
Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan UMKM dalam Pembiayaan *Peer to Peer Lending* di Kota Depok

Efriyanto*

Politeknik Negeri Jakarta
efriyanto1965@gmail.com

Aminah

Politeknik Negeri Jakarta
aminah@pnj.akuntansi.ac.id

Abstract

The Financial Technology Association (AFTECH) in Indonesia reported that there are still 49 million Small and Medium Enterprises (SME) whose poor people have not received support from banks due to too heavy regulations and inclusion of conditions for guarantees. *Peer to Peer Lending* can help business actors or borrowers who need assets by providing unsecured credit. The purpose of this study is to determine whether the Trust and Convenience factor can influence SME decisions in financing through peer-to-peer lending applications. This study uses primary data by interviewing SME actors in Depok City and distributing questionnaires online and offline and has obtained 100 respondents. With the criteria of respondents who have business credit loans on fintech lending platforms (online loans) that are registered and licensed at OJK, have SME, domiciled in Depok City, aged 18 years to more than 50 years. Data analysis in this study used multiple linear regression analysis. It was found that the Trust and Convenience factor had a significant effect on SME decisions in financing through peer-to-peer lending in Depok.

Keywords

SME trust; convenience; peer to peer lending

Abstrak

Asosiasi Teknologi Finansial (AFTECH) di Indonesia melaporkan masih ada 49 juta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang masyarakat miskinnya belum mendapatkan dukungan dari perbankan dikarenakan peraturan yang terlalu berat dan memasukkan syarat untuk penjaminan. *Peer to Peer Lending* dapat membantu pelaku usaha atau Peminjam yang membutuhkan aset dengan memberikan kredit tanpa jaminan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan UMKM dalam melakukan pembiayaan melalui aplikasi *peer to peer lending*. Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan mewawancarai pelaku UMKM yang berada di Kota Depok dan menyebarkan kuesioner secara daring maupun luring dan telah memperoleh 100 responden. Dengan kriteria responden yang memiliki pinjaman kredit usaha pada *platform fintech lending* (pinjaman *online*) yang terdaftar dan berizin di OJK, memiliki UMKM, berdomisili di Kota Depok, berusia 18 tahun hingga lebih dari 50 tahun. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Diperoleh hasil bahwa faktor Kepercayaan dan Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan UMKM dalam pembiayaan melalui *peer to peer lending* di Depok.

Kata Kunci:

UMKM; kepercayaan; kemudaha; peer to peer lending

*) Corresponding Author

Pendahuluan

Davis (1989) menjelaskan bahwa perspektif kemudahan pengaplikasian (*perceived ease of use*) merupakan sebuah tingkat kepercayaan seseorang menggunakan sistem yang ada untuk mengurangi pekerjaan klerikal dan meningkatkan efisiensi. Hal sejalan juga dengan Barnes, Chen (2007) Kepercayaan adalah elemen penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Kepercayaan (*trust*) menjadi dasar bagi konsumen dalam melakukan interaksi dengan perusahaan berupa hubungan tukar menukar atau melakukan transaksi (Pavlou, 2014).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil, dan Menengah, pada tahun 2015 jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 59,2 juta unit. Dengan jumlah yang sangat besar tersebut, potensi penyaluran pembiayaan sangat tinggi. Penyaluran pembiayaan tidak semuanya dapat dilakukan oleh perbankan dikarenakan adanya persyaratan yang tidak mampu dipenuhi oleh UMKM.

Asosiasi Teknologi Finansial (AFTECH) di Indonesia melaporkan, masih ada 49 juta Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang masyarakat miskinnya belum mendapat dukungan dari perbankan. Sebagian besar, ini karena kredit modal usaha memasukkan syarat untuk penjaminan. *Peer to Peer Lending* dapat membantu pelaku usaha atau Peminjam yang membutuhkan aset dengan memberikan kredit tanpa jaminan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti menggunakan Model *Peer to Peer Lending* sebagai media alternatif bagi UMKM untuk mendapatkan pendanaan selain dari bank. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pelaku UMKM untuk mengajukan pinjaman melalui *peer to peer lending*.

