

**PENGARUH KEPERCAYAAN,KUALITAS PELAYANAN DAN
PERSEPSI TINGKAT BUNGA TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN LAYANAN PEMBIAYAAN PADA
PT SINAR MAS FINANCE CABANG
BASUKI RAHMAT PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Segaian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana
Ekonomi dan Bisnis**



**Diajukan Oleh :
PEDRO GEOFANI
1901110204**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BSNIS
UNIVERSITAS TRIDINANTI**

2026

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Pedro Geofani
Nomor Pokok/NIM : 1901110204
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : "PENGARUH KEPERCAYAAN, PELAYANAN
DAN PERSEPSI TINGKAT BUNGA TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN
PEMBIAYAAN PADA PT SINAR MAS FINANCE
CABANG BASUKI RAHMAT PALEMBANG"

Pembimbing Skripsi,

Tanggal 30-Juli-2024 Pembimbing I:


Dr. Yuni adinda putri, S.E., M.Si
NIDN: 0207069401

Tanggal 30-Juli-2024 Pembimbing II:


Noviarni S.E.M.Si
NIDN: 0221116101

Mengetahui :

Dekan,



Dr. Hj. Msy Mikial, SE., M.Si, Ak CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi,



Dr. Yolanda Veybhita, S.E., M.Si
NIDN:0226028303

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Pedro Geofani
Nomor Pokok/NIM : 1901110204
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : "PENGARUH KEPERCAYAAN, PELAYANAN
DAN PERSEPSI TINGKAT BUNGA TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN
PEMBIAYAAN PADA PT SINAR MAS FINANCE
CABANG BASUKI RAHMAT PALEMBANG"

Penguji Skripsi

Tanggal 30 Juli 2026 Ketua Penguji:


Dr. Yuni adinda putri, S.E., M.Si
NIDN: 0207069401

Tanggal 30 Juli 2026 Penguji I:


Noviarni S.E.M.Si
NIDN: 0221116101

Tanggal 30 Juli 2026 Penguji II:


Dr. Freccilia Nanda Melvani, SE, MM
NIDN: 0205069001

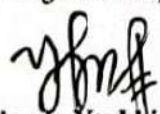
Mengesahkan :

Dekan,



Dr. H. May Mikial, SE., M.Si, Ak CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Progam Studi,


Dr. Yolanda Veybhita, S.E., M.Si
NIDN: 0226028303

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pedro Geofani
Nomor Pokok/NIM : 1901110204
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : "PENGARUH KEPERCAYAAN, PELAYANAN DAN PERSEPSI TINGKAT BUNGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN PEMBIAYAAN PADA PT SINAR MAS FINANCE CABANG BASUKI RAHMAT PALEMBANG"

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan konsekuensinya.

Palembang, Juli 2026
Penulis



Pedro Geofani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Kesabaran dan ketekunan membawa hasil yang luar biasa."

- Napoleon Hill

"Kegigihan dan kerja keras adalah kunci utama menuju impian yang diinginkan."

- Anonim

"Pembelajaran tak pernah berhenti, karena hidup adalah proses belajar."

- Anonim

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- **Allah SWT**
- **Orang Tuaku**
- **Saudara-saudaraku**
- **Sahabat dan teman seperjuangan**
- **Almamaterku**
- **Dan diri saya sendiri**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI TINGKAT BUNGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN PEMBIAYAAN PADA PT SINAR MAS FINANCE CABANG BASUKI RAHMAT PALEMBANG”** yang disusun untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Tridianti Palembang. Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik yang bersifat membangun guna perbaikan di masa yang akan datang.

Dalam pembuatan skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan banyak terima kasih

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, SE, M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti
4. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti

5. Ibu Dr. Yuni Adinda Putri, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing Utama dan Ibu Hj. Noviarni, SE, M.Si selaku dosen Pembimbing Anggota yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat bermanfaat dalam pembuatan skripsi ini
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti yang telah banyak memberikan bekal dan ilmu
7. Pimpinan PT. SINAR MAS FINANCE BASUKI RAHMAT Palembang yang telah bersedia memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.
8. Kedua Orang Tua, Saudara – Saudari ku, dan Teman – teman yang telah memberikan motivasi dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terakhir penulis ingin mengucapkan Terima kasih kepada diri sendiri karena tetap bertahan sampai pada tahap ini.

