

## **BAB II**

### **TIJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### 2.1.1 Pinjaman *Online*

###### 1. Pengertian Pinjaman *Online*

Pinjaman *online* adalah fasilitas pinjaman uang oleh penyedia jasa keuangan yang beroperasi secara online. Penyedia pinjaman online tersebut biasa dikenal dengan sebutan fintech. Pinjaman online yang langsung cair dan tanpa jaminan merupakan solusi alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan dana tunai tanpa harus mengajukan solusi alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan dana tunai tanpa harus mengajukan secara tatap muka. Penyedia ini adalah lembaga penyedia jasa keuangan yang beroperasi secara online dengan bantuan teknologi informasi.

Menurut Omarini (2018). Menyatakan bahwa, pinjaman *online* dapat di definisikan sebagai pertukaran keuangan secara langsung dan tidak langsung tanpa melibatkan lembaga keuangan tradisional. Sedangkan menurut Hsueh (2017). Menyatakan bahwa, pinjaman *online* merupakan model bisnis berbasis Internet yang memenuhi kebutuhan pinjaman antar perantara keuangan. *Platform* ini ditujukan untuk perusahaan menengah dan kecil dimana menurut mereka persyaratan pinjaman bank mungkin terlalu tinggi. Pinjaman *online* memiliki biaya lebih rendah dan efisien yang lebih tinggi daripada pinjaman berbasis bank tradisional.

Pendapat lain, menurut Supriyanto dan Ismawati (2019). Menyebutkan bahwa, teknologi aplikasi pinjaman uang secara *online* merupakan model pembiayaan berbasis teknologi finansial yang menjadi solusi pembiayaan dengan cara yang efektif dan efisien teknologi pinjaman tanpa harus terbatas oleh ruang dan waktu selama gadget seperti *smartphone* dan komputer yang digunakan dapat terkoneksi internet.

Menurut (kamus tokopedia, 2021) pinjaman *online* adalah fasilitas pinjaman dana oleh lembaga yang berbasis online. Cukup mengajukan lewat

aplikasi atau website, pengajuan akan diproses tanpa harus mengantri ke lembaga keuangan.

### 2.1.2 Kepercayaan

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercaya (Moorman, 2009:8) dikutip oleh Deni Pranoto (2014:14). Kepercayaan adalah faktor penting yang dapat mengatasi krisis dan kesulitan antara rekan bisnis selain itu juga merupakan aset penting dalam mengembangkan hubungan jangka panjang antar organisasi.

Kepercayaan menjadi faktor seseorang dalam memutuskan untuk melakukan keputusan. Turba dan Lee (2015:403) menyebutkan tingkat kepercayaan ditentukan oleh tiga kategori utama faktor, yaitu kepercayaan pedagang internet, saluran belanja, dan jaminan struktural terkait dengan bisnis dan peraturan lingkungan sekitar. Mayer *et al.*, dalam Pennington, *et.al* (2003) mendefinisikan *trust* yaitu kesediaan suatu pihak untuk berhubungan dengan pihak lain dengan harapan pihak lain akan melakukan tindakan yang menguntungkan bagi pemberi kepercayaan.

Menurut Ganesa dan Shankar dalam Farida Jasfar (2009:165) menjelaskan bahwa kepercayaan itu merupakan refleksi dari dua komponen, yaitu:

- a. *Credibility*, yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan dengan organisasi lain dan membutuhkan keahlian untuk menghasilkan efektifitas dan kehandalan pekerjaan.
- b. *Benevolence*, yang didasarkan pada besarnya kepercayaan kemitraan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadi kelebihan untuk organisasi lain pada kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

Menurut Berry dalam Farida jasfar (2009:165-167) mengajukan suatu model yang menjelaskan faktor-faktor apa saja yang menjadi pondasi terbentuknya hubungan jangka panjang yang berdasarkan kepada kepercayaan. Bagaimana pengaruh tingkat kepercayaan ini terhadap hubungan baik dengan karyawan, konsumen, maupun hubungan pihak-pihak lain.

Persepsi mengenai kecapan (*competence*) dan kejujuran (*fairness*) perusahaan secara langsung mempunyai peranan dalam membina dan menanamkan rasa kepercayaan (*sense of trust*). Dua faktor ini merupakan landasan yang menumbuhkan rasa kepercayaan dari karyawan, mitra bisnis dan konsumen.

