

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Cepatnya ekspansi lembaga keuangan di Indonesia menjadi bukti bahwa ekonomi syariah di sana berkembang pesat. Secara khusus, adopsi ekonomi Islam di Indonesia telah diukur dengan pertumbuhan perbankan Islam. Berbentuk bank yang menjalankan sistem bagi hasil, Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 10 Tahun 1998 menjadi penanda dimulainya perbankan syariah.<sup>1</sup> Semakin banyak bank berbasis syariah didirikan setelah undang-undang tentang perbankan syariah disahkan. Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Umum Syariah (BUS) bukan satu-satunya entitas keuangan syariah yang tumbuh; Bank Perkreditan Rakyat Syariah lain (BPRS)<sup>2</sup> Sejumlah lembaga keuangan, termasuk pembiayaan syariah dan beberapa bank syariah, bermunculan seiring dengan pertumbuhan zaman yang semakin modern.

Lembaga keuangan bank maupun non bank diyakini berkembang pesat. Bentuk usaha lembaga keuangan bank maupun non bank ini memiliki keunggulan dalam gerakan sosial ekonomi dan dukungan dari pemerintah karena memiliki potensi yang besar untuk mengembangkan usaha ekonomi

---

<sup>1</sup> Muhammad, *Sistem Bagi Hasil dan Pricing Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2016), 1.

<sup>2</sup> Statistik Perbankan Syariah Desember 2020, <http://www.ojk.go.id/> diakses pada tanggal 19 Mei 2022.

rakyat dan menanggulangi kemiskinan.<sup>3</sup> Pada tahun 2022, Indonesia akan memiliki 150.233 unit usaha berdasarkan jumlah lembaga keuangan bank dan non bank di tingkat kabupaten/kota.<sup>4</sup> Lembaga keuangan bank dan non bank ini tersebar di seluruh Indonesia, khususnya di Jawa Barat dan Indramayu.

Berikut adalah beberapa lembaga di Kabupaten Indramayu:

**Tabel 1.1**  
**Data Lembaga Keuangan Bank dan Non Bank yang ada di Kecamatan Indramayu**

No	Nama Lembaga	Alamat	Jenis Lembaga	Karyawan	Nasabah	Program Kegiatan
1.	Bank BJB Payment Point LTSP-P2TKI Kab. Indramayu	Jl. Soekarno Hatta No.08, Pekandangan, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45216	Bank	36	801	a. Simpan Pinjam b. Memberikan kredit
2.	Bank Mandiri Taspen KK Indramayu	Jl. Gatot Subroto, Karangmalang, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45213	Bank	24	975	Simpan Pinjam
3.	Bank BPR Karya Remaja Indramayu	Jl. Letnan Jenderal S. Parman No.20, Margadadi, Kec. Indramayu, Kabupaten	Bank	33	910	a. Simpan Pinjam b. Memberikan kredit

<sup>3</sup> Perkembangan Koperasi Syariah & Potensinya, (<http://bmtamber.co.id/perkembangan-potensi-syariah-potensinya/&ei=hJEAtYAq&lc=id-ID&s=1&m=563&host>) diakses pada tanggal 19 Mei 2022.

<sup>4</sup>Berita Kementerian, Kinerja Koperasi Syariah Di Indonesia Sangat Baik, (<http://www.depkop.go.id/content/read/kinerja-koperasi-syariah-di-indonesia-sangat-baik/&ei=No771RJb%lc=id-ID&S=1&m=563&host>) diakses pada tanggal 19 Mei 2022.

		Indramayu, Jawa Barat 45211				
4.	Bank Tabungan Negara (BTN) - KCP Indramayu	Jl. Jend. Sudirman, Lemahmekar, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45213	Bank	19	1002	Simpan Pinjam
5.	Bank Bukopin - Capem Indramayu	Jl. Jend. Sudirman No.29A, Lemahmekar, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45212	Bank	41	1001	a. Simpan Pinjam b. Memberikan kredit
6.	Koperasi Sejahtera Bersama Cab. Sudirman Indramayu	Jl. Gatot Subroto No.10, Karangmalang, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45213	Non Bank	24	998	Simpan Pinjam
7.	Koperasi Gelora Abadi Syariah	Sukamelang, RT. 005/01, Karanganyar, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45213	Non Bank	46	1009	a. Simpan Pinjam b. Modal Usaha
8.	Koperasi Beringin Sejahtera	JL. Mayjen DI Panjaitan No.227C, Lemahmekar, Kec.	Non Bank	40	1005	a. Simpan Pinjam b. Modal Usaha

		Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45212				
9.	PT Amarta Mikro Fintek	Pekandangan Kecamatan Indramayu	Non Bank	50	1.280	Pinjaman <i>Peer to Peer</i>
10.	PT. Jasa Kita Bersama	Pekandangan, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45216	Non Bank	40	967	Simpan Pinjam

Sumber : Hasil Observasi (data diolah)

Seluruh lembaga keuangan bank dan non bank di Kecamatan Indramayu tersebut memiliki nasabah terendah 801 sampai tertinggi 1280 pada tahun 2022. Hal tersebut berarti bahwa program lembaga keuangan bank dan non bank di Kecamatan Indramayu berjalan dengan lancar. Hal ini berarti bahwa setelah mendapat bantuan modal dari lembaga keuangan bank dan non bank di Kecamatan Indramayu tersebut benar-benar menjalankan kegiatan usahanya, sehingga terlihat dengan jelas jumlah anggota yang menjadi semakin banyak. Sesuai data di atas dapat dilihat ada 3 lembaga keuangan bank dan non bank di Kecamatan Indramayu dengan anggota terbanyak yang melebihi 1000 nasabah. Ketiga lembaga tersebut adalah Koperasi Gelora Abadi Syariah, Koperasi Beringin Sejahtera, dan PT Amarta Mikro Fintek.

**Tabel 1.2**  
**Data Perbandingan Lembaga Keuangan Non Bank di Kecamatan**  
**Indramayu**

No.	Deksripsi Perbandingan	Nama Lembaga		
		Koperasi Gelora Abadi Syariah	PT Amartho Mikro Fintek	Koperasi Beringin Sejahtera
1.	<i>Place</i> (tempat atau saluran distribusi)	Sukamelang, RT. 005/01, Karanganyar, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45213	Pekandangan Kecamatan Indramayu	JL. Mayjen DI Panjaitan No.227C, Lemahmekar, Kec. Indramayu, Kabupaten Indramayu, Jawa Barat 45212
2.	<i>Promotion</i> (promosi)	Melalui media social dan pamflet	Melalui media social, jemput bola dan pamflet	Melalui media social dan pamflet
3.	<i>Product</i> (produk)	a. Simpan Pinjam b. Modal Usaha	Pinjaman <i>Peer to Peer</i>	a. Simpan Pinjam b. Modal Usaha
4.	<i>Process</i> (proses)	Dengan Jaminan	Tanpa Jaminan	Dengan Jaminan
5.	<i>People</i> (orang)/SDM/ Karyawan	46 Karyawan	50 Karyawan	40 Karyawan
6.	<i>Price</i> (harga)/Nominal Maksimal Pembiayaan	Rp. 20.000.000	Rp. 15.000.000 / Orang. Jadi ntuk Satu kelompok +- 150.000.000	Rp.25.000.000
7.	<i>Physical evidence</i> (fasilitas fisik)/ Jumlah Nasabah	1009 Nasabah	1280 Nasabah	1005 Nasabah

Sumber : Hasil Observasi (data diolah)

Dari tabel terlihat bahwa PT Amartho Mikro Fintek memiliki jumlah nasabah yang lebih banyak dari lembaga keuangan bank dan non bank di Kecamatan Indramayu lainnya. PT Amartho Mikro Fintek memiliki produk yang berbeda dari yang lain yaitu pinjaman *Peer to Peer*. Karena itu, sangat

penting untuk mengumpulkan data dan melakukan survei sebelum mengambil keputusan peminjaman. PT Amartha Mikro Fintek telah memberikan dampak positif bagi komunitas usaha mikro Pekandangan. Saat ini perkembangan usaha mikro di Kabupaten Indramayu mengalami peningkatan yang positif, terutama untuk daerah yang jauh. Hal ini tidak terlepas dari peran PT Amartha Mikro Fintek dalam pinjaman peer-to-peer yang sesuai syariah. Di Pekandangan, lebih dari 7.000 pelaku usaha mikro telah mendapatkan pendanaan; hal ini akan membantu kelancaran operasional para pelaku usaha mikro, terutama di lokasi yang jauh.<sup>5</sup>