Semloga Allah Subhanahu Wa Ta'ala mlelimpahkan rahmat dan karunia- Nya keplada semua pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Palembang, Juni 2026

Peneliti

Pedro Geofani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran.....	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.4 Jenis dan Sumber Data	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	44
3.7 Teknik Analisis Data.....	45

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	35
Tabel 3. 2 Skala Likert	37
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Proses Pengambilan Keputusan	18
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuisisioner	84
Lampiran 2 hasil tabulasi data	87
Lampiran 3 hasil olah data.....	96
Lampiran 4 hasil similarity turnitin.....	101

ABSTRAK

PEDRO GEOFANI, Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Tingkat Bunga Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Pembiayaan Pada Pt Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang (dibawah bimbingan ibu Dr. Yuni Adinda Putri, SE, M.Si dan ibu Hj. Noviarni, SE, M.Si)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan persepsi tingkat bunga terhadap keputusan penggunaan layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang menggunakan layanan perusahaan. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan. Sementara itu, kualitas pelayanan dan persepsi tingkat bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan. Secara simultan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, kualitas pelayanan, dan persepsi tingkat bunga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelayanan yang cepat, tepat, ramah, serta memberikan informasi yang jelas kepada pengguna. Selain itu, perusahaan perlu menetapkan tingkat bunga yang kompetitif dan transparan agar dapat meningkatkan keputusan pengguna dalam menggunakan layanan yang ditawarkan.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Tingkat Bunga, Keputusan Penggunaan Layanan.

ABSTRACT

PEDRO GEOFANI, The Influence of Trust, Service Quality and Interest Rate Perception on the Decision to Use Financing Services at PT Sinar Mas Finance, Basuki Rahmat Palembang Branch (under the guidance of Dr. Yuni Adinda Putri, SE, M.Si and Hj. Noviarni, SE, M.Si)

This study aims to analyze the influence of trust, service quality, and interest rate perception on service usage decisions. This study uses a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires distributed to respondents who use the company's services. The data analysis methods employed include validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, partial testing (t-test), and simultaneous testing (F-test).

The results of this study indicate that partially, trust does not have a significant effect on service usage decisions. Meanwhile, service quality and interest rate perception have a significant effect on service usage decisions. Simultaneously, the results indicate that trust, service quality, and interest rate perception collectively have a significant effect on service usage decisions.

Based on these findings, the company is recommended to continuously improve service quality by providing fast, accurate, and friendly services, as well as clear information to users. Furthermore, the company should establish competitive and transparent interest rates to enhance users' decisions to utilize the services offered.

Keywords: Trust, Service Quality, Interest Rate Perception, Service Usage Decision.

RIWAYAT HIDUP

Pedro Geofani, Dilahirkan Di Palembang Pada Tanggal 17 Maret 2000. Anak Pertama Dari Ayah Robenson Dan Ibu Rosmauli Gultom. Anak Kedua Dari 2 Bersaudara. Sekolah Dasar Diselesaikan Pada Tahun 2012 Di SDN 137 Palembang. Sekolah Menengah Pertama Diselesaikan Pada Tahun 2015 Di SMP Negeri 52 Palembang Dan Selanjutnya Menyelesaikan Sekolah Menengah Atas Pada Tahun 2018 SMA Negeri 22 Palembang. Pada Tahun 2019 Mulai Memasuki Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri keuangan di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan, khususnya pada sektor pembiayaan (multifinance). Peningkatan ini ditandai dengan semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pembiayaan, baik untuk keperluan konsumtif maupun produktif. Konsumen saat ini semakin selektif dalam memilih layanan pembiayaan, tidak hanya mempertimbangkan aspek finansial seperti suku bunga, tetapi juga aspek non-finansial seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, reputasi perusahaan, serta kemudahan proses (Aisyah & Arif, 2023;Puspitasari, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan layanan pembiayaan menjadi fenomena penting dalam industri keuangan.

