

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI  
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGAMBILAN KREDIT ONLINE  
(*FINTECH*)  
(Studi Pada Fintech Akulaku)**

**SKRIPSI**



Oleh:

**Albar Waskito**  
1412010264 / FEB /EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN'  
JAWA TIMUR  
2019**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI  
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGAMBILAN KREDIT ONLINE  
(*FINTECH*)  
(Studi Pada Fintech Akulaku)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**



Oleh:

**Albar Waskito**  
1412010264 / FEB /EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL 'VETERAN'  
JAWA TIMUR  
2019**

SKRIPSI  
PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI  
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN  
PENGAMBILAN KREDIT ONLINE  
(*FINTECH*)

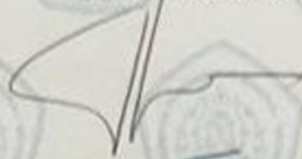
(Studi Pada Fintech Akulaku)

Disusun Oleh :

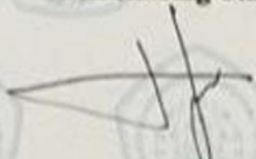
Albar Washite  
1412010264 / FEB / EM

Telah Dipertahankan Di hadapan Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur Pada Tanggal 10 Januari 2020


Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

  
Sulastri Irbayuni, SE, MM  
NIP. 196206161989032001

Pembimbing  
Pembimbing Utama

  
Dra. Ec. Nuruni Ika, KW, MM  
NIP. 196310091991032001

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur

  
Prof. Dr. Svamsul Huda, SE, MT.  
NIP. 195908281990031001

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan berkat-Nya yang diberikan kepada penyusun sehingga skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Online (Studi Pada Fintech Akulaku)”**.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk serta bantuan baik spirituil maupun materiil, khususnya kepada :

1. Bapak Prof.Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M. MT, CHRA selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Syamsul Huda, SE. MT, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Sulastri Irbayuni,SE,MM, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Ibu Dra.Ec.Nuruni Ika.KW.MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan tugas skripsi ini
5. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran“ Jawa Timur.

6. Kepada kedua orangtuaku dan keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril ataupun material.
7. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Peneliti berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Salam hormat,

Surabaya, Januari 2019

Peneliti

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR TABEL .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	viii
ABSTRAKSI .....	ix

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Landasan Teori .....	14
2.2.1. Pengertian Pemasaran .....	14
2.2.2. Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	15
2.2.2.1. Pengertian Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	15
2.2.2.2. Manfaat Dan Tujuan Kepercayaan ( <i>Trust</i> ). .....	17
2.2.2.3. Indikator Kepercayaan ( <i>Trust</i> ).....	18
2.2.3. Kualitas Informasi ( <i>Information Quality</i> ).....	19
2.2.3.1. Pengertian Kualitas Informasi ( <i>Information Quality</i> ) .....	19
2.2.3.2. Faktor Kualitas Informasi ( <i>Information                 Quality</i> ).....	20
2.2.4. Persepsi Risiko .....	21
2.2.4.1. Pengertian Persepsi Risiko .....	21
2.2.4.2. Dimensi Persepsi Risiko.....	23

2.2.5.	Keputusan Pengambilan Kredit Online .....	24
2.2.5.1.	Pengertian Keputusan Pengambilan Kredit Online .....	24
2.2.5.2.	Tingkatan Dalam Keputusan Pembelian ....	25
2.2.5.3.	Peran Dalam Keputusan Pembelian .....	26
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	27
2.3.1.	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Online .....	27
2.3.2.	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Online .....	28
2.3.2.	Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Online .....	30
2.3	Kerangka Konseptual.....	31
2.4.	Hipotesis .....	32

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabe .....	33
3.1.1.	Pengukuran Variabel.....	34
3.2	Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.3.1.	Jenis data .....	36
3.3.2.	Sumber data.....	36
3.3.3.	Pengumpulan Data .....	36
3.4.	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
3.4.1.	Uji Validitas .....	37
3.4.2.	Uji Reliabilitas .....	38
3.5.	Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis .....	38
3.5.1.	Teknik Analisis .....	38
3.5.1.1.	Cara Kerja PLS.....	39
3.5.1.2.	Model Spesifikasi PLS .....	40
3.5.1.3.	Langkah – Langkah PLS .....	41