Metode Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh UMKM yang mengajukan pembiayaan melalui model *peer to peer lending*. Sampel diseleksi dengan menggunakan purposive sampling. Berdasarkan metode ini diperoleh sampel sebanyak 100 responden pelaku UMKM di Kota Depok.

Metode Pengumpulan Data

Data penelitian ini adalah data primer. Pengambilan data melalui penyebaran kuesioner secara daring dan wawancara pelaku UMKM di Kota Depok. Kuesioner diukur dengan skala likert 1-5.

Definisi Operasional Variabel

Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan terjadi ketika karena adanya keyakinan yang disertai dengan reliabilitas dan integritas dari apa yang dipercaya oleh konsumen. Priansa (2017) menjelaskan bahwa kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik.

Kemudahan (*ease of use*)

Kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya jika menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan (Jogiyanto, 2019).

Keputusan Pembiayaan

Keputusan pembiayaan disebut juga sebagai keputusan pembelian. Tjiptono dan Chandra (2012) mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen memahami permasalahan mencari informasi ataupun merk tertentu dari suatu produk kemudian mengevaluasi seberapa baik tiap alternatif tersebut dapat menyelesaikan masalahnya yang setelah itu menuju kepada keputusan pembelian.

Teknik Analisis

Pengolahan data penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS versi 26. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen data, uji asumsi klasik dan uji analisis linear berganda.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Berdasarkan data yang diperoleh, responden pria lebih dominan dengan persentase sebesar 62% dan memiliki rentang umur paling dominan 26-33 tahun sebesar 26%. Berdasarkan hasil karakteristik responden menurut jenis usaha, pedagang kaki lima (misal: pedagang nasi goreng, pedagang ketoprak, pedagang cilok kuah, pedagang telur gulung, pedagang piscok meler dan sebagainya) lebih dominan dengan persentase sebesar 36%. Pendidikan terakhir responden yang lebih dominan dalam melakukan pinjaman di layanan *peer to peer lending* adalah Sekolah Menengah Atas (SMA Sederajat) sebesar 56%. Berdasarkan karakteristik tempat tinggal lebih dominan responden tinggal di Kecamatan Beji sebesar 17%. Berdasarkan hasil karakteristik penghasilan responden perbulan yang mendominasi adalah responden yang memiliki pendapatan Rp2.500.000-Rp3.000.000 sebesar 33%. Dan karakteristik berdasarkan aplikasi pinjaman *online* yang dipakai yang paling mendominasi adalah Kredivo sebanyak 29%.

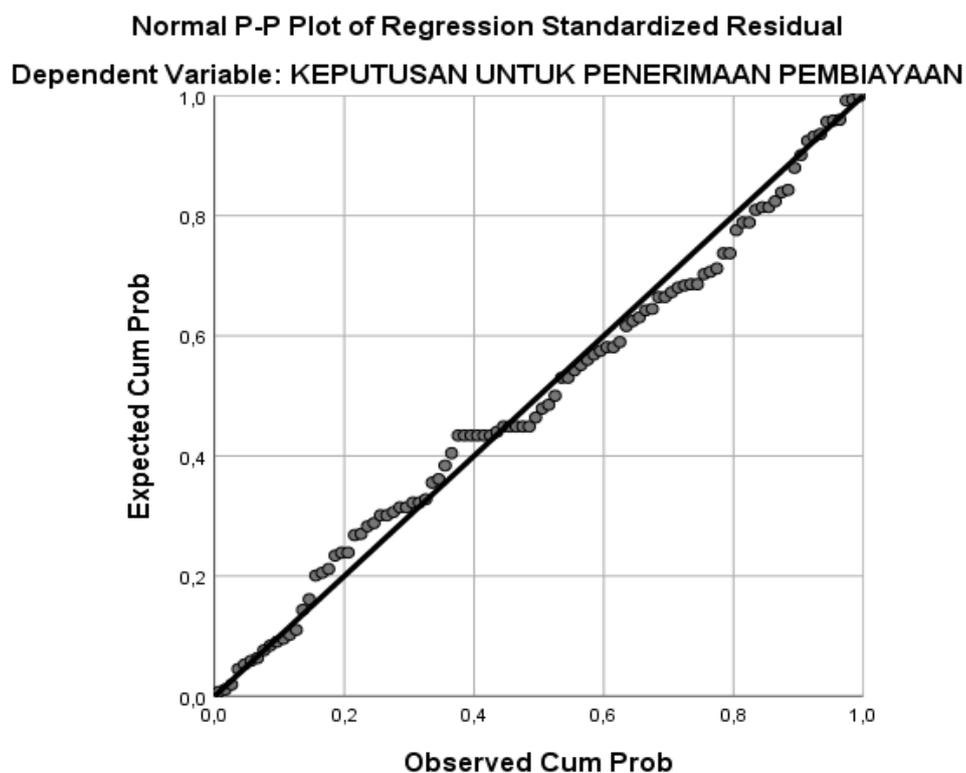
Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji instrumen data dilakukan karena dalam penelitian ini setiap variabel diukur dengan pernyataan dalam suatu instrumen (kuesioner). pada penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengetahui seluruh item yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan valid. Dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai r hitung $>$ r tabel maka data dinyatakan valid. Untuk uji reliabilitas dilakukan kepada seluruh item pernyataan dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai *cronbach alpha* $>$ 0,06 maka data dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan grafik *probability plot* dan uji *one-sample Kolmogorov smirnov* untuk mengetahui data berdistribusi normal atau tidak. Dapat dilihat pada Gambar 1 bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal atau mengikuti garis diagonal dan tidak menyebar jauh dari garis diagonal. Maka dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal. Untuk lebih menguatkan bahwa data benar berdistribusi normal, peneliti menyajikan uji statistik Kolmogorov-smirnov pada Gambar 2.