*Peer to Peer* memiliki alur kerja yang mudah. Pemilik modal pasti ingin mengetahui riwayat peminjam sebelum memberikan pinjaman. Jumlah pinjaman yang akan diberikan akan terpengaruh oleh hal ini. Sistem kerja *Peer to Peer* dapat diakses melalui aplikasi yang dapat diunduh dari Play Store, lebih cepat dan tidak membutuhkan proses yang berbelarut-larut. Pemilik modal akan menawarkan jumlah pinjaman segera setelah informasi peminjam diverifikasi olehnya.<sup>6</sup> Pemilik modal akan memberi tahu Anda tentang durasi pinjaman selain ukurannya. Peminjam harus terlebih dahulu memberikan persetujuan mereka untuk proses ini. Uang akan segera ditransfer ke rekening peminjam jika disetujui. Tetapi peminjam memiliki hak untuk menolaknya jika Anda tidak setuju. Durasi waktu akan dihitung segera setelah pembayaran diterima. Biasanya, metode ini menawarkan pinjaman untuk jumlah waktu yang padat.

---

<sup>5</sup> Suwarni, *Wawancara dengan salah satu pemilik usaha Mikro*, Pekandangan. 31 Mei 2022.

<sup>6</sup> Wawancara Marketing PT Amartha Mikro Fintek (Angga Sinyo) pada 31 Mei 2022.

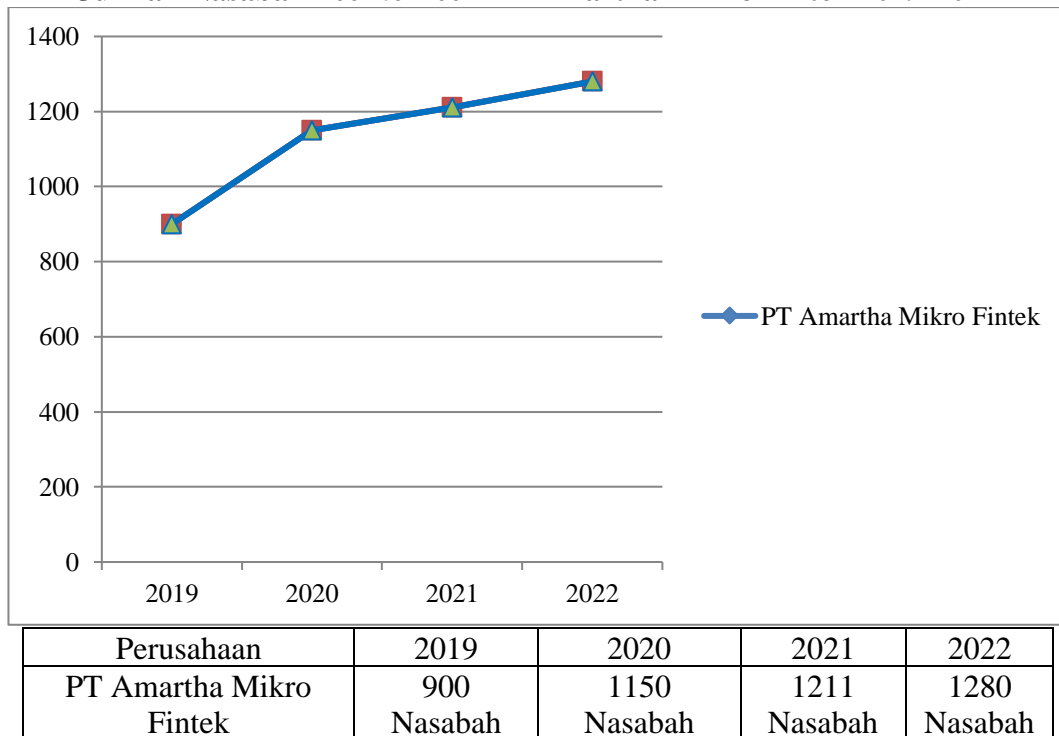
Pinjaman bank, di sisi lain, memang memiliki proses pengajuan yang lebih kompleks karena ada sejumlah persyaratan yang harus dipenuhi. Bank mengambil tindakan ini untuk mengurangi potensi risiko. Pelanggan diharuskan untuk melengkapi semua bidang dengan benar dan mengunggah dokumen yang diperlukan untuk proses verifikasi. Sebelum memberikan pinjaman, bank harus memastikan informasi peminjam dan siapa yang akan dimintai pertanggungjawaban jika terjadi kesalahan. Layanan keuangan digital, juga dikenal sebagai fintech, adalah lembaga keuangan yang berfungsi seperti bank dan harus menjalankan bisnis secara andal, kompeten, dan berkelanjutan. Penilaian kesehatan suatu layanan keuangan digital atau financial technology (fintech) merupakan salah satu cara untuk mengukur keberhasilan suatu produk fintech, yang pada akhirnya dapat dijadikan sebagai tolok ukur keberlangsungan bisnis yang dijalankan.