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan layanan pembiayaan mengalami dinamika yang cukup kompleks. Banyak konsumen yang masih merasa ragu dalam menentukan pilihan karena adanya berbagai alternatif layanan pembiayaan yang tersedia. Selain itu, masih ditemukan keluhan terkait kualitas layanan, kurangnya transparansi informasi, serta rendahnya tingkat kepercayaan terhadap beberapa perusahaan pembiayaan. Hal ini berdampak pada menurunnya minat atau keputusan penggunaan layanan oleh konsumen.

Berdasarkan fenomena tersebut, keputusan penggunaan layanan pembiayaan menjadi hal yang penting untuk dikaji lebih lanjut. Keputusan

penggunaan merupakan proses pemilihan yang dilakukan konsumen sebelum menggunakan suatu produk atau jasa, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal. Rendah atau tingginya keputusan penggunaan dapat dilihat dari tingkat minat, keyakinan, serta tindakan konsumen dalam memilih layanan pembiayaan tertentu.

Objek dalam penelitian ini adalah PT SINAR MAS FINANCE BASUKI RAHMAT PALEMBANG, yang merupakan salah satu perusahaan pembiayaan yang menawarkan berbagai layanan kepada masyarakat. Pemilihan objek ini didasarkan pada adanya fenomena persaingan yang ketat serta variasi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan yang ditawarkan.

Keputusan penggunaan layanan pembiayaan merupakan konstruk kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel independen yang digunakan, yaitu persepsi kualitas produk, kepercayaan merek dan Tingkat Suku bunga.

Keputusan pembelian konsumen dalam pembelian dipengaruhi oleh beragam faktor. Tiga variabel kunci yang menarik perhatian peneliti adalah persepsi kualitas produk, kepercayaan terhadap merek, dan *Electronic Word of Mouth (EWOM)*. Penelitian Choirunnida & Prabowo (2024) mengungkapkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan kemampuan variabel independen memengaruhi keputusan pembelian sebesar 41,8 persen. Penelitian Humaira (2024) dalam studinya menemukan bahwa mahasiswa sangat memperhatikan

kualitas produk, baik dari aspek fungsionalitas maupun kemasan, serta melakukan perbandingan harga untuk memperoleh kualitas optimal.

Salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan pembiayaan adalah kepercayaan. Kepercayaan merupakan dasar hubungan antara konsumen dan perusahaan, terutama dalam sektor keuangan yang memiliki tingkat risiko yang tinggi. Kepercayaan merek (*brand trust*) telah terbukti memainkan peran kritis dalam keputusan pembelian *online* Nyoman et al. (2024) mendemonstrasikan bahwa kepercayaan merek memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan. Penelitian Marsalin & Hendratmoko (2023) di Kota Sukoharjo mengungkapkan bahwa kepercayaan, kenyamanan, citra merek, dan kualitas informasi secara simultan memengaruhi keputusan pembelian, dengan kontribusi variabel mencapai 64,3%. Pudyardana & Aribowo (2024) di Surabaya lebih lanjut mengkonfirmasi signifikansi kepercayaan merek, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang menunjukkan pengaruh substansial.

Namun demikian, masih terdapat *research gap* dimana tidak semua penelitian menunjukkan hasil yang konsisten, terutama pada konteks layanan pembiayaan yang lebih menekankan aspek jasa dibandingkan produk fisik. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menguji kembali pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan penggunaan layanan pembiayaan.

Salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan utama konsumen didalam melakukan pembelian suatu produk adalah adanya kualitas pelayanan, baik itu produk fisik atau barang kualitas dapat dilihat secara obyektif dapat dilihat juga dari kualitas pelayanan dalam penjualan produk tersebut baik pelayanan sebelum dan sesudah pembelian Gunawan (2023). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai suatu kondisi yang dapat mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dengan ekspektasi pelayanan yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan pelanggan Silaban & Tanjung (2025). Kualitas pelayanan mencerminkan seberapa baik layanan yang diberikan oleh perusahaan mampu memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Jika sebuah perusahaan ingin bertahan dalam bisnis dan terus mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya, maka harus mengutamakan kualitas pelayanan. Perusahaan harus mampu menawarkan layanan berkualitas tinggi agar dapat beradaptasi dengan kebiasaan dan pola konsumsi konsumen Realino et al. (2023).