Manfaat lain dari kepercayaan (*trust*) adalah toleransi. Menurut Berry dalam Farida Jasfar (2009:166) harapan konsumen terhadap kualitas jasa terbagi menjadi dua tingkatan, yaitu tingkat keinginan (*desired*) dan tingkat kecukupan (*adequate*).

#### 1. Faktor kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan (*trust & belief*) merupakan keyakinan bahwa tindakan orang lain atau suatu kelompok konsisten dengan kepercayaan mereka. Kepercayaan lahir dari suatu proses secara perlahan kemudian terakumulasi menjadi suatu bentuk kepercayaan.

Kepercayaan yang berhubungan dengan keyakinan, bahwa sesuatu itu benar atau salah atas dasar bukti, sugesti, otoritas, pengalaman dan intuisi, menurut penelitian yang dilakukan Robbins dan Judge, kepercayaan memiliki tiga dimensi, dimensi kepercayaan adalah:

- 1) Integritas: Berkaitan dengan merujuk pada kebenaran dari produk atau servis yang diharapka.
- 2) Kompetensi: Berkaitan denggan pengetahuan dan keterampilan teknikan dan interpersonal yang dimiliki individu dari produk atau servis diharapkan.

3) Konsistensi: Berkaitan hubungan dengan kendala, kemampuan memprediksi dan penilaian individu jitu dalam menangani situasi dari produk atau jasa yang diharapkan.

2. Indikator yang sangat mempengaruhi variabel kepercayaan yaitu:

- a) Kredibilitas adalah kemampuan perusahaan untuk dapat diyakini oleh partner kerja baik secara lisan maupun tulisan.
- b) Keandalan penjualan adalah gambaran ketangguhan penjual baik dalam hal pelayanan maupun dari produk yang dijual.
- c) Kepedulian adalah wujud tindakan yang ditampakkan oleh penjual sebagai bantuan dan perhatian terhadap pembelinya.

3. Faktor terbentuknya kepercayaan

Membangun kepercayaan pada orang lain merupakan hal yang tidak mudah itu tergantung kepada perilaku kita dan kemampuan orang lain, faktor yang membentuk kepercayaan orang lain ada tiga yaitu:

1. Kemampuan (*ability*) adalah kemampuan meliputi ketrampilan, kompetensi dan karakteristik yang memungkinkan seseorang dalam mempengaruhi dengan akan memunculkan keyakinan akan mendasari munculnya kepercayaan orang lain terhadap individu.
2. Kebaikan hati (*benevolence*) merupakan kebaikan hati yang berkaitan dengan intensi dan ketertaarikan dalam diri seseorang ketika berinteraksi dengan orang lain, kebaikan hati adalah sejauh mana *trustee* diyakini ingin berbuat baik untuk *trustor* tersebut, selain dari motif keuntungan egosentris.
3. Integritas (*integrity*) dibuktikan pada konsistensi antara ucapan dan perbuatan dengan nilai diri seseorang kejujuran yang disertai keteguhan hati dalam menghadapi tekanan. Hubungan antara integritas dan kepercayaan melibatkan persepsi *trustor* bahwa *trustee* berpegang pada prinsip-prinsip yang ditemukan oleh *trustor* dan dapat diterima.

### 2.1.3 Literasi Keuangan

#### 1. Definisi Literasi Keuangan

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76 Tahun 2016 mendefinisikan bahwa literasi keuangan ialah pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan keyakinan (*confidence*) yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat sehingga dapat mencapai kesejahteraan keuangan individu (Atkinson dan Messy, 2012:14).

#### 2. Komponen Literasi Keuangan

Literasi keuangan memiliki beberapa komponen untuk mengukur tingkat literasi keuangan seseorang, sesuai definisinya berikut beberapa komponen keuangan:

##### 1. Pengetahuan keuangan (*Financial Knowledge*)

Soetono dan setiawan (2018) menyatakan bahwa tingkat pengetahuan pemahaman (*financial knowledge*) berkaitan dengan pengetahuan mengenai lembaga jasa keuangan forma, produk dan layanan jasa lembaga keuangan, pengetahuan terkait dengan *delivery channel* dan katakteristik produk. Remund (2010) menunjukkan bahwa: (i) *knowledge of financial concepts*, (ii) *ability to communicate about financial concepts*, (iii) *aptitude in managing personal finances*, (iv) *skill in making appropriate financial decisions and* (v) *confidence in planning effectively for future financial needs*. Konseptual dalam literasi keuangan pribadi dibagi dalam dua dimensi yaitu pemahaman (*personal finance knowledge*) dan penggunaan (*personal finance application*) (Huston, 2009).

