2016 sekarang CICIL Tersedia di kurang lebih 95 universitas

di Jawa, Bali, dan Sumatera dan memiliki lebih dari 600 student ambassador di Indonesia (Sumber : [www.Cicil.co.id](http://www.Cicil.co.id) diakses pada 23 September 2024).

**Gambar 4. 1 Logo Cicil.co.id**



*Sumber: Cicil.co.id*

Profil produk :

1. CICIL Uang Kuliah, solusi pembiayaan kebutuhan uang semester dengan skema fleksibel hingga 6 bulan serta uang pangkal dan uang semester pertama hingga 36 bulan dan margin pembiayaan 1%-1.5%.
2. CICIL Barang, solusi pembiayaan barang penunjang kebutuhan kuliah seperti laptop, handphone, atau kebutuhan mahasiswa lainnya dengan skema cicilan hingga 24 bulan dan margin pembiayaan 2%-2.5%.
3. CICIL Pulsa, solusi pembiayaan kebutuhan pulsa dan kuota internet dengan sistem PayLater.
4. CICIL Belajar, solusi akses pendidikan non formal seperti kursus bahasa, marketing, pajak, dan lainnya yang dapat diakses dengan mudah dan skema fleksibel.
5. CICIL Jobs, solusi keringanan cicilan untuk pengguna aktif CICIL dengan terlibat dalam program kerja sampingan yang fleksibel seperti melakukan survey, menjadi nano influencer, akuisisi pengguna, dan lainnya.
6. CICIL Institusi, solusi pembiayaan khusus institusi pendidikan seperti sekolah, yayasan, atau lembaga pendidikan lainnya dalam memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana mulai dari penambahan modal hingga kebutuhan operasional.



## B. Gambaran Umum Wilayah Purwokerto

Purwokerto merupakan salah satu kota yang dikenal sebagai kota pelajar di Pulau Jawa, karena banyaknya jumlah sekolah dan perguruan tinggi. Selain itu, biaya hidup di Purwokerto juga termasuk yang relatif murah dibandingkan dengan biaya hidup di kota-kota besar lainnya di Indonesia. Terletak dibawah kaki Gunung Slamet, gunung tertinggi kedua di Pulau Jawa. Purwokerto juga berada diketinggian 71-286 meter diatas permukaan laut (mdpl) dengan koordinat  $7^{\circ}26'S$   $109^{\circ}14'E$ .

Purwokerto berperan sebagai pusat pemerintahan Kabupaten Banyumas. Jumlah penduduk di Purwokerto juga didominaasi oleh generasin Z, sehingga memiliki kaitan yang kuat dengan pertumbuhan dan perkembangan kota tersebut. Generasi Z juga sangat mudah dalam menyesuaikan dirinya dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, sehingga penggunaan financial technology sudah menjadi keseharian mereka.

**Gambar 4. 2 Alun-alun Purwokerto**



Sumber : [radarbanyumas.disway.id](http://radarbanyumas.disway.id)

Perkembangan *fintech* Purwokerto juga mulai terlihat sejak tahun 2017, ini terbukti dengan banyaknya bank dan lembaga yang menggunakan metode virtual dalam melakukan transaksi. Respon masyarakat terhadap perkembangan *fintech* juga sangat baik, dan masyarakat kota Purwokerto juga lebih cenderung menyukainya. Perkembangan ini juga menjadi salah satu bukti Purwokerto menjadi kota yang ditempati oleh sebagian besar *milenial*.

### C. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap 1 responden, dengan karakteristik responden ialah mahasiswa di wilayah Purwokerto dan pengguna Aplikasi Pinjaman Cicil.co.id. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuesioner berupa *Google Form* kepada 103 responden, dapat diperoleh hasil gambaran karakteristik responden sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-Laki	50	50%
2.	Perempuan	53	53%
	<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>103%</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2024*

Dari hasil tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan, ialah sebanyak 53 persen atau 53 responden perempuan. Sedangkan 50 persen atau 50 responden ialah dari kalangan jenis kelamin laki-laki. Hal ini dikarenakan perempuan dianggap dalam hal literasi finansial relatif lebih rendah. Sehingga untuk pinjol-pinjol ilegal menasar perempuan untuk keuntungan sebanyak-banyaknya. Selain itu, kebutuhan perempuan tentunya lebih banyak dan bervariasi karena perempuan perlu menunjang penampilannya. Sehingga aplikasi pinjaman online semakin populer dikalangan orang dewasa dan pelajar juga. Mahasiswa sekarang dapat membeli barang-barang yang mereka butuhkan dengan pinjaman ini.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa/I kampus

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Mahasiswa/I Kampus**

No.	Mahasiswa/i	Jumlah	Persentase %
1.	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	23	23%

2.	Universitas Islam Negeri Prof.KH.Saifuddin Zuhri Purwokerto	21	21%
3.	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	36	36%
4.	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	23	23%
<b>Total</b>		<b>103</b>	<b>103%</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2024*

Dari hasil tabel dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Prof.KH.Saifuddin Zuhri Purwokerto dengan jumlah 21 persen atau 21 responden. Dan yang kedua dari mahasiswa/i Institut Teknologi Telkom Purwokerto dengan jumlah 36 persen atau 36 responden. Dan yang selanjutnya ada dari mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan mahasiswa/i Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto dengan perolehan jumlah yang sama yaitu 23 persen atau 23 responden.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah	Persentase %
1.	18-22	53	53%
2.	23-27	50	50%
<b>Total</b>		<b>103</b>	<b>103%</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2024*

Dari hasil tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini berusia 18-22 tahun dengan persentase 53 persen atau 72 responden. Selain itu, 50 responden lainnya berusia 23-27 tahun. Hal ini menunjukkan responden berusia 18-22 tahun cenderung lebih sering menggunakan aplikasi dan layanan *online*.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

**Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili**

No.	Domisili	Jumlah	Persentase %
-----	----------	--------	--------------

1.	Purwokerto Selatan	29	29%
2.	Purwokerto Utara	25	25%
3.	Purwokerto Barat	24	24%
4.	Purwokerto Timur	25	25%
<b>Total</b>		<b>103</b>	<b>103%</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2024*

Dari hasil tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini berdomisili di Purwokerto Selatan ialah sebanyak persen atau 29 responden. Hal ini dikarenakan Purwokerto Selatan menjadi salah satu kecamatan yang ramai penduduk. Selain itu, adanya beberapa universitas dan pondok pesantren sehingga menjadi tempat strategis dengan adanya penginapan, kuliner, dan bidang jasa lainnya.

#### **D. Hasil Penelitian dan Analisis Data**

##### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

###### **a. Uji validitas**

Uji validitas berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sah) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pernyataan yang ada dalam kuesioner. Untuk mengetahui valid atau tidaknya item pernyataan dapat dilihat dari  $r_{hitung}$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pernyataan dari kuesioner dapat dikatakan valid.

$R_{tabel}$  dalam penelitian ini didapatkan dengan rumus :

$$\begin{aligned}
 R_{tabel} &= df = n - 2 \\
 &= 103 - 2 = 101 \\
 &= 0,1937
 \end{aligned}$$

Jadi diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,1937. Berikut hasil uji validitas untuk setiap item kuesioner:

### 1) Uji Validitas Variabel *Perceived Value*

Dalam kuesioner variabel *perceived value* sebagai variabel independen ( $X_1$ ) memiliki 8 item pernyataan, dan menunjukkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Value***

Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
X <sub>1.1</sub>	0,893	0,1937	Valid
X <sub>1.2</sub>	0,819	0,1937	Valid
X <sub>1.3</sub>	0,817	0,1937	Valid
X <sub>1.4</sub>	0,798	0,1937	Valid
X <sub>1.5</sub>	0,872	0,1937	Valid
X <sub>1.6</sub>	0,866	0,1937	Valid
X <sub>1.7</sub>	0,876	0,1937	Valid
X <sub>1.8</sub>	0,823	0,1937	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel *perceived value* dari masing-masing item menghasilkan nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  (0,1937). Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel *perceived value* dinyatakan valid.

### 2) Uji Validitas Variabel *Perceived Quality*

Dalam kuesioner variabel *perceived value* sebagai variabel independen ( $X_2$ ) memiliki 8 item pernyataan, dan menunjukkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Quality***

Item	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
X <sub>2.1</sub>	0,885	0,1937	Valid
X <sub>2.2</sub>	0,861	0,1937	Valid
X <sub>2.3</sub>	0,848	0,1937	Valid
X <sub>2.4</sub>	0,852	0,1937	Valid

X <sub>2.5</sub>	0,856	0,1937	Valid
X <sub>2.6</sub>	0,883	0,1937	Valid
X <sub>2.7</sub>	0,840	0,1937	Valid
X <sub>2.8</sub>	0,908	0,1937	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel *perceived quality* dari masing-masing item menghasilkan nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  (0,1937). Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel *perceived quality* dinyatakan valid.

### 3) Uji Validitas Variabel *Perceived Trust*

Dalam kuesioner variabel *perceived trust* sebagai variabel independen (X<sub>3</sub>) memiliki 6 item pernyataan, dan menunjukkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Trust**

Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
X <sub>3.1</sub>	0,888	0,1937	Valid
X <sub>3.2</sub>	0,880	0,1937	Valid
X <sub>3.3</sub>	0,886	0,1937	Valid
X <sub>3.4</sub>	0,817	0,1937	Valid
X <sub>3.5</sub>	0,797	0,1937	Valid
X <sub>3.6</sub>	0,870	0,1937	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel *perceived trust* dari masing-masing item menghasilkan nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  (0,1937). Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel *perceived trust* dinyatakan valid.