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskriptif Hasil Penelitian .....	46
4.1.1. Gambaran Umum perusahaan .....	46
4.1.2. Analisis Karakteristik Responden.....	47
4.2. Deskripsi Variabel .....	48
4.3. Analisis Data .....	53
4.3.1. Evaluasi Outlier.....	53
4.3.2. Intrepretasi Hasil PLS .....	54
4.3.2.1. Pengujian Outter Model .....	54
4.3.2.2. Analisis Model PLS.....	60
4.3.2.3. Evaluasi Pengujian Inner Model.....	60
4.3.2.4. Inner Model .....	61
4.4. Pembahasan.....	63
4.4.1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Online.....	63
4.4.2. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Online.....	65
4.4.3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Online.....	67

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran .....	70

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Perusahaan <i>Fintech Lending</i> Berizin dan Terdaftar Di OJK Tahun 2018-2019 .....	4
Tabel 1.2.	Perkembangan Akulaku Tahun 2018 (dalam Milyar).....	8
Tabel 1.3.	Data Komplain Nasabah “Akulaku” .....	9
Tabel 4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4.3	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan.....	49
Tabel 4.4	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Informasi...	50
Tabel 4.5.	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Risiko.....	51
Tabel 4.6.	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pengambilan Kredit Online.....	52
Tabel 4.7.	Outlier Data .....	54
Tabel 4.8	Outer Loading .....	56
Tabel 4.9.	<i>Average Variance Extracet (AVE )</i> .....	58
Tabel 4.10.	Reliabilitas Data .....	59
Tabel 4.11.	R Square.....	61
Tabel 4.12.	Inner Weight .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 3.1.	Kerangka Penelitian .....	41
Gambar 3.2.	Langkah-Langkah Analisis PLS .....	42
Gambar 4.1.	Model PLS .....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 : Hasil Uji Outlier

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas

Lampiran 5 : Hasil Uji PLS

# **PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS INFORMASI DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT ONLINE (*FINTECH*)**

(Studi Pada Fintech Akulaku)

**Albar Waskito**

Abstraksi

Kredit Online muncul dikarenakan semakin luasnya *e-commerce* di kalangan masyarakat kita. salah satu aplikasi kredit online yaitu "Akulaku.com". "Aplikasi AKULAKU" adalah aplikasi mobile pencarian toko dan barang yang dijual oleh penjual terdaftar (*market place*), berdasarkan fakta di lapangan, mengenai keluhan nasabah "Akulaku" menunjukkan adanya indikasi bahwa fintech "Akulaku" bermasalah dengan konsumennya dan berbicara mengenai keputusan pinjaman online ini bahwa sebanyak 1.330 aduan masuk ke Lembaga Bantuan Hukum (LBH) Jakarta terkait kasus kredit online. Masalahnya mulai dari bunga yang terlalu tinggi hingga penagihan yang berbau ancaman dan pelecehan seksual. Tujuan dalam penelitian ini adalah: 1. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas informasi, persepsi risiko terhadap keputusan pengambilan kredit melalui online (Studi Pada Fintech Akulaku.com).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengguna *online* dalam hal ini konsumen yang pernah melakukan pengambilan kredit online (fintech) pada akulaku.com di Surabaya Selatan. Teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling* yaitu penarikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang dimiliki oleh sampel: 1. Konsumen atau pengguna *online* dalam hal ini konsumen yang pernah melakukan pengambilan kredit online (fintech) pada akulaku.com. 2. Berusia minimal 18 tahun, usia ini dipilih karena lebih mengerti dan memiliki keputusan yang rasional dan wajar terhadap yang dibelinya, sampel dalam penelitian ini sebesar 102 responden. Data yang dipergunakan adalah data primer yaitu data yang berdasarkan kuisioner hasil jawaban responden. Sedangkan analisis yang dipergunakan adalah *Partial Least Square* (PLS).

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan: 1. Tingkat jaminan keamanan dalam bertransaksi online maka konsumen atau nasabah "Akulaku" memiliki kepercayaan yang tinggi sehingga keputusan pengambilan kredit online (Studi Pada Fintech Akulaku) dapat meningkat. 2. Kualitas informasi sebuah aplikasi pinjaman online "Akulaku" maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian secara daring oleh konsumen. 3. Pemahaman terhadap persepsi resiko yang tinggi akan pinjaman online dapat memberikan pengetahuan dan mempengaruhi keputusan pengambilan kredit di "Akulaku" melalui jejaring online.

***Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Informasi, Persepsi Risiko, Keputusan Pengambilan Kredit Online***