Kepercayaan dapat dijadikan sebagai penilaian hubungan antara seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dan keinginan mereka yang melakukan transaksi dalam lingkungan yang belum pasti. Kepercayaan ini harus dibangun sejak awal, dikembangkan, dan dibuktikan secara konsisten. Kepercayaan yang dibangun akan meminimalkan risiko yang akan berdampak dikemudian hari. Putri et al. (2023) Kepercayaan konsumen pada dasarnya merupakan bentuk dukungan

konsumen terhadap upaya yang dilakukan untuk mendapatkan segala sesuatu yang diinginkan, melalui kepercayaan seorang konsumen akan memberikan dukungan terkait dengan keputusan pembelian yang akan ditetapkan. Kepercayaan adalah unsur fundamental dalam setiap hubungan bisnis. Dalam jasa keuangan, kepercayaan menjadi sangat krusial mengingat konsumen menyerahkan barang berharga mereka untuk mendapatkan pinjaman. Kepuasan pelanggan berkorelasi positif terhadap hubungan antara perseroan dengan konsumennya sebab terkait dengan kualitas produk serta layanan perseroan. Semakin tinggi kualitasnya, semakin tinggi kepuasannya. (Hidayani & Arief, 2023)

Namun, terdapat *research gap* dimana pada beberapa kasus konsumen masih menunjukkan keraguan meskipun merek sudah dikenal. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan merek belum tentu selalu menjadi faktor dominan, sehingga perlu diteliti kembali dalam konteks layanan pembiayaan

Faktor lainnya adalah persepsi tingkat suku bunga. Suku bunga merupakan salah satu pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan kredit. Besarnya suku bunga kredit yang ditetapkan oleh bank sebagian besar dipengaruhi oleh faktor di luar kendali bank, seperti suku bunga pasar dan persaingan antar bank. Semakin rendah suku bunga kredit yang ditawarkan, maka biasanya permintaan kredit dari nasabah akan meningkat, dan sebaliknya. Namun, selain itu masih banyak faktor lain yang perlu

dipertimbangkan dalam menentukan permintaan kredit tersebut Adnan et al. (2025)

Kashmir dalam Nikmah (2023) bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional oleh nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (atau yang memiliki simpanan) atau harga yang harus dibayar nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman). Sedangkan suku bunga adalah rasio dari bunga terhadap jumlah pinjaman. Menurut Mishki dalam Adnan et al. (2025) suku bunga bisa diartikannya sebagai biaya pada pinjaman dana ataupun harga wajib dibayar dalam menggunakan dana tersebut, yang umumnya dikatakan dipersentase tahunan. Suardika dalam Wulansari & Sukaris (2021) menjelaskan lebih lanjut bahwa tingkat suku bunga adalah tambahan uang dari penggunaan uang pinjaman oleh bank ataupun peminjam sebagai balas jasa yang dinyatakan dalam presentase dan dalam jangka waktu tertentu. Dari ketiga konsep diatas dapat disimpulkan suku bunga merupakan salah satu hal penting yang menjadikan pertimbangan masyarakat sebelum mereka memutuskan untuk melakukan investasi di suatu lembaga keuangan.

Banyaknya lembaga keuangan yang bermunculan akan menempatkan para pelaku dalam persaingan yang ketat dengan tujuan untuk bersaing memperebutkan pencari modal sebagai nasabah. Tingginya intensitas persaingan mengharuskan setiap perusahaan untuk menerapkan strategi yang

tepat dan terus berinovasi untuk mempertahankan posisi dan menaklukan pasar yang ada. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan serta berusaha memenuhi harapan mereka dengan memberikan layanan yang lebih memuaskan.

Di Indonesia terdapat beberapa jenis Lembaga Jasa Keuangan Khusus yang disediakan oleh Pemerintah, salah satunya yaitu PT Sinar Mas Finance. Bagi masyarakat dengan golongan ekonomi menengah kebawah, terutama mereka yang memiliki bisnis skala mikro, kecil dan menengah menjadikan PT Sinar Mas Finance sebagai salah satu alternatif paling tepat yang dapat memenuhi kebutuhan mereka akan dana.