#### 4) Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan Pinjaman

Dalam kuesioner variabel pengambilan keputusan pinjaman sebagai variabel independen (Y) memiliki 10 item pernyataan, dan menunjukkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan Pinjaman**

Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Y.1	0,899	0,1937	Valid
Y.2	0,846	0,1937	Valid
Y.3	0,850	0,1937	Valid
Y.4	0,854	0,1937	Valid
Y.5	0,852	0,1937	Valid
Y.6	0,871	0,1937	Valid
Y.7	0,880	0,1937	Valid
Y.8	0,891	0,1937	Valid
Y.9	0,877	0,1937	Valid
Y.10	0,872	0,1937	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pengambilan pinjaman dari masing-masing item menghasilkan nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  (0,1937). Maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel keputusan pengambilan pinjaman dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden dari semua variabel. Uji ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, dengan standar ukur yaitu jika

nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, maka dapat dinyatakan reliabel atau diterima.

Kriteria pengujian reliabilitas:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , berarti pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , berarti pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.

Berikut hasil uji reliabilitas yang dilakukan melalui aplikasi IBM SPSS 22:

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Hitung <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Perceived Value (X1)	0, 943	Reliabel
Perceived Quality (X2)	0, 952	Reliabel
Perceived Trust (X3)	0, 927	Reliabel
Pengambilan Keputusan (Y)	0, 964	Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa item *perceived value*, *perceived quality*, *perceived trust* dan keputusan pengambilan pinjaman dinyatakan reliabel. Berdasarkan masing-masing reliabel diketahui nilai koefisien *Cronbach's Alpha* dari variabel *perceived value* (X<sub>1</sub>) sebesar 0,943, variabel *perceived quality* (X<sub>2</sub>) sebesar 0,952, variabel *perceived trust* (X<sub>3</sub>) sebesar 0,927, dan variabel keputusan pengambilan pinjaman (Y) sebesar 0,964.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pada pengujian ini menggunakan analisis statistik dengan Uji *Kolmogrov-Smirnov* dan dengan nilai signifikan 5% atau 0,05. Berikut adalah hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirno*



Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		103
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0523827
	Std. Deviation	1.34724920
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.067
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Berdasarkan tabel 4.10 hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* diketahui bahwa nilai signifikan *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai tersebut > nilai standar signifikansi yaitu 0,05 atau dapat dikatakan *sig.>0,05*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas dan data tersebut berdistribusi secara normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengukur ada tidaknya korelasi antar variabel independent. Model regresi yang baik ialah yang tidak ada adanya korelasi dengan variabel independent. Dalam pengujian ini menggunakan kriteria yakni jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai dari *VIF* < 10,00, maka dapat disimpulkan tidak terdapat multikolinearitas, begitupun sebaliknya jika nilai *tolerance* < 0,10 dan *VIF* >10,00, maka dalam model regresi penelitian ini telah terjadi masalah multikolinearitas.

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.232	1.203		-.193	.848		
X1	.416	.068	.317	6.076	.000	.276	3.624
X2	.391	.068	.323	5.716	.000	.236	4.246
X3	.631	.102	.373	6.208	.000	.208	4.818

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai tolerance untuk setiap variabel independen  $> 0,10$ , yaitu variabel perceived value ( $X_1$ ) sebesar 0,276, dan variabel perceived quality ( $X_3$ ) sebesar 0,236, dan variabel perceived trust ( $X_3$ ) sebesar 208. Dengan nilai VIF untuk setiap variabel independen  $< 10$ , yaitu variabel perceived value ( $X_1$ ) sebesar 3,624, dan variabel perceived quality ( $X_3$ ) sebesar 4,246, dan variabel perceived trust 4,818. Sehingga berdasarkan nilai tolerance dan VIF dari setiap variabel independen, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi linier berganda. Sehingga antara variabel independen tidak terdapat kolerasi yang kuat dan dapat dipergunakan sebagai penelitian.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian pada residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain yang berbeda. Untuk mendeteksinya dalam suatu model regresi, yaitu dengan menggunakan uji glejser. Gejala heteroskedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien regresi masing-masing variabel independent terhadap nilai absolut residunya ( $e$ ). Jika nilai probabilitas signifikansinya lebih besar dari nilai ( $\alpha = 0,05$ ) maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur heteroskedastisitas.

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.830	.308		5.935	.000
X1	-.006	.018	-.061	-.352	.725
X2	-.018	.018	-.188	-1.011	.314
X3	.001	.026	.008	.041	.967

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *perceived value* ( $X_1$ ) sebesar  $725 > 0,05$ , nilai signifikansi *perceived quality* ( $X_2$ ) sebesar  $314 > 0,05$ , dan nilai signifikansi *perceived trust* ( $X_3$ ) sebesar  $967 > 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi heteroskedastisitas, dan semua variabel non homogenitas.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian. Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai alat analisis statistik karena penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda :

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.232	1.203		-.193	.848
	Perceived value	.416	.068	.317	6.076	.000
	Perceived quality	.391	.068	.323	5.716	.000
	Perceived Trust	.631	.102	.373	6.208	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pinjaman

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Berdasarkan tabel 4.13 dapat ditentukan rumus persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh dari variabel *perceived value* ( $X_1$ ), *perceived quality* ( $X_2$ ), dan *perceived trust* ( $X_3$ ) terhadap keputusan pengambilan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id pada kalangan mahasiswa di Purwokerto, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,232 + 0,416X_1 + 0,391X_2 + 0,631X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pengambilan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi 1 variabel *perceived value*

$\beta_2$  = Koefisien regresi 2 variabel *perceived quality*

$\beta_3$  = Koefisien regresi 3 variabel *perceived trust*

$X_1$  = *Perceived value*

$X_2$  = *Perceived quality*

$X_3$  = *Perceived trust*

e = Error

Hasil persamaan regresi berganda tersebut, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

### 1. Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) = 0,232

Nilai konstanta positif menunjukkan positif variabel *independent*, dimana jika variabel bebas yang terdiri dari *perceived value* ( $X_1$ ), *perceived quality* ( $X_2$ ), dan *perceived trust* ( $X_3$ ) dianggap sama dengan nol atau nilainya tetap (konstant), maka variabel keputusan pengambilan pinjaman pada Aplikasi Cicil.co.id sebesar 0,232 satuan.

**2. Koefisien  $\beta_1 = 0,416X_1$  (*perceived value*)**

Menunjukkan bahwa variabel *perceived value* memiliki pengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman sebesar 0,416 dengan makna berpengaruh positif yang artinya jika *perceived value* ditingkatkan 1 satuan saja maka keputusan pengambilan pinjaman akan meningkat sebesar 0,416 satuan.

**3. Koefisien  $\beta_2 = 0,391X_2$  (*perceived quality*)**

Menunjukkan bahwa variabel *perceived quality* memiliki pengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman sebesar 0,391 dengan makna berpengaruh positif yang artinya jika *perceived quality* ditingkatkan 1 satuan saja maka keputusan pengambilan pinjaman akan meningkat sebesar 0,391 satuan.

**4. Koefisien  $\beta_3 = 0,631X_3$  (*perceived trust*)**

Menunjukkan bahwa variabel *perceived trust* memiliki pengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman sebesar 0,631 dengan makna berpengaruh positif yang artinya jika *perceived trust* ditingkatkan 1 satuan saja maka keputusan pengambilan pinjaman akan meningkat sebesar 0,631 satuan.

**4. Uji Hipotesis****a. Uji Signifikansi Parsial (Uji T)**

Uji parsial atau uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *perceived value*, *perceived quality*, dan *perceived trust* terhadap keputusan pengambilan pinjaman pada mahasiswa di Purwokerto.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.232	1.203		-.193	.848
	Perceived value	.416	.068	.317	6.076	.000
	Perceived quality	.391	.068	.323	5.716	.000
	Perceived Trust	.631	.102	.373	6.208	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pinjaman

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Untuk menentukan nilai  $t_{\text{tabel}}$  digunakan persamaan sebagai berikut :

$$t_{\text{tabel}} = t \left( \frac{\alpha}{2}; n - k - 1 \right) t \left( \frac{0,05}{2}; 103 - 3 - 1 \right) = (0,025; 100) = 1,983$$

Keterangan :

$\alpha$  = Nilai probabilitas (0,05)

$n$  = Jumlah sampel penelitian

$k$  = Jumlah variabel yang mempengaruhi

Berdasarkan tabel 4.14, maka nilai variabel X terhadap Y sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  sebesar  $6,076 > 1,983$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived value* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan pinjaman. Dengan kata lain hipotesis pertama **diterima ( $H_1$  diterima)**.
2. Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan nilai  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  sebesar  $5,716 > 1,983$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived quality* secara parsial berpengaruh

positif terhadap keputusan pengambilan pinjaman. Dengan kata lain hipotesis kedua **diterima (H<sub>2</sub> diterima)**.

3. Berdasarkan hasil perhitungan, didapatkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $6,208 > 1,983$  dan nilai signifikansi  $0,00 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived trust* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman. Dengan kata lain hipotesis ketiga **diterima (H<sub>3</sub> diterima)**.

#### b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji signifikan simultan atau uji f dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independent (X) atau variabel bebas yang dimasukkan berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent (Y) atau variabel terikat. Untuk menentukan  $f_{tabel}$  dengan menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$F_{tabel} = f(k ; n - k) = f(3; 103-3) = f(3; 100) = 2,70$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel penelitian

k = Jumlah variabel yang mempengaruhi

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8523.327	3	2841.109	1352.431	.000 <sup>b</sup>
	Residual	207.974	99	2.101		
	Total	8731.301	102			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data Primer yang diolah (Output SPSS 22), 2024

Berdasarkan tabel 4.15, dapat dilihat nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu  $1352,431 > 2,70$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$  yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini dapat disimpulkan bahwa *perceived value*, *perceived quality*, dan *perceived trust* secara simultan berpengaruh positif

terhadap keputusan pengambilan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id. Sehingga Hipotesis 3 diterima (  $H_3$  diterima).

**c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R)**

Uji koefisien determinasi atau uji  $r$  bertujuan untuk mengukur seberapa jauh variabel independent mempengaruhi variabel dependent.

**Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.986 <sup>a</sup>	.972	.972	1.50162

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

Berdasarkan tabel 4.16, diperoleh nilai  $R$  atau koefisien korelasi sebesar 0,986 yang berarti terdapat hubungan kuat antara variabel independent dengan variabel dependent, hal tersebut dikarenakan nilai  $R$  yang mendekati nilai 1. Diperoleh juga nilai  $R$  square sebesar 0,972 yang berarti variabel independent mampu menjelaskan hubungan dan pengaruhnya terhadap variabel dependent sebesar 97,2% dan sisanya 0,28% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar dari model penelitian.

**E. Pembahasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dalam penelitian ini mengenai pengaruh *perceived value*, *perceived quality* dan *perceived trust* terhadap keputusan pengambilan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id pada kalangan mahasiswa di Purwokerto, berikut adalah pembahasan untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini :



## 1. Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id Pada Kalangan Mahasiswa di Purwokerto

Berdasarkan pada hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *perceived value* pada hasil uji t sebesar ( $6,076 > 1,983$ ) dan dari hasil nilai signifikansi sebesar ( $0,00 < 0,05$ ) maka **H<sub>1</sub> diterima**. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel *perceived value* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id pada kalangan mahasiswa di Purwokerto. Dan dapat dikatakan bahwa *perceived value* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa di Purwokerto dalam menggunakan aplikasi pinjaman cicil.co.id. Selain itu dari keempat indikator dalam *perceived value*, indikator yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman dengan menggunakan *Standardized Coefficients Beta* tertinggi ialah indikator *Quality/performance*.

Hasil penelitian ini di dukung dengan jawaban responden pada kuesioner yang disebarkan terhadap kalangan mahasiswa di wilayah Purwokerto, bahwa *perceived value* dalam keputusan pengambilan pinjaman di aplikasi Cicil.co.id dipengaruhi oleh terpenuhinya *emotional value* yakni merasa senang dan nyaman ketika penggunaan aplikasi pinjaman Cicil.co.id, selain itu responden juga merasa aplikasi ini merupakan aplikasi pinjaman yang tepat untuk mahasiswa, standar kualitas dan fitur layanan dari aplikasi ini juga menurut hasil responden berjalan dengan baik dan konsisten, layanan pinjaman yang diberikan oleh aplikasi ini juga sesuai dengan kemampuan mahasiswa.

Menurut Zeithaml (1987) dalam bukunya “*Defining and Relating Price, Perceived Quality, and Perceived Value*” *customer perceived value* di definisikan sebagai evaluasi atau penilaian abstrak yang dibentuk oleh pelanggan mengenai atribut produk dan persepsi pengorbanan yang harus dilakukan untuk mendapatkannya. *Perceived value* adalah penilaian pelanggan secara keseluruhan tentang kegunaan suatu produk berdasarkan

persepsi tentang manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang diberikan (Zeithaml, 1987).

*Perceived value* juga sangat penting dalam pemasaran produk atau jasa dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu barang dan jasa tersebut. Seperti pelanggan dalam memutuskan untuk menggunakan barang dan jasa berdasarkan nilai yang telah dirasakan oleh pelanggan sebelumnya, sehingga penilaian pelanggan ini merupakan salah satu faktor penting dalam memasarkan produk barang atau jasa. Sehingga, aplikasi *fintech* Cicil.co.id harus bisa memahami karakteristik konsumen dan apa yang dibutuhkan pelanggan. Semakin tinggi nilai rating aplikasi Cicil.co.id maka akan mempengaruhi pelanggan lainnya untuk menggunakan aplikasi pinjaman Cicil.co.id.

Selain itu, karena aplikasi pinjaman Cicil.co.id ialah aplikasi dengan berbasis online sehingga ketentuan mengenai penyelenggaraan sistem operasional terkait layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah tidak boleh bertentangan dengan prinsip syaria<sup>h</sup> yaitu antara lain terhindar dari riba, gharar, maysir, tadhlis, dharar, zhulm dan haram. Kemudian hal ini dikaitkan dengan masalah harga dalam Islam dibahas pada Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29, yang artinya :”

*Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (QS.An-Nisa: 29).”*

Hal ini diperkuat dengan penelitian penelitian Johan Wijaya dan Jul Aidil Fadli (2022) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif *perceived value* ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar (0,525) dan nilai t start sebesar (4,154). Sehingga dalam penelitian ini *perceived value* mampu memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan *marketplace online* di Indonesia,

semakin tinggi *perceived value* yang dirasakan oleh pelanggan maka mampu meningkatkan kepuasan terhadap pelanggan juga.

## 2. Pengaruh *Perceived quality* Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id Pada Kalangan Mahasiswa di Purwokerto

Berdasarkan pada hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *perceived quality* pada hasil uji t sebesar ( $5,716 > 1,983$ ) dan nilai signifikansi sebesar ( $0,00 < 0,05$ ) maka **H<sub>2</sub> diterima**. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel *perceived quality* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id pada kalangan mahasiswa di Purwokerto. Dan dapat dikatakan bahwa *perceived quality* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa di Purwokerto dalam menggunakan aplikasi pinjaman cicil.co.id. Selain itu dari keempat indikator dalam *perceived quality*, indikator yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman dengan menggunakan *Standardized Coefficients Beta* tertinggi ialah indikator *efisiensi layanan*.

Hasil penelitian ini di dukung dengan jawaban responden pada kuesioner yang disebarkan terhadap kalangan mahasiswa di wilayah Purwokerto, bahwa *perceived quality* dalam keputusan pengambilan pinjaman di aplikasi Cicil.co.id karena responden merasa kemudahan dalam mengakses dan proses persetujuan pinjaman di aplikasi ini, selain itu aplikasi ini memberikan layanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan responden.

Nawangarsi & Putri (2020) berpendapat bahwa kualitas merupakan kemampuan suatu situs web atau aplikasi untuk membuat transaksi belanja, pembelian, dan penyediaan barang atau layanan dengan cara yang efisien dan efektif. Kemampuan situs web untuk memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efisien dan efektif serta menyediakan layanan yang efektif disebut sebagai kualitas layanan *e-service*.

Selain itu, *perceived quality* memiliki pengaruh terhadap *perceived value* berdasarkan kualitas dan nilai dari suatu produk barang dan jasa yang digunakan oleh pelanggan. Semakin tinggi kualitas yang diberikan oleh perusahaan maka nilai yang terkandung akan semakin tinggi juga sehingga pelanggan merasa puas dengan terpenuhinya keinginan serta kebutuhannya. Sehingga, aplikasi Cicil.co.id harus memastikan aspek layanan dan produk jasa yang diberikan memiliki kualitas yang tinggi sehingga mampu bersaing di pasaran dan konsisten untuk meyakinkan pelanggan sehingga pelanggan tertarik untuk menggunakan aplikasi pinjaman Cicil.co.id.

Konsep *perceived quality* yang diartikan dalam penelitian ini sebagai persepsi pelanggan atau dalam hal ini mahasiswa pengguna aplikasi Cicil.co.id mengenai kualitas produk dan jasa yang diberikan oleh pihak aplikasi Cicil.co.id maka yang peneliti anggap mengartikannya sebagai kualitas layanan atau daya tanggap (*responsiveness*). Sementara dalam konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu produk atau jasa harus memberikan yang terbaik. Sebagaimana dalam firman Allah SWT pada Qs. Al-Baqarah ayat 267 yang artinya :” *Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji*”. (Qs.Al-Baqarah: 267).”

Hal ini diperkuat dengan penelitian Kasman Pandiangan, Masiyono, dan Yugi Dwi Atmogo (2021) dalam penelitiannya *perceived quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty*. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar (4,488) dan nilai signifikansi sebesar ( $0,000 < 0,05$ ). Sehingga dalam penelitian ini *perceived quality* berpengaruh terhadap perilaku pelanggan yang cenderung terus membeli dan menggunakan barang dan jasa dari merek tertentu, dan mampu bersaing dengan produk atau jasa layanan yang lain.

### 3. Pengaruh *Perceived trust* Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id Pada Kalangan Mahasiswa di Purwokerto

Berdasarkan pada hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *perceived trust* pada hasil uji t sebesar ( $6,208 > 1,983$ ) dan nilai signifikansi ( $0,00 > 0,05$ ) maka **H<sub>3</sub> diterima**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived trust* atau kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa di Purwokerto dalam menggunakan aplikasi pinjaman cicil.co.id. Selain itu dari keempat indikator dalam *perceived trust*, indikator yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman dengan menggunakan *Standardized Coefficients Beta* tertinggi ialah indikator persepsi kualitas layanan.

Hasil penelitian ini di dukung dengan jawaban responden pada kuesioner yang disebarkan terhadap kalangan mahasiswa di wilayah Purwokerto, bahwa *perceived trust* dalam keputusan pengambilan pinjaman di aplikasi Cicil.co.id karena responden yakin dan aman ketika penggunaan aplikasi pinjaman ini data responden tidak akan disalahgunakan.

Kepercayaan memiliki pengaruh yang besar terhadap minat penggunaan. Kepercayaan juga merupakan faktor penting dalam aktivitas transaksi yang dilakukan tidak mempertemukan antara peminjam dan penyedia layanan. Saat ini, kepercayaan sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kepuasan guna menjaga loyalitas pelanggan agar perusahaan dapat memiliki daya saing, produktivitas yang terjaga dan terus berkembang. Pengguna yang percaya layanan *digital*, akan menggunakan dan menganggapnya sebagai dampak positif untuk pengguna (Nizar & Yusuf, 2022).

Menurut perspektif Islam, jika seorang pelanggan atau konsumen membuat keputusan untuk mengambil pinjaman, mereka harus memiliki kepercayaan terhadap bisnis tersebut. Kepercayaan ini muncul dari cara perusahaan melayani anggota ialah dengan cara yang baik atau sama-sama puas. Sebagaimana yang dijelaskan dalam al-Qur'an surat Al-Anfal ayat 27

yang artinya :“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul serta janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahu”. (Qs.Al-Anfal: 27).