## 2. Perilaku keuangan (*Financial Behavior*)

Perilaku keuangan (*financial behavior*) berhubungan dengan tujuan keuangan (Soetiono dan Setiawan, 2018:47). (Hilger, 2003:310) menyatakan bahwa perilaku keuangan seseorang akan tampak dari seberapa bagus seseorang mengelola uang kas, mengelola utang, tabungan dan pengeluaran – pengeluaran lainnya. Studi yang dilakukan oleh Sakinah dan Mudakir Menggunakan tiga komponen literasi keuangan yaitu *financial knowledge*, *financial attitude* dan *financial behavior*.

## 3. Sikap Keuangan (*Financial Attitude*)

Sikap keuangan berhubungan dengan tujuan keuangan dan penyusunan rencana keuangan pribadi. *Financial attitude* tercermin dalam enam konsep berikut (Furnhan, 1984):

- a) *Obsession*, merujuk pada pola pikir seseorang tentang uang dan persepsinya tentang masa depan untuk mengelola uang dengan baik.
- b) *Power*, yaitu merujuk pada seseorang yang menggunakan uang sebagai alat untuk mengendalikan orang lain dan menurutnya uang dapat menyelesaikan masalah.
- c) *Effort*, merujuk pada seseorang yang merasa pantas memiliki uang dari apa yang sudah dikerjakannya.
- d) *Inadequacy*, merujuk pada seseorang yang selalu merasa cukup memiliki uang.
- e) *Retention*, merujuk pada seseorang yang memiliki kecenderungan tidak ingin menghabiskan uang.
- f) *Security*, merujuk pada pandangan seseorang yang sangat kuno tentang uang, seperti anggapan bahwa uang lebih baik hanya disimpan sendiri tanpa ditabung di bank atau untuk investasi.

## 4. Keterampilan Keuangan (*Financial Skill*)

Berkaitan dengan kemampuan menghitung produk dan jasa lembaga keuangan, seperti bunga (tabungan atau pinjaman), hasil investasi, biaya dan denda (Soetiono dan Setiawan, 2018:47). Survei yang

dilakukan OJK menggunakan tiga komponen literasi keuangan yang terdiri dari tingkat pengetahuan, keterampilan keuangan, dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan.

#### 5. Tingkat Keyakinan Keuangan (*confidence*)

Berkaitan dengan pengetahuan lembaga keuangan, produk dan layanan jasa keuangan serta kepercayaan terhadap lembaga jasa keuangan (Soetiono dan Setiawan, 2018:47).

### 3. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan.

Tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh setiap orang berbedah-beda. Perbedaan tingkat literasi keuangan itulah yang menyebabkan terjadinya perbedaan signifikan antara individu satu dengan yang lainnya dalam mengumpulkan aset baik jangka pendek maupun jangka panjang. Chiara Monticone (2010) menjelaskan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang dipengaruhi oleh: karakteristik demografi (gender, etnis, pendidikan dan kemampuan kognitif), latar belakang keluarga, kekayaan serta preferensi waktu. Sedangkan Angelo Capuano dan Ian Ramsay (2011) menjelaskan bahwa faktor personal (intelegensi dan kemampuan kognitif), sosial dan ekonomi dapat mempengaruhi literasi keuangan dan perilaku keuangan seseorang. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat menjadi faktor perbedaan tingkat literasi keuangan seseorang, baik faktor dari dalam diri individu dan faktor di luar individu.

#### 2.1.4 *Kualitas Informasi*

##### 1. *Definisi Kualitas Informasi*

Informasi merupakan sesuatu yang sangat diperlukan untuk pengambilan keputusan. Namun masalahnya terletak pada kualitas dan validitas informasi, yaitu, ketepatan waktu, memadai, dan jelas. Apabila seseorang kurang mendapatkan informasi yang akurat, dalam waktu tertentu orang tersebut tidak mampu mengontrol sumber daya yang akhirnya akan mengalami kesalahan untuk pengambilan keputusan di lingkungannya.

Menurut (Gorla et al, 2010) menjelaskan bahwa kualitas informasi: *“information quality refers to the quality of outputs the information system produces which can be in the form of reports or online screens.* Adapun pengertian kualitas informasi menurut (Susanto, 2013:30) bahwa: “Informasi yang berkualitas adalah informasi yang mempunyai keakuratan, kecepatan dan kesesuaian dengan kebutuhan manajemen dan kelengkapan dari informasi yang dihasilkan”.