Gambar 1 Probability Plot

Sumber: Output SPSS 26

**Tabel 1 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^b	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,04576283
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,066
	Positive	,066
	Negative	-,063
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

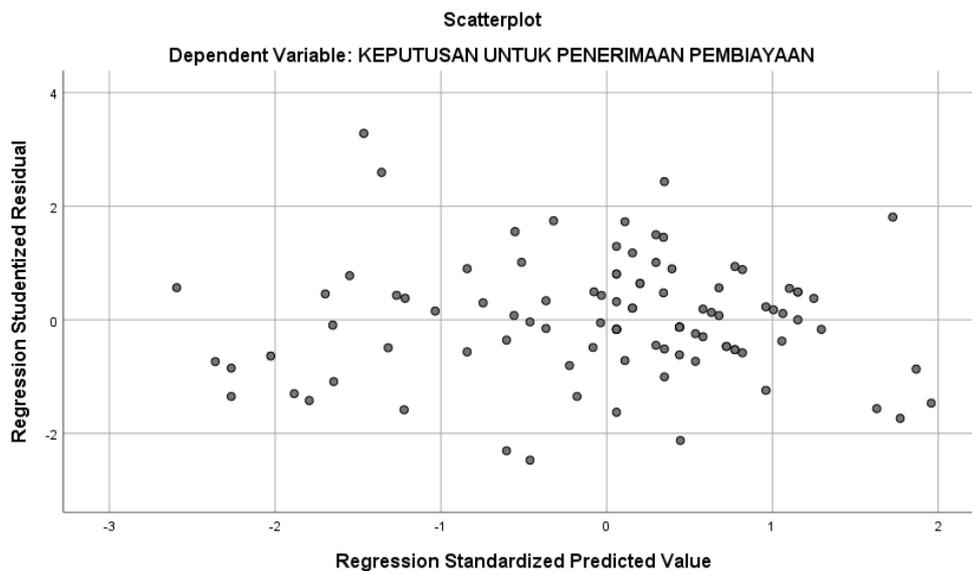
Sumber: Output SPSS 26

**Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KEPERCAYAAN	,779	1,283
	KEMUDAHAN	,779	1,283

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN UNTUK PENERIMAAN PEMBIAYAAN

Sumber: Output SPSS 26



Gambar 2 Grafik Scatterplot

Sumber: Output SPSS 26

Pada tabel Kolmogorov-smirnov dapat dilihat dari tingkat signifikansi yaitu jika tingkat signifikansi > 0,05 maka data dinyatakan terdistribusi normal. Dapat dilihat pada Tabel 1 bahwa *Asymp. Sig.* atau tingkat signifikansi sebesar 0,200 maka dinyatakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka dinyatakan tidak terdapat multikolinearitas. Diketahui bahwa nilai *Tolerance* > 0,1 yaitu 0,779 dan nilai *Variance Inflation Factor* < 10 yakni 1,283 maka dinyatakan bahwa data tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini menggunakan grafik *scatterplot* dan uji glejser untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Syarat jika tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas pada grafik *scatterplot*.