Tabel 1. 1
Data Penjualan
PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang

Tahun	Pendapatan
2022	Rp. 5.300.000.000
2023	Rp. 4.500.000.000
2024	Rp. 4.220.000.000
2025	Rp. 5.800.000.000

Sumber : PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang (2026)

Objek dalam penelitian ini adalah PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang, yang merupakan salah satu perusahaan pembiayaan konsumen di Indonesia. Berdasarkan observasi awal, masih terdapat beberapa kendala seperti proses penilaian kredit yang relatif lambat, serta adanya persepsi nasabah terhadap bunga dan pelayanan yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan.

Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan persepsi tingkat suku bunga terhadap keputusan penggunaan layanan pembiayaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan serta strategi dalam menarik minat konsumen.

Berdasarkan pengamatan peneliti, konsumen atau nasabah PT SINARMAS Multi Finance Basuki Rahmat Palembang, mereka harus memikirkan Finance terbaik dan sifatnya transparan yang akan mereka pilih sebagai pembayaran cicilan motor, mobil, dan multiguna dengan denda yang minim dan jatuh tempo yang tepat. Dari hasil wawancara awal, responden mengatakan PT SINARMAS Multi Finance Basuki Rahmat Palembang memiliki jangkauan yang luas sehingga konsumen tidak sulit mencarinya, PT SINARMAS Multi Finance mempunyai kriteria konsumen yang cukup ketat untuk memberikan pembiayaan agar menghindari kredit macet, dan kelalaian dalam pembayaran.

Berdasarkan latar belakang di atas maka dalam penelitian ini diperlukan membangun suatu **SKRIPSI PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI TINGKAT BUNGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN LAYANAN PEMBIAYAAN PADA PT SINAR MAS FINANCE CABANG BASUKI RAHMAT PALEMBANG**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan pembiayaan PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan pembiayaan PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang?
3. Apakah persepsi tingkat suku bunga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan pembiayaan PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang?
4. Apakah kepercayaan, kualitas pelayanan, dan persepsi suku bunga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan pembiayaan PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan layanan pembiayaan PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan layanan pembiayaan PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang.

3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi tingkat suku bunga terhadap keputusan penggunaan layanan pembiayaan PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kepercayaan terhadap kualitas pelayanan, persepsi tingkat dan suku bunga terhadap keputusan penggunaan layanan PT Sinar Mas Finance Cabang Basuki Rahmat Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dalam pengembangan ilmu pengetahuan. Adapun manfaat teoritis penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran jasa dan perilaku konsumen terkait keputusan penggunaan layanan pembiayaan.
2. Penelitian ini dapat memperkaya kajian teoritis mengenai pengaruh kepercayaan, kualitas pelayanan, dan persepsi tingkat suku bunga terhadap keputusan penggunaan layanan pembiayaan.

3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau rujukan bagi penelitian selanjutnya yang memiliki topik sejenis, serta dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dalam penelitian yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis penelitian ini adalah :

a. Bagi Perusahaan (PT Sinar Mas Finance)

1. Sebagai bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.
2. Sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif.
3. Memberikan informasi terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan pembiayaan.

b. Bagi Peneliti

1. Menambah wawasan dan pengalaman dalam melakukan penelitian ilmiah.
2. Mengembangkan kemampuan dalam menganalisis permasalahan yang berkaitan dengan dunia keuangan dan pemasaran jasa.