## 2. Unsur-Unsur

Kualitas informasi bergantung pada informasi yang disampaikan, jika informasi yang diberikan akurat dan relevan maka informasi tersebut berkualitas dan dapat bermanfaat untuk orang lain. Kualitas informasi tergantung dari tiga hal yaitu informasi harus akurat (*accurate*), tepat waktu (*timeless*), dan relevan (*relevance*), Sutabri, 2012:34).

Adapun penjelasan yang berbeda mengenai kriteria kualitas informasi. Dalam (Hartono, 2013:17) menurut Lippeveld Sauborn dan Bodart ada delapan kriteria dalam kualitas informasi, yaitu:

1. Relevansi Informasi disediakan atau disajikan untuk digunakan. Oleh karena itu, informasi yang bernilai tinggi adalah yang relevan dengan kebutuhan.
2. Kelengkapan dan keluasan Informasi akan bernilai semakin tinggi, jika disajikan secara lengkap dalam cakupan yang luas. Informasi yang sepotong – sepotong apalagi tidak tersusun sistematis tentu tidak akan banyak artinya.
3. Kebenaran informasi ditentukan oleh validitas atau dapatnya dibuktikan, informasi berasal dari data dan data fakta.
4. Terukur Informasi dari data atau hasil pengukuran dan pencatatan terhadap fakta. Jadi, informasi yang bernilai tinggi adalah informasi yang jika dilacak kembali kepada datanya, data tersebut dapat diukur sesuai dengan faktanya.



5. Keakuratan Kecermatan dalam mengukur dan mencatat fakta akan menentukan keakuratan data dan nilai dari informasi yang dihasilkan.
6. Kejelasan Informasi dapat disajikan dalam berbagai bentuk teks, tabel, grafik, chart, dan lain-lain. Namun, apapun bentuk yang dipilih yang penting adalah menjadikan pemakai mudah memahami maknanya.
7. Keluwesan Informasi yang baik adalah yang mudah diubah-ubah bentuk penyajiannya sesuai kebutuhan dan situasi yang dihadapi.
8. Ketepatan waktu. Informasi yang baik adalah informasi yang disajikan tepat pada saat dibutuhkan. Informasi yang terlambat datang menjadi informasi yang terlambat datang menjadi informasi basi yang tidak ada lagi nilainya.

Kesuksesan sebuah sistem informasi dipengaruhi oleh kualitas dari informasi. Kualitas informasi dapat memberi dampak signifikan terhadap individu. Dampak positif yang diharapkan antara lain: peningkatan kemampuan dalam mengambil keputusan, keefektifan kerja dan peningkatan kualitas kerja (DeLone dan McLean, 2003). Semakin baik kualitas informasi, akan semakin tepat pula keputusan yang diambil. Apabila informasi yang dihasilkan tidak berkualitas, maka akan berpengaruh negatif pada kepuasan pemakai (Istianganingsi dan Utami, 2009).

Kualitas informasi digunakan untuk mengukur informasi yang dihasilkan dari suatu sistem informasi dengan kualitas yang dapat memberikan nilai bagi pengguna sistem tertentu dengan karakteristik informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna (Budiartha, I Ketut, 2016).

### 3. Dimensi Kualitas Informasi

Informasi yang diperoleh haruslah informasi yang berkualitas, sehingga seseorang dapat memperoleh berbagai manfaat dari informasi. Informasi yang berkualitas dapat dinilai berdasarkan pada dimensi kualitas informasi. Informasi yang berkualitas menunjukkan bahwa informasi yang disajikan sesuai dengan

harapan pengguna dan memenuhi atau melebihi apa yang dibutuhkan para pengguna atas informasi tersebut.

Dimensi kualitas informasi dapat menjadi dasar penilaian kualitas dari sebuah informasi. Ciri-ciri informasi yang berkualitas dapat dijadikan ukuran kualitas informasi. Menurut McLeod dalam Azhar Susanto (2013:38) suatu informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Akurat (*Accuracy*)
2. Relevan (*Relevancy*)
3. Tepat waktu (*Timeliness*)
4. Lengkap (*Complete*)

Adapun uraian mengenai pernyataan di atas diantaranya:

1. Akurat (*Accuracy*)

Informasi diharuskan akurat karena dari informasi yang tidak akurat banyak timbul gangguan (*noise*) yang dapat merubah atau merusak informasi tersebut. Informasi yang diperoleh harus bebas dari kesalahan kesalahan dan tidak boleh menyesatkan serta harus mencerminkan suatu maksud.