Hal ini diperkuat dengan penelitian Eko Sandy dan Carunia Mulya Firdausy dalam penelitiannya *trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dalam penggunaan kembali aplikasi go-pay di kota Jakarta.

#### 4. Pengaruh *Perceived Value*, *Perceived Quality* dan *Perceived Trust* Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id Pada Kalangan Mahasiswa di Purwokerto

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa bahwa variabel *perceived value* pada hasil uji t sebesar ( $6,076 > 1,983$ ) dan dari hasil nilai signifikansi sebesar ( $0,00 < 0,05$ ) maka **H<sub>1</sub> diterima**. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel *perceived value* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id pada kalangan mahasiswa di Purwokerto. Dan dapat dikatakan bahwa *perceived value* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa di Purwokerto dalam menggunakan aplikasi pinjaman cicil.co.id. Dan variabel *perceived quality* pada hasil uji t sebesar ( $5,716 > 1,983$ ) dan nilai signifikansi sebesar ( $0,00 < 0,05$ ) maka **H<sub>2</sub> diterima**. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel *perceived quality* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id pada kalangan mahasiswa di Purwokerto. Dan dapat dikatakan bahwa *perceived quality* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa di Purwokerto dalam menggunakan aplikasi pinjaman cicil.co.id. Sedangkan, bahwa variabel *perceived trust* pada hasil uji t sebesar ( $6,208 > 1,983$ ) dan nilai signifikansi ( $0,00 > 0,05$ ) maka **H<sub>3</sub> diterima**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *perceived trust* atau kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa di Purwokerto dalam menggunakan aplikasi pinjaman cicil.co.id.

Kebutuhan mahasiswa terhadap ekonomi yang semakin tinggi baik untuk memenuhi kebutuhan produktif ataupun konsumtif, sehingga perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang teknologi berlomba-lomba untuk menawarkan produk atau jasa layanan yang dibutuhkan oleh mahasiswa berupa pinjaman online. Selain itu, perusahaan-perusahaan keuangan ini juga bersaing untuk menarik minat mahasiswa dengan memberikan berbagai keunggulan produk atau jasa layanannya.

Pada masa ini sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga dan meningkatkan kualitas layanan. Hal ini juga merupakan faktor penting, sehingga dapat ditinjau dari kemudahan aplikasi, kecepatan persetujuan, dan reponsivitas layanan pelanggan. Sebuah pinjaman dengan bunga rendah akan kurang menguntungkan jika proses aplikasinya rumit, lambat, atau jika layanan pelanggan tidak responsif. Sehingga ini juga akan mempengaruhi ulasan dari pelanggan.





## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dibahas pada bab IV, bahwa pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah disebarakan kepada 103 responden yang memiliki karakter yaitu mahasiswa yang pernah melakukan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id, kemudian pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 22 dengan pengujian validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis secara parsial dan simultan dengan hasil sebagai berikut:

1. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel *perceived value* ( $X_1$ ), didapatkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $6,076 > 1,983$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived value* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan pinjaman.
2. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel *perceived quality* ( $X_2$ ), didapatkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $5,716 > 1,983$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived quality* secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan pinjaman.
3. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel *perceived trust* ( $X_3$ ), didapatkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sebesar  $6,208 > 1,983$  dan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa *perceived trust* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan pinjaman.
4. Secara simultan atau hasil dari Uji F menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  sebesar  $1352,431 > 2,70$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 > 0,05$ , maka dapat ditarik kesimpulan **Ho ditolak** dan **Ha diterima**. Sehingga dapat dinyatakan secara simultan variabel *perceived value* dan *perceived quality* menjadi variabel yang dominan dalam penelitian ini terhadap keputusan pengambilan pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id.



## B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan. Keterbatasan penelitian ini diantaranya ialah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini didasarkan pada jawaban kuesioner, sehingga hasil yang diperoleh belum sepenuhnya mampu menggambarkan keadaan yang sebenarnya.
2. Peneliti belum mampu menarik responden agar memberikan jawaban yang lebih serius. Meskipun jawaban responden memberikan hasil, akan tetapi beberapa dari responden masih ada yang menjawab dengan tidak serius.

## C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan pada yang diperoleh, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

- Bagi peneliti selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya dapat menambah atau mengganti variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Sehingga dapat diketahui lebih dalam faktor-faktor lain yang bisa mempengaruhi keputusan pengambilan pinjaman. Selain itu, peneliti selanjutnya bisa menambahkan data dengan wawancara secara langsung dan mendalam terhadap responden. Sehingga, informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada kuesioner yang jawabannya telah tersedia.

## DAFTAR PUSTAKA

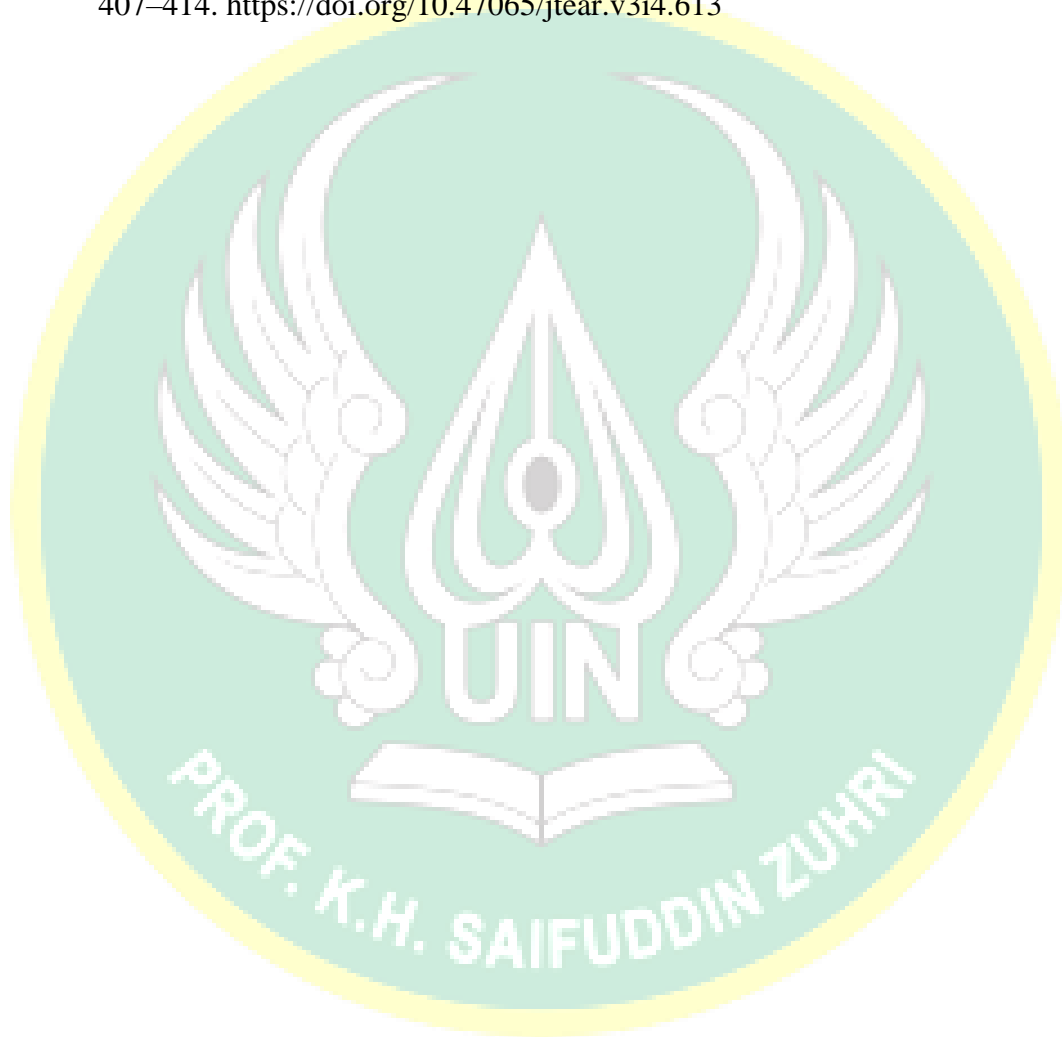
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. 3.
- Aziz, F. A. (2020). Menakar Kesyariahan Fintech Syariah di Indonesia. *Al-Manahij: Jurnal Kajian Hukum Islam*, 14(1), 1–18. <https://doi.org/10.24090/mnh.v14i1.3567>
- Christianto Malonda, R., Tulung, J. E., & Faldi Arie, F. (2020). THE EFFECT OF TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL, PERCEIVED TRUST, SECURITY, AND ATTITUDE TOWARD OVO USAGE. *401 Jurnal EMBA*, 8(1), 401–410.
- Darmawan, A., & Prabawani, B. (n.d.). *PENGARUH PROMOSI DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KONSUMEN CICIL.CO.ID DI KOTA SEMARANG)*.
- Daud, I., 1 ✉, C., Hayat, M., & Pakpahan, A. (n.d.). Perceived Quality dan Brand Trust pada Konsumen Produk Olahraga. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 4607–4620. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Dwi Pambudi, R. (2019). *PERKEMBANGAN FINTECH DI KALANGAN MAHASISWA UIN WALISONGO*. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony>
- Ekonomi Bisnis, J., dan Akuntansi, M., Di Swalayan Putra Baru, L., Ahmad Yani No, J., Metro, K., Penulis, L., Doni Yunanto, R., Junianto, A., Budi Riyanto, K., & Metro, M. (n.d.). *Analisis Kepuasan Konsumen: Perspektif Perceived Value Dan*.
- Fahmi, R., Febi, H. K. H., Saifuddin, Z., Purwokerto, I., & Hikmat, R. F. (2022). Analisis Faktor-Faktor Niat Beli Ulang dalam Pembelian Online Analisis Faktor-Faktor Niat Beli Ulang dalam Pembelian Online Analysis of Repurchase Intention Factors in Online Purchases. 2(05), 527–541. <https://doi.org/10.36418/comserva.v2i5.676>