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena titik menyebar di atas maupun di bawah dan tidak membentuk pola. Namun, untuk menguatkan bahwa hasil tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan uji glejser. Dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Hasil Persamaan Regresi Berganda dan Pengujian Hipotesis

Hasil persamaan regresi berganda dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen yaitu Kepercayaan dan Kemudahan terhadap variabel dependen yaitu keputusan UMKM dalam Pembiayaan melalui *peer to peer lending*. Dari hasil pengelolaan dan menggunakan regresi linear berganda pada Tabel 3 didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 5,146 + 0,344X_1 + 0,578X_2 + e$$

Dari hasil uji analisis regresi berganda ini dapat dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah besarnya nilai variabel dependen (Y) tanpa adanya pengaruh variabel independen (X). Dari hasil uji regresi linear berganda di atas menunjukkan nilai konstanta sebesar 5,146 dengan tanda positif yang artinya besar satuan keputusan untuk penerimaan pembiayaan menggunakan layanan fintech *peer to peer lending* di Kota Depok tanpa adanya pengaruh dari Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) adalah positif sebesar 5,146.
2. Variabel Kepercayaan (X1) memiliki nilai regresi positif sebesar 0,344. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan (X1) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan untuk Penerimaan Pembiayaan (Y). Dapat disimpulkan bahwa apabila variabel kepercayaan mengalami kenaikan satu satuan dan variabel independen lainnya dianggap nol atau konstan, maka X1 meningkatkan nilai Y sebesar 0,344 (dari 5,146 menjadi 5,490).
3. Variabel Kemudahan (X2) memiliki nilai regresi positif 0,578. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel Kemudahan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan untuk Penerimaan Pembiayaan (Y). Dapat dikatakan bahwa variabel independen lainnya dianggap nol atau konstan dan apabila variabel kemudahan dalam mengambil keputusan untuk penerimaan pembiayaan layanan fintech *peer to peer lending* mengalami kenaikan satu satuan, maka X2 akan meningkatkan nilai Y sebesar 0,578 (dari 5,146 menjadi 5,724).

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu Kepercayaan dan Kemudahan secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan Tabel 4 hasil uji yang telah dilakukan, untuk H1 diperoleh nilai t hitung sebesar 4,834 > 1,98472. Dan data diperoleh nilai signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian, H1 diterima dalam hipotesis uji t pada penelitian ini. Untuk H2 diperoleh t hitung sebesar 7,126 > 1,98472. Diperoleh nilai signifikansi < 0,05 (0,000 < 0,05). Maka H2 diterima dalam hipotesis uji t pada penelitian ini.

Uji F (Parsial)

Uji f dilakukan untuk mengetahui bahwa pengaruh variabel independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Dapat dilihat pada Tabel 5 bahwa hasil F hitung 68,323 > F tabel 3,09 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan dan Kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan UMKM dalam pembiayaan melalui peer to peer lending sehingga H3 dapat diterima pada hipotesis uji F.

Tabel 3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,146	2,330		2,209	,030
	KEPERCAYAAN	,344	,071	,358	4,834	,000
	KEMUDAHAN	,578	,081	,528	7,126	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN UNTUK PENERIMAAN PEMBIAYAAN

Sumber: *Output SPSS 26*

Tabel 4 Hasil Uji T Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,146	2,330		2,209	,030
	KEPERCAYAAN	,344	,071	,358	4,834	,000
	KEMUDAHAN	,578	,081	,528	7,126	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN UNTUK PENERIMAAN PEMBIAYAAN