c. Bagi Pihak Lain

1. Sebagai sumber informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya.
2. Memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan pembiayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, M., Abdi, M. N., & N, S. (2025). Pengaruh Tingkat Suku Bunga terhadap Minat Nasabah dalam Mengambil Kredit Usaha Rakyat (KUR) pada PT. Bank Rakyat Indonesia. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 7521–7529. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4810>
- Adriana, F., Zabir Zainuddin, M., & Utha, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Untuk Menggunakan Jasa Salon Bunda Rida*.
- Aisyah, S., & Arif, M. (2023). Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Nasabah Akan Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Fasilitas Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di Bank Syariah Indonesia Area Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1980. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.9134>
- Almansyah Rundu Wonua, Rina Sovianti, Andriya Risdwiyanto, I Nyoman Tri Sutaguna, & Arief Yanto Rukmana. (2023). Social Media Marketing And Customer Satisfaction. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(4), 50–60. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i4.1817>
- Ana Dewi Marsalin, & Christiawan Hendratmoko. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Brand Image Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna E-Commerce Shopee (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Shopee di Kota Sukoharjo). *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(3), 192–214. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i3.1870>
- Banowati, R. (2023). Keputusan Pembelian: Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Kepercayaan. *Student Research Journal*.
- Candra, R., Handojo, W. &, & Waloejo, D. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PT POS INDONESIA PASAR JOHAR KOTA SEMARANG*.
- Choirunnida, A., & Prabowo, R. E. (2024). Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota Semarang. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(1), 263–274. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i1.8986>
- Dwi Ayu Astuti. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *EBISMAN EBisnis Manajemen*, 4(1), 87–99. <https://doi.org/10.59603/ebisman.v4i1.1256>
- Endah Nuraeni, B., & Harianja, J. (2025). Pengaruh Tingkat Suku Bunga Kredit, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Lamalepa Maju Jaya Abadi Di Kota Batam. *Tractare Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 8(2), 227–242. <https://doi.org/10.62820/trt.v8i2>
- Fajrin & Gunadi (2022). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Online pada Pengguna Shopee di Daerah Jakarta Timur*. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 2(3), 222–233
- Faqih, M. S., Priyono, B., Stia, P., & Jakarta, L. (2025). Pengaruh Perubahan Suku Bunga, Inflasi, dan Nilai Tukar Terhadap Perubahan Indeks Harga Saham

- Gabungan (IHSG) Periode 2019-2024. In *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship* (Vol. 7, Number 2). www.idx.co.id
- Firmansyah, A. (2022). *Buku Pemasaran Produk dan Merek*.
- Gunawan, H. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL SWARNA DWIPA. *Jurnal Universitas Multi Data Palembang*.
- Handayani. (2024). *Melakukan Pinjaman Modal Usaha*.
- Hidayani, N., & Arief, M. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BITTERSWEET BY NAJLA (Vol. 6, Number 1).
- Jumawan. (2024). *Perilaku konsumen dan keputusan pembelian*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Kukuh Argitama, D., & Suryoko, S. (2021). PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PRODUK GOPAY (STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK DI KOTA SEMARANG).
- Manik, D. E. M. , G. P. , & S. Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Journal of Management*.
- Maryati. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Penerbit Buku Pendidikan.
- Muhammad+Alfin+Barkhoya+3014. (n.d.).
- Nasib, T. D. ., (2021). *Buku Perilaku Konsumen*. Nuta Media.
- Nikmah, R. N. (2023). ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, SUKU BUNGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT.BPR NUR SEMESTA INDAH CABANG SEMBORO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur*.
- Nugraha, J. P. ., (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. PT. Nasya Expanding Management.
- Nyoman, N., Sugiantari, W., Nengah Suardhika, I., & Rihayana, I. G. (2024). PENGARUH E-WORD OF MOUTH, KEPERCAYAAN MEREK, DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA DENPASAR. 5(1).
- Pudyardana, W. M., & Aribowo, H. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Wilayah Kota Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12707921>
- Puspitasari, D. ., (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Pembiayaan Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening. . *Jurnal Valuasi Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Putri, S. Y., Meria, L., & Amroni. (2023). Pengaruh Persepsi Nilai Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Minat Beli. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 92–107. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1sp.2070>
- Realino, D., Gula, V. E., & Jelita, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Ojek Konvensional). *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.136>
- Riyanto, S. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. .

- Silaban, M., & Tanjung, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Sentral Gadai Persada. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 6853–6865. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.3038>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sundari, E. (2023). *Buku Manajemen Pemasaran*. UIR PRESS.
- Wandan. (2022). *PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA, LITERASI KEUANGAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI PT BANK SUMUT CABANG PEMATANG RAYA SIMALUNGUN*.
- Wulansari, N. D., & Sukaris, S. (2021). PENGARUH PROMOSI, PROSEDUR KREDIT, TINGKAT SUKU BUNGA TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGAMBILAN KREDIT ULTRA MIKRO PADA PERUMDA BPR BANK GRESIK. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS*, 1(3), 33–41.