- Jurnal, H., Said, H. S., Khotimah, C., Ardiansyah, D., & Khadrinur, H. (2023). Uji Validitas dan Reliabilitas: Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Terhadap Matakuliah Accounting For Business atau Pengantar Akuntansi (Studi pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Telkom Tahun Ajaran 2022/2023). *JUPEA*, 3(2).
- Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Spinjam Di Aplikasi Shopee Alda fadila, P., jasman, J., & Muhammadiyah palopo, U. (2023). The Influence Of Financial Literacy And Financial Attitude Literacy And Financial Attitude On Students' Interest In Using Spinjam On The Shopee Aplication. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Lolang, E. (2014). *HIPOTESIS NOL DAN HIPOTESIS ALTERNATIF* (Vol. 3).
- Lubis, N. R., Inda, T., Rahma, F., & Inayah, N. (n.d.). *Pengaruh Pekerjaan, Pendidikan dan Pendapatan terhadap keputusan Masyarakat dalam Menggunakan Layanan Fintech Berbasis Online (Studi Kasus Masyarakat Kota Medan)*.
- Miftahul Janna, N., & Pembimbing, D. (n.d.). *KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS*.
- Muchtar, N., & Jamil, J. (n.d.). *ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP PINJAM MEMINJAM MELALUI RENTERNIR*.
- Nizar, A. M., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Dompot Digital LinkAja. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 928. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.569>
- Nuraeni, O. : (2021). GRAB (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1).
- Nurchahya, W. A., Arisanti, N. P., & Hanandhika, A. N. (n.d.). *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Volume 1, Nomor 12 Licenced by CC BY-SA 4.0 Penerapan Uji Asumsi Klasik Untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik. 1*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.104492725>
- Nurhanah, D., Budianto, A., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2019). *TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Suatu Studi pada Toko Rabbani Tasikmalaya)* (Vol. 1).

- Nuswantoro, U. D. (2019). Revolusi Industri 4.0: Desain Perkembangan Transaksi dan Sistem Akuntansi Keuangan Agung Prajanto 1) Ririh Dian Pratiwi 2). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 10(1).
- Persepsi, P., Beli dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Produk Finansial pada Aplikasi Pinjaman Online di Kota Medan Cindy Esther Sinaga, M., Jonathan Sibarani, H., Jumiyanth Nababan, S., & Prima Indonesia, U. (2022). The Influence of Perception, Buying Interest and Trust in The Purchase of Financial Product on Online Loan Applications in Medan City. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Issue 3). <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Pujianto, S., & Trisakti, S. (2018). *PENGARUH RESPONSIVENESS, EASE OF USE, RELIABILITY, CONVENIENCE, FULFILLMENT, DAN SECURITY AND PRIVACY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION MANDIRI MOBILE* (Vol. 20, Issue 2). <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Putra, S. A., & Purwanto, E. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Minat Menggunakan Aplikasi Cicil.Co.Id Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upn “Veteran” Jawa Timur. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 547–557. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3773>
- Putri, V. A., Citra, ☒, & Dewi, K. (n.d.). Pengaruh Perceived Quality, Brand Image, Perceived Value Terhadap Perception Of Masstige Pada Produk Apple. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 8985–8998.
- Radea, M. (n.d.). *PENGARUH RESPONSIVENESS (DAYA TANGGAP) TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WEBSITE ONLINE LAZADA.CO.ID (Studi pada Konsumen Lazada.co.id Kota Surabaya)*. <http://id.wikipedia.org/wiki/>
- Riyadi, S., Dewi, D., Hilyatin, L., Kunci, K., Transformasi, :, Islam, E., & Kerakyatan, E. (2021). TRANSFORMASI EKONOMI ISLAM DALAM SISTEM EKONOMI KERAKYATAN. In *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* (Vol. 6, Issue 1). <https://finansial.bisnis.com/>.
- Studi Magister Manajemen dan Akuntansi, P., & Djajanti, A. (n.d.). *JURNAL RISET PERBANKAN, MANAJEMEN DAN AKUNTANSI*. <https://doi.org/10.56174/jrpma.v6i1.172>
- Sularno, M., & Akbar, M. A. (2023). Pinjaman Online dalam Fikih Muamalah: Menganalisis Implikasi Fatwa DSN-MUI No. 117/Dsn-MUI/IX/2018. *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 4(2), 186–200. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v4i2.191>

Suryani, N., Jailani, Ms., Suriani, N., Raden Mattaher Jambi, R., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (n.d.). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>

Waskito Erdi Akuntansi, T., Ykpn, P., Jl Gagak Rimang No, Y., Gondokusuman, K., Yogyakarta, K., & Istimewa Yogyakarta, D. (2023). Faktor-Faktor Keputusan Melakukan Pinjaman Online: Inklusi Keuangan Sebagai Pemoderasi. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 407–414. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.613>





## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner

#### KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Dede Resa Nurul Ababil Mahasiswi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dengan ini saya bermaksud melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) dengan judul "**Pengaruh *Customer Perceived Value, Customer Perceived Quality, dan Perceived Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman Di Aplikasi Cicil.co.id Pada Kalangan Mahasiswa Di Purwokerto***". Saya memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu berpartisipasi dalam pengisian kuesioner dibawah ini, dengan kriteria responden sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang berkuliah di Purwokerto
2. Pernah Melakukan Pinjaman Di Aplikasi Cicil.co.id

Informasi yang Saudara/i berikan hanya untuk kepentingan dalam penelitian, sehingga semua data responden yang terkait akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan dari yang bersangkutan.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas ketersediaan waktu dan kerjasama Saudara/i sebagai responden saya mengucapkan terima kasih dalam membantu pengisian kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,



Dede Resa Nurul Ababil  
NIM.2017202003

**KUESIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH *CUSTOMER PERCEIVED VALUE*, *CUSTOMER PERCEIVED QUALITY*, DAN *PERCEIVED TRUST* TERHADAP  
 KEPUTUSAN PENGAMBILAN PINJAMAN DI APLIKASI  
 CICIL.CO.ID PADA KALANGAN MAHASISWA DI  
 PURWOKERTO**

**A. Petunjuk Pengisian**

1. Bacalah petunjuk pengisian.
2. Mengisi identitas dengan benar.
3. Berilah tanda check list ( $\checkmark$ ) pada jawaban yang paling tepat sesuai dengan pengalaman anda.

**B. Identitas Responden**

- Nama : \_\_\_\_\_
- Jenis Kelamin : (Pilih salah satu dibawah ini)
- Laki-Laki
- Perempuan
- Mahasiswa/i Kampus : (Pilih salah satu dibawah ini)
- Universitas Muhammadiyah Purwokerto
- Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto
- Institut Teknologi Telkom Purwokerto
- Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto
- Umur : (Pilih salah satu dibawah ini)
- 18-22
- 23-27
- Alamat domisili : (Pilih salah satu dibawah ini)
- Purwokerto Utara
- Purwokerto Selatan
- Purwokerto Timur
- Purwokerto Barat
- Apakah Anda Pernah Melakukan : (Pilih salah satu dibawah ini)
- Pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id



- Ya
- Tidak

### C. Indikator Penilaian

Berilah tanda cetang ( $\checkmark$ ) pada kotak jawaban yang telah disediakan dibawah ini :

- **Sangat Tidak Setuju (STS)** (Nilai 1)
- **Tidak Setuju (TS)** (Nilai 2)
- **Kurang Setuju (KS)** (Nilai 3)
- **Setuju (S)** (Nilai 4)
- **Sangat Setuju (SS)** (Nilai 5)

### D. Daftar Pertanyaan Kuesioner

#### *Customer Perceived Value (X<sub>1</sub>)*

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
<b><i>Emotional Value</i></b>						
X <sub>1.1</sub>	Saya merasa senang menggunakan aplikasi pinjaman Fintech Cicil.co.id					
X <sub>1.2</sub>	Saya merasa nyaman melakukan pinjaman di aplikasi Fintech Cicil.co.id					
<b><i>Social Value</i></b>						
X <sub>1.3</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id merupakan aplikasi pinjaman yang tepat untuk mahasiswa					
X <sub>1.4</sub>	Saya merasa fintech Cici.co.id merupakan aplikasi pinjaman yang layak untuk mahasiswa					
<b><i>Quality/Performance Value</i></b>						
X <sub>1.5</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id memiliki standar kualitas fitur layanan yang baik dan dapat saya terima					
X <sub>1.6</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id memiliki fitur layanan yang berfungsi dengan baik secara konsisten					
<b><i>Price/Value for Money</i></b>						
X <sub>1.7</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id menyediakan layanan pinjaman					

	yang bagus sesuai dengan kemampuan keuangan saya					
X <sub>1.8</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id menawarkan tingkat cicilan yang sesuai dengan kemampuan saya					

*Customer Perceived Quality (X<sub>2</sub>)*

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
<b>Efisiensi</b>						
X <sub>2.1</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id mampu memberikan kemudahan dalam mengakses pinjaman online					
X <sub>2.2</sub>	Saya merasa fintech Cicil.co.id memberikan kemudahan dalam proses persetujuan pinjaman online					
<b>Reliabilitas</b>						
X <sub>2.3</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id memberikan layanan yang tepat sebagaimana mestinya					
X <sub>2.4</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id memberikan layanan yang baik sebagaimana mestinya					
<b>Pemenuhan</b>						
X <sub>2.5</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id mampu memenuhi permintaan yang dibutuhkan oleh pelanggan					
X <sub>2.6</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id mampu memberikan jaminan yang dibutuhkan oleh pelanggan					
<b>Daya Tanggap</b>						
X <sub>2.7</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id mampu memberikan pelayanan secara efektif					
X <sub>2.8</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id responsif dalam memberikan pelayanan					