Sebuah perusahaan teknologi finansial bernama PT Amarta Mikro Fintek menawarkan layanan pinjaman peer-to-peer berbasis syariah dan menghubungkan investor dengan usaha kecil di Indonesia melalui ide investasi baru, aman, dan menguntungkan. Amarta mengelola dan menyalurkan dana investasi sebesar 1,12 triliun per awal Juni 2019 kepada 242.313 pengusaha mikro perempuan dari masyarakat miskin pedesaan yang memiliki tingkat NPL (*Non Performing Loan*) di bawah 1%. Investasi minimum yang dapat dilakukan penyandang dana adalah Rp 3.000.000 untuk jangka waktu satu tahun. Bagi hasil 20% yang kompetitif adalah apa yang mereka tawarkan.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> [https://amartha.com/id\\_ID/pendanaan/](https://amartha.com/id_ID/pendanaan/) diakses pada 22 Juli 2022.

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Nasabah *Peer to Peer* PT Amartha Mikro Fintek 2019-2021**



Sumber : Hasil Observasi (data diolah)

Pada tabel 1.3 terlihat bahwa nasabah *peer to peer lending* berbasis syariah PT Amartha Mikro Fintek dari tahun 2019 sampai 2021 mengalami kenaikan yang bisa dibilang cukup baik. Pada tahun 2019 ada sekitar 900 Nasabah, Tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi 1150 Nasabah, pada tahun 2021 sampai pada angka 1211 Nasabah, dan pada 2022 mencapai 1280 Nasabah. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa PT Amartha Mikro Fintek merupakan perusahaan yang maju, terlihat dari jumlah Nasabah yang naik tiap tahunnya.<sup>8</sup>

Bauran pemasaran adalah alat pemasaran yang terdiri dari beberapa komponen program pemasaran yang harus diperhatikan agar penerapan strategi

<sup>8</sup> [https://amartha.com/id\\_ID/tentangkami/](https://amartha.com/id_ID/tentangkami/) diakses pada 22 Juli 2022.



pemasaran dan positioning berhasil. 4P—produk, harga, tempat atau saluran distribusi, dan promosi adalah alat pemasaran yang membentuk bauran pemasaran produk. Sebaliknya, 7P orang, bukti fisik, dan proses adalah alat pemasaran yang membentuk bauran pemasaran layanan. Akibatnya, bauran pemasaran produk terdiri dari unsur-unsur berikut: produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, dan proses.<sup>9</sup> PT Amarta Mikro Fintek menekankan produk Peer to Peer Lending untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan dari tujuh elemen kombinasi ini, yang dapat digunakan untuk menciptakan tujuan perusahaan.

Dari ketujuh faktor kombinasi ini dapat dihasilkan suatu tujuan perusahaan dengan membentuk suatu sistem pemasaran yang baik, sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualan produknya. Berdasarkan adanya kesinambungan antara faktor yang mempengaruhi bauran pemasaran dan keputusan pembelian, peneliti melakukan observasi awal kepada 30 nasabah PT Amarta Mikro Fintek. Hal tersebut dikarenakan mengacu pada ukuran minimal sampel yang layak digunakan dalam penelitian. Observasi dilakukan untuk mengetahui alasan para nasabah yang melakukan pembiayaan di PT Amarta Mikro Fintek. Hasil data yang didapatkan adalah sebagai berikut:

---

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen Edisi 14 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2014), 76.