2. Relevan (*Relevancy*)

Informasi tersebut harus bermanfaat bagi yang membutuhkannya, informasi yang disajikan harus mendukung suatu proses bisnis dan informasi harus dapat digunakan oleh pihak-pihak yang membutuhkannya.

3. Tepat Waktu (*timeliness*)

Informasi yang sampai pada yang membutuhkan tidak boleh terlambat, informasi yang telah usang tidak akan mempunyai nilai, hal ini disebabkan karena informasi merupakan landasan dalam pengambilan keputusan, maka akan berakibat fatal pada suatu organisasi maupun individu tersebut.

4. Lengkap (*Complete*)

Informasi harus diberikan secara jelas, lengkap atau detail, dan mutakhir sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan.

## 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

*Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu*

NO	PENELITI	JUDUL PENELITIAN	TUJUAN PENELITIAN	VARIABEL	METODE PENELITIAN	KESIMPULAN HASIL
1.	Dewa Ayu Rizky Pradnyani Marranitha, Ida Bagus Raka Suaedana	Pengaruh kepercayaan, selisi bunga kredit dengan bank konvensional, dan kemudahan proses kredit terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan fintech berbasis pinjaman online.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, selisi bunga kredit dengan bank konvensional, dan kemudahan proses kredit terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan fintech berbasis pinjaman online.	X1 = kepercayaan  X2 = selisi bunga kredit  X3 = kemudahan proses kredit  Y = minat mahasiswa, pinjaman online.	Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu analisis data kuantitatif berupa analisis regresi linear berganda.	Dalam penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan fintech berbasis pinjaman online.

<b>NO</b>	<b>PENELITI</b>	<b>JUDUL PENELITIAN</b>	<b>TUJUAN PENELITIAN</b>	<b>VARIABEL</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>KESIMPULAN HASIL</b>
2.	Tresnawaty, S.E.M Ak, Dr. Gatot Efrianto, S. H, M. H	Pengaruh privasi, keamanan, kepercayaan dan pengalaman terhadap penggunaan fintech di kalangan masyarakat kabupaten tangerang banteng.	tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh privasi, keamanan, kepercayaan dan pengalaman terhadap fintech di kalangan masyarakat kabupaten tangerang, banteng.	X1 = privasi X2 = keamanan X3 = kepercayaan X4 = pengalaman Y = penggunaan fintech	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode angket, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan instrument (kuisisioner) yang berisi daftar pertanyaan, kepada responden.	Pengaruh kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan fintech.

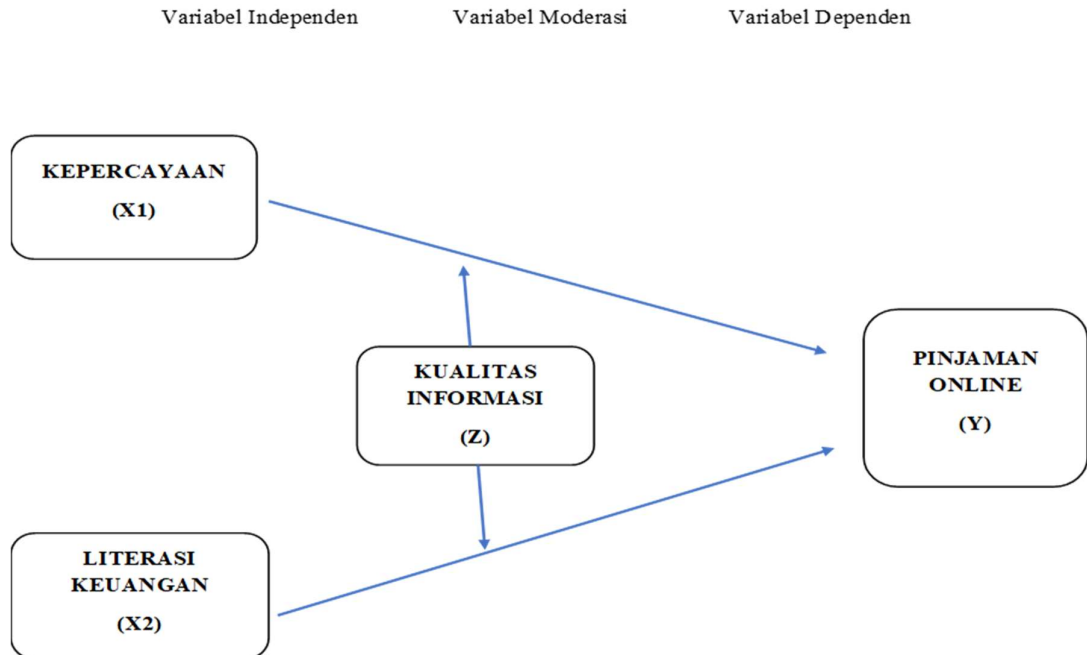
<b>NO</b>	<b>PENELITI</b>	<b>JUDUL PENELITIAN</b>	<b>TUJUAN PENELITIAN</b>	<b>VARIABEL</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>KESIMPULAN HASIL</b>
3.	Fikri Haikal, Candra Wijayangka, S.T.M.M..	Hubungan literasi keuangan dengan pemanfaatan pinjaman online. Studi pada mahasiswa universitas telkom pengguna layanan cicil.co.id.	Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari hubungan antara literasi keuangan terhadap pemanfaatan pinjaman online pada kalangan mahasiswa universitas telkom.	X1 = literasi keuangan  X2 = pinjaman online	Jenis penelitian yang digunakan deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.	Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap pinjaman <i>online</i> .