*Perceived Trust (X<sub>3</sub>)*

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	TS
<b>Keyakinan Pada Layanan</b>						
X <sub>3.1</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id memiliki itikad baik untuk					

	memberikan kepuasan kepada pelanggannya						
X <sub>3.2</sub>	Saya percaya Fintech Cicil.co.id memberikan kepuasan dalam bertransaksi						
<b>Persepsi Kualitas Layanan</b>							
X <sub>3.3</sub>	Saya merasa Fintech Cicil.co.id memiliki perhatian untuk memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggannya						
X <sub>3.4</sub>	Saya percaya Fintech Cicil.co.id memenuhi tanggung jawab kepada pelanggan						
<b>Persepsi Keamanan Layanan</b>							
X <sub>3.5</sub>	Saya merasa aman dengan mengirim informasi pribadi ke fintech Cicil.co.id, karena saya yakin data tersebut tidak akan disalahgunakan						
X <sub>3.6</sub>	Saya merasa yakin dengan mengirim informasi pribadi ke fintech Cicil.co.id, karena data tersebut tidak akan disalah gunakan						
<b>Keputusan Pengambilan Pinjaman (Y)</b>							
NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS	
<b>Persepsi melihat kinerja</b>							
Y <sub>.1</sub>	Saya memutuskan untuk melakukan pengambilan pinjaman online karena merasa puas dengan kinerja Fintech Cicil.co.id						
Y <sub>.2</sub>	Saya memutuskan untuk melakukan pengambilan pinjaman online karena merasa Fintech Cicil.co.id layak digunakan untuk pengambilan pinjaman						
<b>Kepuasan akan pinjaman yang ditawarkan</b>							
Y <sub>.3</sub>	Saya memutuskan untuk melakukan pinjaman online di Fintech Cicil.co.id karena produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan						
Y <sub>.4</sub>	Saya mmetuskan untuk melakukan pinjaman online di fintech Cicil.co.id karena produk atau jasa						

	yang ditawarkan sesuai dengan keinginan					
<b>Penyediaan informasi pada saat diminta</b>						
Y.5	Saya memutuskan untuk melakukan pengambilan pinjaman online di Fintech Cicil.co.id karena keterbukaan informasi dalam penagihan cicilan pinjaman					
Y.6	Saya memutuskan untuk melakukan pengambilan pinjaman online di fintech Cicil.co.id karena keterbukaan informasi pada saat diminta					
<b>Kepercayaan terhadap kelompok referensi</b>						
Y.7	Saya melakukan pengambilan pinjaman online di Fintech Cicil.co.id dimasa yang akan datang karena merasa puas dengan pelayanan Fintech Cicil.co.id					
Y.8	Saya melakukan pengambilan pinjaman online difintech Cicil.co.id dimasa yang akan datang karena merasa yakin dengan aolikasi Cicil.co.id					
<b>Pertimbangan pelayanan</b>						
Y.9	Saya berniat memutuskan untuk melakukan pengambilan pinjaman online di Fintech Cicil.co.id karena percaya dengan rekomendasi dari kelompok					
Y.10	Saya berniat memutuskan untuk melakukan pengambilan pinjaman online di fintech Cicil.co.id karena merasa nyaman dengan pelayanan fintech Cicil.co.id					

**Lampiran 2 Jawaban Identitas Responden**

**JAWABAN IDENTITAS RESPONDEN**

No	Jenis Kelamin	Mahasiswa/i kampus	Umur	Alamat domisili	Apakah Anda Pernah Melakukan Pinjaman di Aplikasi Cicil.co.id
1	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
2	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Utara	Ya
3	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Selatan	Ya
4	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
5	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
6	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
7	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
8	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya

9	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
10	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
11	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Selatan	Ya
12	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
13	Laki-laki	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
14	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
15	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
16	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
17	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Selatan	Ya
18	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
19	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
20	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya

21	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Timur	Ya
22	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
23	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
24	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
25	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Utara	Ya
26	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	23-27	Purwokerto Selatan	Ya
27	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
28	Perempuan	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
29	Perempuan	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	23-27	Purwokerto Barat	Ya
30	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
31	Perempuan	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	23-27	Purwokerto Utara	Ya
32	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya

33	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Selatan	Ya
34	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
35	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Barat	Ya
36	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
37	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
38	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
39	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
40	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Selatan	Ya
41	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
42	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
43	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya



44	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
45	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
46	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	23-27	Purwokerto Barat	Ya
47	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
48	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Barat	Ya
49	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Barat	Ya
50	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Barat	Ya
51	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
52	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
53	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
54	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Timur	Ya
55	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya

56	Perempuan	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
57	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	23-27	Purwokerto Selatan	Ya
58	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
59	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Timur	Ya
60	Perempuan	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
61	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Barat	Ya
62	Perempuan	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
63	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
64	Perempuan	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
65	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
66	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
67	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
68	Laki-laki	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	23-27	Purwokerto Selatan	Ya

69	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Timur	Ya
70	Perempuan	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
71	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Utara	Ya
72	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	23-27	Purwokerto Selatan	Ya
73	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
74	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
75	Perempuan	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
76	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
77	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
78	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
79	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya

80	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
81	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
82	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
83	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
84	Laki-laki	Institut Teknologi Telkom Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
85	Laki-laki	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	23-27	Purwokerto Barat	Ya
86	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
87	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
88	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	23-27	Purwokerto Barat	Ya
89	Perempuan	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
90	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
91	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	23-27	Purwokerto Barat	Ya

92	Perempuan	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	23-27	Purwokerto Selatan	Ya
93	Laki-laki	Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
94	Laki-laki	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	23-27	Purwokerto Timur	Ya
95	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
96	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
97	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
98	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
99	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Barat	Ya
100	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
101	Laki-laki	Universitas Muhammadiyah Purwokerto	18-22	Purwokerto Selatan	Ya
102	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya
103	Perempuan	Universitas Islam Negeri Prof.KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto	18-22	Purwokerto Utara	Ya

## Lampiran 3 Tabulasi Hasil Kuesioner

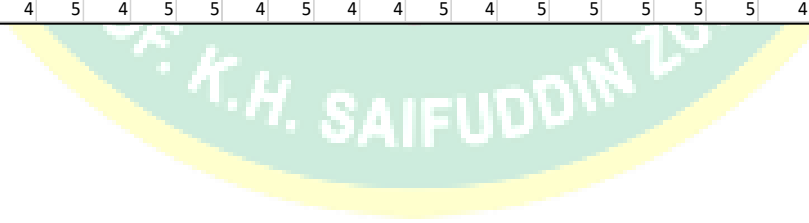
## TABULASI HASIL KUESIONER

## 1. Tabel Tabulasi Hasil Kuesioner

Responden	Perceived Value (X1)								Perceived Quality (X2)								Perceived Trust						Keputusan Pengambilan Pinjaman										TOTAL	
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10		
1	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	150
2	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	148	
3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	149	
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	148	
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	150		
6	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	148	
7	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	146
8	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	148
9	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	149	
10	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	148	
11	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	149	
12	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	148	
13	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	149	
14	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	147	
15	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	147	
16	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	148	
17	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	145	
18	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	148	
19	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	147	
20	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	148
21	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	148
22	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	144
23	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	146	
24	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	144	
25	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	142
26	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	146	
27	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	142	
28	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	144	
29	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	147	

30	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	143	
31	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	144	
32	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	146
33	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	143	
34	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	143	
35	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	145	
36	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	142	
37	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	144
38	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	146
39	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	143
40	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	147
41	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	147
42	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	147
43	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	147
44	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	144
45	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	144
46	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	142
47	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	147
48	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	146
49	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	146
50	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	145
51	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	146
52	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	147
53	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	146
54	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	147
55	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	146
56	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	146
57	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	144
58	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	5	4	146
59	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	145
60	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	144
61	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	144

62	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	146		
63	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	143	
64	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	147		
65	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	145		
66	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	146	
67	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	144	
68	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	146
69	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	147
70	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	143
71	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	146
72	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	147
73	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	143
74	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	147	
75	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	143
76	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	144
77	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	141
78	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	144
79	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	144
80	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	145
81	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	143
82	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	144
83	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	143
84	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	142
85	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	143
86	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	145
87	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	143
88	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	144
89	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	143
90	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	143
91	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	147





92	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	112	
93	4	3	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	129
94	3	4	3	4	2	3	4	5	2	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	120
95	2	3	2	1	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	1	2	3	2	5	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	1	78
96	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	5	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	83
97	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	5	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	90
98	3	3	2	2	1	1	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	5	3	5	5	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	85
99	3	3	3	3	2	1	3	1	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	5	3	4	4	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	84
100	1	2	3	2	2	1	1	2	2	1	2	3	3	1	2	1	1	1	5	2	3	3	1	2	1	2	3	1	2	2	1	3	62
101	1	4	2	5	2	3	2	1	1	2	3	4	3	2	1	3	1	1	5	1	3	2	1	3	2	2	1	2	3	2	1	2	71
102	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	3	2	2	1	3	2	2	3	5	3	1	2	1	2	3	3	2	2	1	2	1	2	66
103	3	3	2	2	1	1	3	3	3	2	3	3	1	1	3	2	2	1	5	2	3	3	3	3	2	2	1	1	3	2	1	3	73



### Lampiran 4 Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 1. Hasil Uji Validitas X<sub>1</sub>

##### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.614**	.758**	.631**	.788**	.704**	.818**	.708**	.893**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X1.2	Pearson Correlation	.614**	1	.508**	.672**	.677**	.704**	.706**	.676**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X1.3	Pearson Correlation	.758**	.508**	1	.584**	.714**	.660**	.749**	.573**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X1.4	Pearson Correlation	.631**	.672**	.584**	1	.567**	.692**	.672**	.601**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X1.5	Pearson Correlation	.788**	.677**	.714**	.567**	1	.699**	.755**	.676**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X1.6	Pearson Correlation	.704**	.704**	.660**	.692**	.699**	1	.647**	.738**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X1.7	Pearson Correlation	.818**	.706**	.749**	.672**	.755**	.647**	1	.587**	.876**