**Tabel 1.6**  
**Alasan Konsumen Melakukan Pembiayaan di PT Amartha Mikro Fintek**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah Responden</b>
<i>Product</i> (produk)	9
<i>Price</i> (harga)/Nominal Maksimal Pembiayaan	7
<i>Promotion</i> (promosi)	3
<i>Place</i> (tempat atau saluran distribusi)	2
<i>People</i> (orang)/ SDM/ Karyawan	3
<i>Physical evidence</i> (fasilitas fisik)/ Jumlah Nasabah	2
<i>Process</i> (proses)	4
Total	30

Berdasarkan data di atas, hasilnya terdapat 9 nasabah yang melakukan keputusan pembiayaan berdasarkan produk, 7 nasabah yang tertarik pembiayaan karena harga/ nominal maksimal pembiayaan yang ditawarkan, 3 nasabah yang melakukan keputusan pembiayaan karena promosi, 2 nasabah yang melakukan keputusan pembiayaan karena tempat atau saluran distribusi, 3 nasabah yang melakukan keputusan pembiayaan karena orang/ SDM/ karyawan, 2 nasabah yang melakukan keputusan pembiayaan karena fasilitas fisik, dan 4 nasabah yang melakukan keputusan pembiayaan karena proses. Dari hasil tanggapan nasabah dapat disimpulkan bahwa alasan konsumen pembiayaan di PT Amartha Mikro Fintek karena kualitas produk.

Keputusan pembelian merupakan tindakan yang nyata dan bukan suatu tindakan saja, tetapi terdiri dari beberapa tindakan yang meliputi keputusan tentang jenis produk, merek, harga, kualitas, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya<sup>10</sup> Keputusan pembelian memberikan keuntungan bagi sebuah perusahaan baik produk maupun jasa. Oleh karena itu, perusahaan harus

<sup>10</sup> Usman Effendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 249.

paham dan menggali wawasan mengenai faktor bauran pemasaran yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian dan sangat penting bagi perusahaan yang menjalankan strategi pemasaran.

Pilihan untuk melakukan pembelian adalah aktivitas aktual yang melibatkan sejumlah keputusan lain, termasuk tentang jenis produk, merek, harga, kualitas, kuantitas, waktu pembelian, dan metode pembayaran.<sup>11</sup> Produk dan layanan perusahaan dapat memperoleh manfaat dari keputusan pembelian. Untuk menerapkan strategi pemasaran, bisnis harus memahami dan menyelidiki wawasan tentang komponen bauran pemasaran yang memiliki dampak signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen.

Produk adalah segala sesuatu yang disediakan produsen untuk memuaskan keinginan konsumen agar dicari, diinginkan, dimanfaatkan, dibeli, dan dikonsumsi.<sup>12</sup> Setiap konsumen memiliki serangkaian keinginan yang unik. Oleh karena itu, salah satu variabel terpenting yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kemampuan perusahaan untuk mengembangkan barang-barang yang baru dan sesuai dengan preferensi konsumen. Item multi-fitur dapat ditingkatkan oleh bisnis. Fitur berfungsi sebagai taktik kompetitif untuk membedakan produk satu perusahaan dari produk pesaing.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PRODUK PINJAM MEMINJAM BERBASIS TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN

---

<sup>11</sup> Usman Effendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 249.

<sup>12</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Manajemen Edisi 14 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2014), 76.

NASABAH MEMILIH PADA PT.AMARTA MIKRO FINTEK CABANG PEKANDANGAN KECAMATAN INDRAMAYU”.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas, maka penulis merumuskan pokok permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana produk *peer to peer lending* di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kecamatan Indramayu?
2. Bagaimana keputusan pembiayaan di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kecamatan Indramayu?
3. Bagaimana pengaruh produk *peer to peer lending* terhadap keputusan pembiayaan di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kecamatan Indramayu?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui produk *peer to peer lending* di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kecamatan Indramayu.
2. Untuk mengetahui keputusan pembiayaan di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kecamatan Indramayu.
3. Untuk mengetahui pengaruh produk *peer to peer lending* terhadap keputusan pembiayaan di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kecamatan Indramayu.

#### **D. Kegunaan penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

##### 1. Bagi Akademisi

Para akademisi dapat memanfaatkan temuan studi ini sebagai panduan untuk penelitian selanjutnya atau untuk memperluas pengetahuan mereka tentang bagaimana produk peer-to-peer lending mempengaruhi pilihan pembiayaan di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan di Kabupaten Indramayu.

##### 2. Bagi Organisasi

Bagi mereka yang tertarik dengan dunia kerja, temuan penelitian ini harus menambah apa yang sudah diketahui tentang dampak literasi keuangan Islam terhadap penggunaan lembaga keuangan Islam, khususnya berkaitan dengan bagaimana produk peer-to-peer lending mempengaruhi keputusan pembiayaan. di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kabupaten Indramayu.