Sumber: *Output SPSS 26*

Tabel 5 Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	583,671	2	291,835	68,323	,000 ^b
	Residual	414,329	97	4,271		
	Total	998,000	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN UNTUK PENERIMAAN PEMBIAYAAN

b. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN

Sumber: *Output SPSS 26*

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,765 ^a	,585	,576	2,067

ssa. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN UNTUK PENERIMAAN PEMBIAYAAN

Sumber: *Output SPSS 26*

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui pengaruh perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Dari Tabel 6 dapat diketahui nilai *R Square* sebesar 0,585. Hal ini memiliki arti bahwa variabel Kepercayaan dan Kemudahan mampu mempengaruhi keputusan UMKM dalam pembiayaan melalui *peer to peer lending* sebesar 58,5%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 41,5% dipengaruhi oleh variabel (Asri, dkk, 2022) yang menunjukkan variabel persepsi risiko mempengaruhi minat penggunaan *peer to peer lending*. Hal ini dikarenakan peminjam dana merasa khawatir akan risiko yang muncul akibat penyalahgunaan data pribadi dan pelanggaran terhadap hak-hak debitur dalam menggunakan layanan *peer to peer lending* terutama yang berasal dari *peer to peer lending* yang tidak terdaftar di OJK.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Faktor Kepercayaan terhadap Keputusan untuk Penerimaan Pembiayaan *Peer to Peer Lending*

Berdasarkan hasil dari analisis regresi variabel Kepercayaan (X1) didapatkan korelasi positif sebesar 0,344. Artinya jika terjadi kenaikan satu satuan variabel kepercayaan (X1), maka keputusan untuk penerimaan pembelian melalui *peer to peer lending* (Y) juga akan meningkat sebesar 0,344 dengan asumsi variabel lainnya nol atau konstan. Untuk hasil uji t didapatkan nilai t hitung sebesar 4,834 dimana nilai tersebut > t tabel yaitu 1,98472 serta mendapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 yang menyatakan “Faktor kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk penerimaan pembiayaan melalui *Peer to Peer Lending*” diterima.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Iriani (2020) yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman online. Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marranitha dan Suardana (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *fintech* berbasis pinjaman online. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Sarika (2021), Rorie, dkk (2022) yang menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online.

Pengaruh Faktor Kemudahan terhadap Keputusan untuk Penerimaan Pembiayaan melalui *Peer to Peer Lending*

Berdasarkan hasil dari analisis regresi variabel Kemudahan (X2) didapatkan korelasi positif sebesar 0,578. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan satu satuan variabel kemudahan (X2), maka keputusan untuk penerimaan pembelian melalui *peer to peer lending* (Y) juga akan meningkat sebesar 0,578 dengan asumsi variabel lainnya nol atau konstan. Untuk hasil uji t didapatkan nilai t hitung sebesar 7,126 dimana nilai tersebut > t tabel yaitu 1,98472 serta mendapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 dimana nilai tersebut < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 yang menyatakan “Faktor kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk penerimaan pembiayaan melalui *Peer to Peer Lending*” diterima.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Iriani (2020) yang menyatakan kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian menggunakan pinjaman *online*. Hal tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marranitha dan Suardana (2020) yang menyatakan bahwa kemudahan proses kredit memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *fintech* berbasis pinjaman *online*.

Hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian Asja, dkk (2021), Simamora dan Zuhra (2023) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online.

Pengaruh Faktor Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan untuk Penerimaan Pembelian melalui *Peer to Peer Lending*

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa kepercayaan dan kemudahan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk penerimaan pembiayaan melalui *peer to peer lending*. Hal tersebut dibuktikan dari hasil nilai F hitung sebesar 68,323 > F tabel sebesar 3,94 (68,323 > 3,94) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

variabel independen yaitu Kepercayaan dan Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan untuk Penerimaan Pembiayaan melalui *Peer to Peer Lending*. Hal ini dikarenakan pengguna merasa khawatir akan risiko yang muncul akibat penyalahgunaan data pribadi dan pelanggaran terhadap hak-hak debitur dalam menggunakan layanan *peer to peer lending* terutama yang berasal dari *peer to peer lending* yang tidak terdaftar di OJK.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pautina, dkk (2022), Sandora (2020) yang memperoleh hasil penelitian bahwa Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian online.