X2.4	Pearson Correlation	.748**	.775**	.634**	1	.590**	.709**	.710**	.751**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X2.5	Pearson Correlation	.724**	.700**	.728**	.590**	1	.711**	.695**	.777**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X2.6	Pearson Correlation	.737**	.762**	.712**	.709**	.711**	1	.621**	.843**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X2.7	Pearson Correlation	.751**	.687**	.714**	.710**	.695**	.621**	1	.675**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
X2.8	Pearson Correlation	.704**	.769**	.766**	.751**	.777**	.843**	.675**	1	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103
Total	Pearson Correlation	.885**	.861**	.848**	.852**	.856**	.883**	.840**	.908**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	103

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



### 3. Hasil Uji Validitas Perceived Trust (X<sub>3</sub>)

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.684**	.818**	.683**	.647**	.703**	.888**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103
X3.2	Pearson Correlation	.684**	1	.700**	.762**	.631**	.742**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103
X3.3	Pearson Correlation	.818**	.700**	1	.580**	.709**	.721**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103
X3.4	Pearson Correlation	.683**	.762**	.580**	1	.507**	.688**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103
X3.5	Pearson Correlation	.647**	.631**	.709**	.507**	1	.626**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103
X3.6	Pearson Correlation	.703**	.742**	.721**	.688**	.626**	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	103	103	103	103	103	103	103
<b>Total</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>.888**</b>	<b>.880**</b>	<b>.886**</b>	<b>.817**</b>	<b>.797**</b>	<b>.870**</b>	<b>1</b>

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	103	103	103	103	103	103	103

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### 4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pengambilan (Y)

##### Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.672**	.797**	.715**	.776**	.744**	.792**	.768**	.780**	.784**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	119	103	103
Y1.2	Pearson Correlation	.672**	1	.598**	.807**	.598**	.730**	.749**	.788**	.703**	.725**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	119	103	103
Y1.3	Pearson Correlation	.797**	.598**	1	.623**	.782**	.721**	.720**	.714**	.782**	.693**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	119	103	103
Y1.4	Pearson Correlation	.715**	.807**	.623**	1	.581**	.745**	.772**	.738**	.743**	.735**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	119	103	103
Y1.5	Pearson Correlation	.776**	.598**	.782**	.581**	1	.715**	.745**	.730**	.753**	.716**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	119	103	103

Y1.6	Pearson Correlation	.744**	.730**	.721**	.745**	.715**	1	.625**	.803**	.805**	.723**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	119	103	103
Y1.7	Pearson Correlation	.792**	.749**	.720**	.772**	.745**	.625**	1	.708**	.761**	.757**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	119	103	103
Y1.8	Pearson Correlation	.768**	.788**	.714**	.738**	.730**	.803**	.708**	1	.663**	.834**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	119	103	103
Y1.9	Pearson Correlation	.780**	.703**	.782**	.743**	.753**	.805**	.761**	.663**	1	.637**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119	119
Y1.10	Pearson Correlation	.784**	.725**	.693**	.735**	.716**	.723**	.757**	.834**	.637**	1	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	119	103	103
Total	Pearson Correlation	.899**	.846**	.850**	.854**	.852**	.871**	.880**	.891**	.877**	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	103	103	103	103	103	103	103	103	119	103	103

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



**Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas****1. Uji Reliabilitas Variabel Perceived Value ( $X_1$ )****Reliability Statistics**

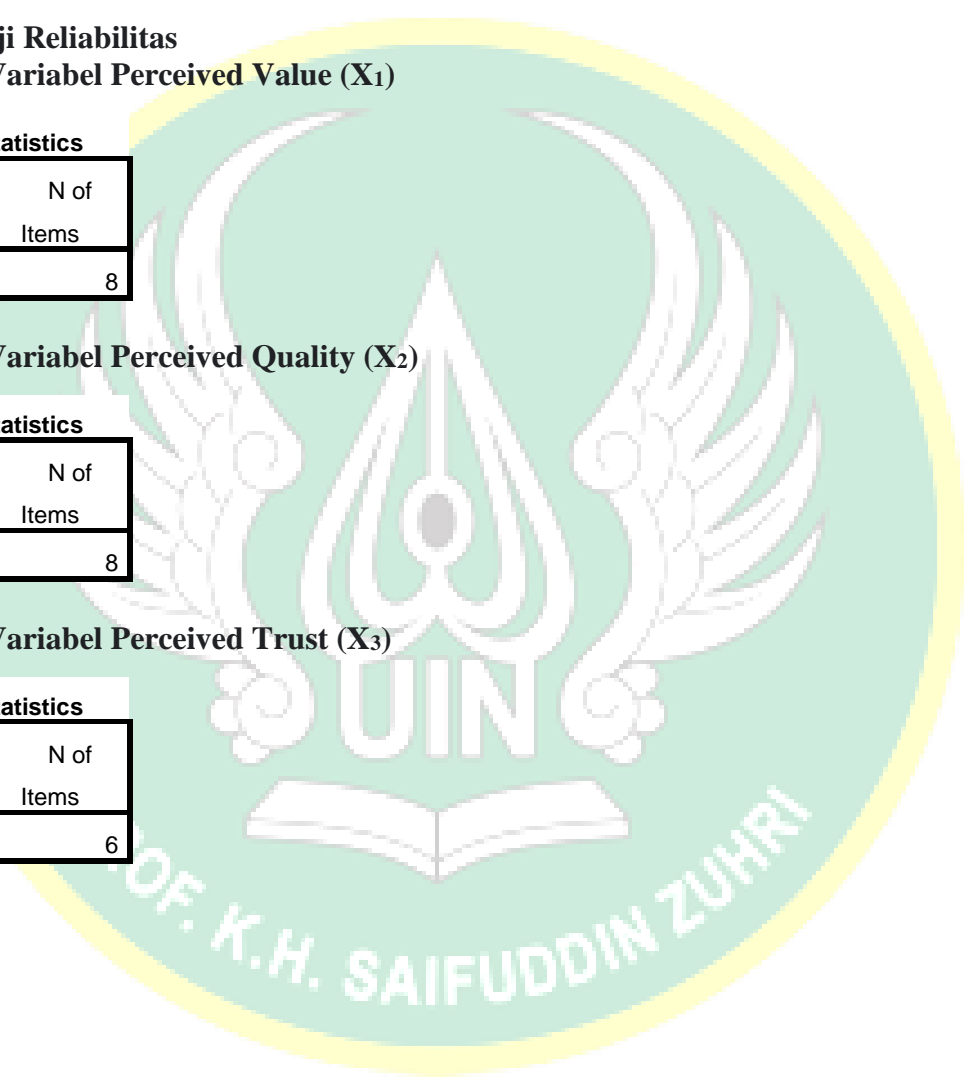
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	8

**2. Uji Reliabilitas Variabel Perceived Quality ( $X_2$ )****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	8

**3. Uji Reliabilitas Variabel Perceived Trust ( $X_3$ )****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	6





#### 4. Uji Reliabilitas Pengambilan Keputusan (Y)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.964	10

#### Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		103
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.0523827
	Std. Deviation	1.34724920
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.067
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.232	1.203		-.193	.848		
	X1	.416	.068	.317	6.076	.000	.276	3.624
	X2	.391	.068	.323	5.716	.000	.236	4.246
	X3	.631	.102	.373	6.208	.000	.208	4.818

a. Dependent Variable: Y

### Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.830	.308		5.935	.000
	X1	-.006	.018	-.061	-.352	.725
	X2	-.018	.018	-.188	-1.011	.314
	X3	.001	.026	.008	.041	.967

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.232	1.203		-.193	.848
	Perceived value	.416	.068	.317	6.076	.000
	Perceived quality	.391	.068	.323	5.716	.000
	Perceived Trust	.631	.102	.373	6.208	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pinjaman

### Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis

#### 1. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.986 <sup>a</sup>	.972	.972	1.50162

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

## 2. Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9226.404	3	3075.468	1363.932	.000 <sup>b</sup>
	Residual	261.563	116	2.255		
	Total	9487.967	119			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