##### 3. Bagi Pembaca atau Pihak Lainnya (Masyarakat)

Ke depan, pihak lain (masyarakat) dapat melakukan penelitian mengenai dampak produk peer-to-peer lending terhadap keputusan pembiayaan di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kabupaten Indramayu dengan menggunakan temuan studi tersebut sebagai acuan dan dasar pertimbangan tinjauan Literatur.

## E. Telaah Pustaka

Setelah melakukan penelusuran literatur mengenai topik tersebut, penulis menemukan berbagai temuan penelitian dan publikasi yang membahas bagaimana produk peer-to-peer lending mempengaruhi pilihan pembiayaan di PT Amarnya Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kabupaten Indramayu antara lain:

1. Penelitian Surya Sanjaya (2015) dengan judul “*Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan*”.<sup>13</sup>  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$  ( $Y = 5,584 + 0,523 + 0,312$ ) merupakan hasil penelitian regresi linier berganda dengan menggunakan alat statistik software SPSS Versi 16. Berdasarkan temuan penelitian, terdapat hubungan yang signifikan antara promosi dan merek terhadap keputusan pembelian karena hasil variabel promosi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,578 > 1,664$ ) dan variabel merek (X2)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,979 > 1,664$ ) menyebabkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengaruh variabel merek (X2) dan promosi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah secara simultan ( $F_{hitung} 19,617 > F_{tabel} 2,72$ ). Nilai R Square adalah 0,338 atau 33,8%, dan ini digunakan untuk menilai koefisien determinasi. Sisanya 66,2 merupakan kontribusi dari variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Penelitian Akrim Ashal Lubis (2015) dengan judul “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara*

---

<sup>13</sup> Surya Sanjaya, *Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan*, Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02, Oktober 2015.

*Barisan Hijau Harian Orbit Medan*".<sup>14</sup> PT. Harian Suara Barisan Hijau Orbit Medan dengan rhitung 0,332, dan PT. Suara Barisan Hijau harian untuk Orbit Medan, di mana rhitungnya adalah 0,409. Kualitas produk juga mempengaruhi PT. Suara harian Barisan Hijau untuk Medan Orbit. Hasil uji F sebesar 5,296 dengan sig 0,008 0,05 menunjukkan H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya kualitas produk (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian (Y) pada taraf 0,05. Koefisien determinasi (R-Square) yang diperoleh sebesar 0,184 atau 18,40%, menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama dapat menjelaskan sekitar 18,40% variabel keputusan pembelian (Y).

3. Penelitian Heni Wijayanti (2015) dengan judul "*Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grand Site Pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto*".<sup>15</sup> Hasil analisis menunjukkan bahwa lokasi, harga, kualitas produk, dan promosi semuanya berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang, dengan Fhitung sebesar 29,784 sig pada 0,000. Dengan nilai thitung lokasi 2,095 tsig 0,0420, nilai thitung harga 3,104 tsig 0,003, nilai thitung kualitas produk 2,505 tsig 0,016, dan nilai thitung promosi 2,51 tsig 0,016, uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X1), promosi

---

<sup>14</sup> Akrim Ashal Lubis, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan*, Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol. 16, No. 02, Oktober 2015.

<sup>15</sup> Heni Wijayanti, *Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grand Site Pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto*, Jurnal Ekonomi ISSN 1411-9501: Vol XX No. 1, TH. 16, No. 1, Juli 2015.

(X2), kualitas produk (X3), dan promosi (X4) dapat mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 71,7 persen, sedangkan sisanya sebesar 28,3 persen dipengaruhi oleh faktor selain yang dicakup oleh penelitian.

#### **F. Hipotesis Penelitian**

Rumusan masalah penelitian yang telah disajikan sebagai pertanyaan memiliki solusi sementara dalam bentuk hipotesis. Pernyataan ini dibuat hanya sementara karena solusi yang ditawarkan hanya berdasarkan teori yang bersangkutan dan belum pada bukti empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Sebagai tanggapan teoretis, bukan empiris, terhadap perumusan topik studi, hipotesis juga dapat diartikulasikan.<sup>16</sup> Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

1. Diduga terdapat pengaruh pada produk *peer to peer lending* terhadap keputusan pembiayaan di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kecamatan Indramayu.
2. Diduga tidak terdapat pengaruh pada produk *peer to peer lending* terhadap keputusan pembiayaan di PT Amartha Mikro Fintek Cabang Pekandangan Kecamatan Indramayu.

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfaberta, 2011), 120.