Namun hasil penelitian Pudjihardjo, dkk (2015) menemukan hasil yang berbeda dengan hasil penelitian ini. Pudjihardjo, dkk (2015) menemukan bahwa Kepercayaan dan Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online.

Kesimpulan

1. Variabel Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan UMKM dalam penerimaan pembiayaan melalui fintech *peer to peer lending*. Maka dapat diartikan bahwa aspek kepercayaan dalam penggunaan aplikasi *peer to peer lending* sangat penting dan penyelenggara platform mampu memberikan ketepatan proses pendanaan kepada lender.
2. Variabel Kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan UMKM dalam penerimaan pembiayaan melalui fintech *peer to peer lending*. Dapat diartikan semakin mudah platform yang ditawarkan oleh penyelenggara *peer to peer lending*, maka semakin banyak pengguna dalam mengambil keputusan pinjaman online melalui *peer to peer lending*.
3. Secara simultan atau bersama-sama variabel kepercayaan dan kemudahan mendapatkan hasil yang signifikan terhadap keputusan UMKM dalam penerimaan pembiayaan melalui *peer to peer lending*. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna fintech *peer to peer lending* merasa pinjaman online dapat memudahkan pengguna dalam membantu memenuhi kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi oleh pendapatan yang diterima saat ini.

Daftar Pustaka

- Agus Santoso. (2010). Studi Deskriptif Effect Size Penelitian-Penelitian Di Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma. *Jurnal Penelitian*, Vol. 14, No. 1: 1-17.
- Asja, Hasanah Jaya, Susanti, Santi dan Fauzi, Achmad. 2021. Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Pay Later: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen (Jakman)*, Vol 2, No 4: 309-325. ISSN 2716-0807
- Asri, Hendri Rahmayani. 2022. Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi risiko, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan *peer to lending*. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1, No. 3: 1–9. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i03.99>
- Chen, Yu-Hui dan Barnes, Stuart J. 2007. Initial trust and online buyer behavior. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 107, No. 1: 21-36. <https://doi.org/10.1108/02635570710719034>
- Davis, F. D. 1989. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Ghozali, Imam. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Jogiyanto (2019) *Persepsi Manfaat*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Marranitha, I Dewa Ayu Rizky Pradnyani dan Suardana, Ida Bagus Raka Suardana. 2020. Pengaruh Kepercayaan, Selisih Bunga Kredit Dengan Bank Konvensional, Dan Kemudahan Proses Kredit Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Layanan Fintech Berbasis Pinjaman Online: Studi Kasus Di PTN dan PTS Provinsi Bali. *TIERS Information Technology Journal*, Vol. 1, No. 2: 44-50. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/tiers/article/view/2805>
- Pautina, Yazid Bustomin Pautina, Ismail, Yulinda L dan Abdussamad, Zulfia K. 2023. Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JAMBURA)*, Vol 5. No 2; 475-466. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JI>

- Pavlou, P. A. 2014. Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7, No. 3: 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Pudjihardjo, Maria C., Wijaya, Helen dan Remiasa, Markus. 2015. Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran di Media Sosial (Studi Pada Pengguna Media Sosial Di Shapeharve). *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, Vol. 3, No. 2: 364-379.
- Putri, Fanny Anggraeny dan Iriani, Sri Setyo. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Pinjaman Online Shopee Pay Later. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 8 No. 3: 818-828. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p818-828>
- Rorie, Agatha Gratia Sara Rorie, Tumbel, Altje L dan Gunawan, Emilia. 2022. Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Desa Noongan, Kecamatan Langowan Barat. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBud huKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, Vol. 6 No.1: 365 – 376.
- Sandora, Dewi. 2020. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian Belanja Secara Online. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, Vol. 11, No. 3: 290-310. <https://doi.org/10.36975/jeb.v11i3.288>
- Sartika, Dewi. 2021. Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 9, No. 3: 253-262. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i3.1102>
- Simamora, Atika Mardhiyah dan Zuhra, Syarifah Evi. 2023. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Pesepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Tiktok.shop di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 8, No. 3: 637-652. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm637>
- Tjiptono, F dan Chandra, G. 2012). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Andi Publisher.