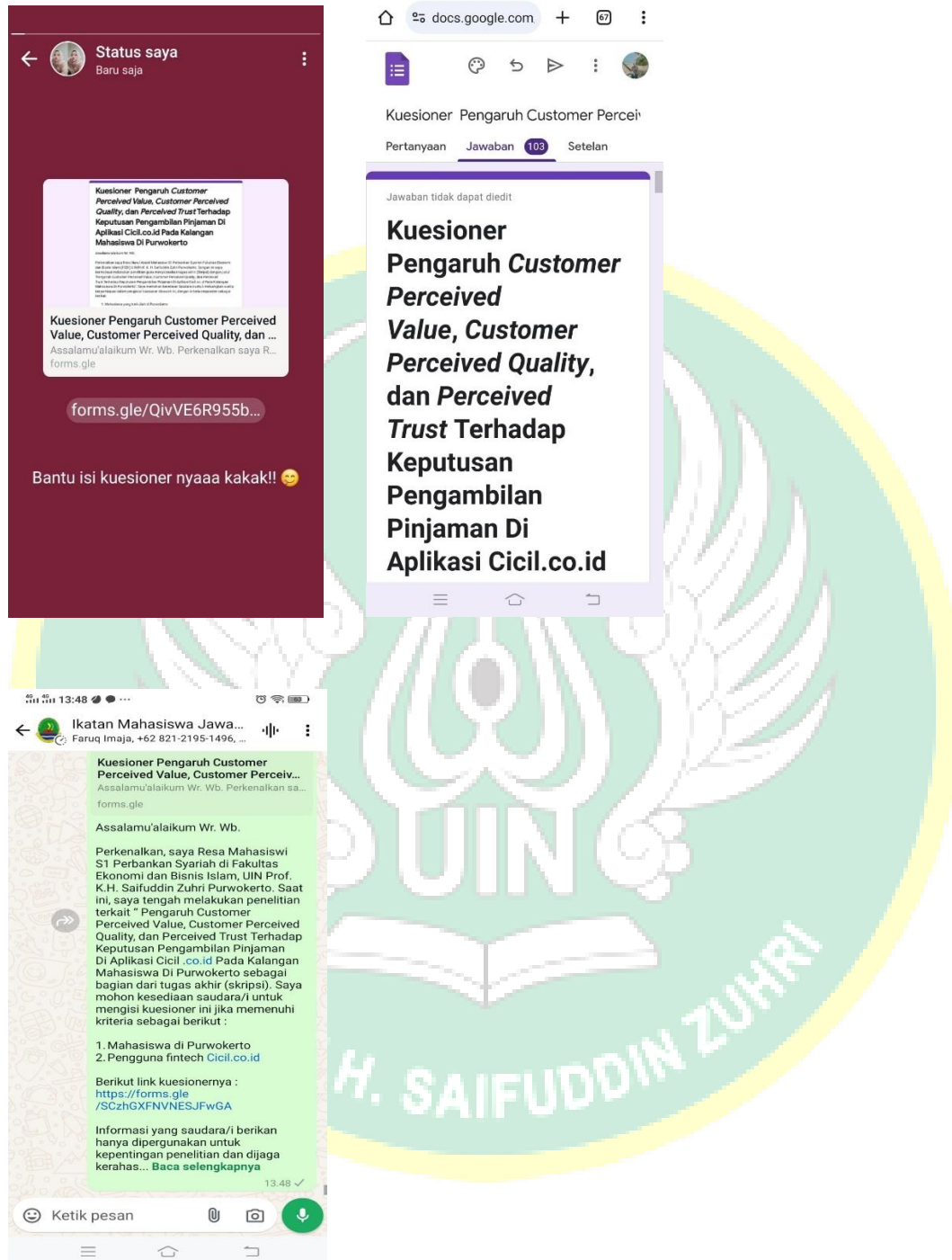
## 3. Hasil Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.232	1.203		-.193	.848
	Perceived value	.416	.068	.317	6.076	.000
	Perceived quality	.391	.068	.323	5.716	.000
	Perceived Trust	.631	.102	.373	6.208	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan Pinjaman

## Lampiran 11 Dokumentasi



## Lampiran 12 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### **SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL**

Nomor: 916/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/6/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Dede Resa Nurul Ababil  
 NIM : 2017202003  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Pembimbing Skripsi : Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.  
 Judul : Pengaruh Customer Perceived Value, Customer Perceived Quality, dan Perceived Trust Terhadap Keputusan Pengambilan Pinjaman Di Aplikasi Cicil .co.id Pada Kalangan Mahasiswa Di Purwokerto

Pada tanggal 21 Juni 2024 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 21 Juni 2024  
 Koord. Prodi Perbankan Syariah

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak.  
 NIP. 19920613 201801 2 001

## Lampiran 13 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### **SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**

Nomor: 1793/Un.19/FEBI.J.PS/PP.009/11/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Dede Resa Nurul Ababil

NIM : 2017202003

Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 7 November 2024 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **78 / B+**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 8 November 2024  
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.  
NIP. 19920613 201801 2 001

## Lampiran 14 Sertifat BTA PPI



**IAIN PURWOKERTO**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

---

**SERTIFIKAT**

Nomor: In.17/UPT.MAJ/18232/11/2023

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

**NAMA : DEDE RESA NURUL ABABIL**  
**NIM : 2001211875**

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	78
# Tartil	:	90
# Imla`	:	80
# Praktek	:	80
# Nilai Tahfidz	:	80



Purwokerto, 21 Nov 2023



ValidationCode



## Lampiran 15 Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab


**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**  
**STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**  
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.bahasa.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية إندونيسيا  
 جامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو  
 الوحدة لتنمية اللغة

**CERTIFICATE**  
 الشهادة  
 NoB-5452/Un.19/K.Bhs/PP.009/9/2023

This is to certify that  
 Name : **Dede Resa Nurul Ababil**  
 Place and Date of Birth : **Tasikmalaya, 27 Juli 2001**  
 Has taken : **IQLA**  
 with Computer Based Test,  
 organized by Language Development Unit on : **21 September 2023**  
 with obtained result as follows :

منحت إلى  
 الاسم  
 محل وتاريخ الميلاد  
 وقد شارك/ت الاختبار  
 على أساس الكمبيوتر  
 التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ  
 مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي:

**Listening Comprehension: 41** فهم السموع  
**Structure and Written Expression: 40** فهم العبارات والتراكيب  
**Reading Comprehension: 54** فهم المقروء  
**Obtained Score : 450** المجموع الكلي

تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو.  
 Purwokerto, **21 September 2023**  
 The Head of Language Development Unit,  
 رئيسة الوحدة لتنمية اللغة




EPTUS English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
 IQLA Institut al-Qudrah 'alá al-Lughah al-'Arabiyyah  
 Muflihah, S.S., M.Pd.  
 NIP.19720923 200003 2 001

## Lampiran 16 Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris


**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**  
**STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**  
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaizu.ac.id | www.bahasa.uinsaizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية إندونيسيا  
 جامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو  
 الوحدة لتنمية اللغة

**CERTIFICATE**  
 الشهادة  
 NoB-5677/Un.19/K.Bhs/PP.009/10/2023

This is to certify that  
 Name : **Dede Resa Nurul Ababil**  
 Place and Date of Birth : **Tasikmalaya, 27 Juli 2001**  
 Has taken : **EPTUS**  
 with Computer Based Test,  
 organized by Language Development Unit on : **16 Oktober 2023**  
 with obtained result as follows :

منحت إلى  
 الاسم  
 محل وتاريخ الميلاد  
 وقد شارك/ت الاختبار  
 على أساس الكمبيوتر  
 التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ  
 مع النتيجة التي تم الحصول عليها على النحو التالي:

**Listening Comprehension: 53** فهم السموع  
**Structure and Written Expression: 50** فهم العبارات والتراكيب  
**Reading Comprehension: 44** فهم المقروء  
**Obtained Score : 490** المجموع الكلي

تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كياي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو.  
 Purwokerto, **16 Oktober 2023**  
 The Head of Language Development Unit,  
 رئيسة الوحدة لتنمية اللغة




EPTUS English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI  
 IQLA Institut al-Qudrah 'alá al-Lughah al-'Arabiyyah  
 Muflihah, S.S., M.Pd.  
 NIP.19720923 200003 2 001

## Lampiran 17 Sertifikat KKN



The certificate features a decorative header with green and yellow wavy patterns. In the top right corner, there are three logos: the institutional logo of Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, the LPPM logo with the tagline 'Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat', and the KAMPUSMAS logo. The main title 'Sertifikat' is prominently displayed in a large green font. Below it, the certificate number '0453/K.LPPM/KKN.53/03/2024' is provided. The issuing institution is identified as 'Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto'. The student's name 'DEDE RESA NURUL ABABIL' and NIM '2017202003' are listed. The text states that the student has completed the KKN program for the 53rd cohort in 2024 and has passed with a grade of 87 (A). A small portrait of the student and a QR code for validation are included at the bottom left.

**Sertifikat**  
Nomor Sertifikat : 0453/K.LPPM/KKN.53/03/2024

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:  
Nama Mahasiswa : **DEDE RESA NURUL ABABIL**  
NIM : **2017202003**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-53 Tahun 2024,  
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **87 (A)**.



Certificate Validation

## Lampiran 18 Sertifikat PPL





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624 - Fax: 0281-636553 - Website: febi.uinsatzu.ac.id

---

# SERTIFIKAT

Nomor: B-1629/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/9/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

**NAMA : DEDE RESA NURUL ABABIL**  
**NIM : 2017202003**

Telah mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2024 dan Dinyatakan Lulus Dengan Nilai **A** .

Purwokerto, 20 September 2024

  
 Kepala Laboratorium  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


  
 Mengertahui,  
 Dekan  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Dr. M. Jamil Abdul Aziz, M.Ag.  
 NIP. 19730921 200212 1 004

  
 Hi. Yait Shofwa Shafrani, SP., M.Si.  
 NIP. 19781231 200801 2 027





## Lampiran 19 Sertifikat PBM



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

# SERTIFIKAT

Nomor: B-1628/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/10/2024

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :


**NAMA : DEDE RESA NURUL ABABIL**  
**NIM : 2017202003**  
**Prodi : PERBANKAN SYARIAH**

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2024 mulai bulan Juli 2024 sampai dengan Agustus 2024 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**

Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian Munqasyah/Skripsi.


Mengetahui,


Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**  
 NIP. 19730921 200212 1 004

Purwokerto, 20 September 2024

Kepala Laboratorium  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
**Dr. H. Yaitz Shofwa Shatrani, SP., M.Si.**  
 NIP. 19781231 200801 2 027



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama : Dede Resa Nurul Ababil
2. NIM : 2017202003
3. Tempat/ Tgl. Lahir : Tasikmalaya, 27 Juli 2001
4. Alamat Asal : Jalan raya Ciawi Bojonggambir, Kp Sukaasih, rt 003 rw 006, Kab.Tasikmalaya
5. Alamat Domisili : Jalan Letjen Pol Soemarto No.183, RT 03/RW 01, Kranji, Purwokerto Utara, Kab.Banyumas
6. Nomor HP/ WA Aktif : 0857-9821-5827
7. Email : [resana59423@gmail.com](mailto:resana59423@gmail.com)
8. Nama Orang Tua
  - Ayah : Tatang Sasmita
  - Ibu : Wida Kartika

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. TK/PAUD : TK Bunga Bangsa
  - b. SD/MI : SDN PuncakBaros
  - c. SMP/MTs : MTs Al-Ishlah Bojonggambir
  - d. SMA/SMK/MA : MA Ma'arif Al Ma'Mun
  - e. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Pendidikan Non-Formal
  - a. PESMA Ulul Albab Sumampir

### C. Pengalaman Organisasi

1. Pengurus Ormada IMAJA