<b>NO</b>	<b>PENELITI</b>	<b>JUDUL PENELITIAN</b>	<b>TUJUAN PENELITIAN</b>	<b>VARIABEL</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>KESIMPULAN HASIL</b>
4.	Asriyani, Yulisa Johan, Inri	Pengaruh literasi keuangan dan efikasi diri terhadap minat penggunaan peer to peer lending pada generasi milenial.	Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan efikasi diri terhadap minat penggunaan peer to peer lending berbasis pinjaman online.	X1 = literasi keuangan X2 = efikasi diri Y = per to peer lending berbasis pinjaman online.		Pengetahuan keuangan atau literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan P2P lending.

<b>NO</b>	<b>PENELITI</b>	<b>JUDUL PENELITIAN</b>	<b>TUJUAN PENELITIAN</b>	<b>VARIABEL</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>KESIMPULAN HASIL</b>
5.	Erina Dwiyanti.	Pengaruh faktor psikologis dan kualitas informasi terhadap keputusan melakukan pinjaman online melalui peer – to – peer lending di masa pandemi covid-19.	Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis yaitu persepsi kemudahan, persepsi risiko, serta kualitas informasi terhadap keputusan melakukan pinjaman online melalui peer – to – peer lending di masa pandemi covid-19.	X1 = faktor psikologis X2 = kualitas informasi Y = peer - to – peer lending.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	Kualitas informasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan pinjaman online melalui peer – to – peer lending.



### 2.3 Model Konseptual Penelitian



**Gambar 2.1. Model Konseptual Penelitian**

Keterangan:

Dari gambar diatas dijelaskan bahwa yang termasuk variabel Independen yaitu Kepercayaan (X1) dan Literasi Keuangan (X2), sedangkan variabel Dependen adalah Pinjaman *Online* (Y) dengan Kualitas Informasi (Z) sebagai Variabel Moderasi. Dari keterangan diatas menjelaskan Kepercayaan (X1) berpengaruh terhadap Pinjaman *Online* (Y), Literasi Keuangan (X2) berpengaruh terhadap Pinjaman *Online* (Y). Dan Kualitas Informasi (Z) memoderasi pengaruh Kepercayaan (X1) terhadap Pinjaman *Online* (Y). Kualitas Informasi (Z) yang memoderasi pengaruh Literasi Keuangan (X2) terhadap Pinjaman *Online* (Y).

## 2.4 Pengembangan Hipotesis

Pengertian hipotesis menurut sugiono (2009) adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah di nyatakan dalam bentuk pertanyaan. dalam penelitian ini adalah sebagai beriku:

H1: Diduga variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap minat melakukan Pinjaman *Online*.

H2: Diduga variabel Literasi Keuangan berpegaruh terhadap minat melakukan Pinjaman *Online*.

H3: Diduga variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap minat melakukan Pinjaman *Online* dengan Kualitas Informasi sebagai variabel moderasi.

H4: Diduga variabel Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat melakukan Pinjaman *Online* dengan Kualitas Informasi sebagai variabel moderasi.