

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut produk (kualitas pelayanan, suku bunga, jangka waktu dan jaminan) dalam pengambilan keputusan konsumen di PT. BPR ADY Banyuwangi Cabang Pesanggaran. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen atau nasabah yang telah melakukan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cabang Pesanggaran sebanyak 97 orang. Untuk pengujian hipotesis penelitian, penulis menggunakan uji pengaruh parsial (Uji t). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dinyatakan bahwa (**H₁ diterima**) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 0.393 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,349. (**H₂ diterima**) suku bunga berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 0.206; dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,423. (**H₃ diterima**) jangka waktu berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 0.968; dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,314. (**H₄ diterima**) jaminan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 0.235; dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,430. Hasil uji determinasi berganda (*Adjusted R²*) diperoleh nilai sebesar 0,433. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dipengaruhi oleh atribut produk sebesar 53,2%, sedangkan sisanya sebesar 46,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : **Kualitas Pelayanan, Suku Bunga, Jangka Waktu, Jaminan, Keputusan Konsumen**

ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of product attributes (service quality, interest rates, time period and guarantees) in consumer decision making at PT. BPR ADY Banyuwangi Branch of Pesanggaran. The data used in this study are primary data obtained through questionnaires. The sample in this study are consumers or customers who have conducted credit at PT. BPR ADY Banyuwangi Branch Pesanggaran is 97 people. For testing the research hypothesis, the author uses a partial influence test (t test). Based on the results of testing the hypothesis it can be stated that (**H₁ received**) service quality has a positive effect on consumer decisions in taking credit at PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. This is evidenced from the t_{count} value of 0.393 with a significance value of $0.001 < 0.05$; and the regression coefficient is 0.349. (**H₂ received**) interest rates have a positive effect on consumer decisions in taking credit at PT. BPR. ADY Banyuwangi Branch of Pesanggaran. This is evidenced from the t_{count} value of 0.206; with a significance value of $0.000 < 0.05$; and the regression coefficient is 0.423. (**H₃ received**) The period of time has a positive effect on the consumer's decision in taking credit at PT. BPR. ADY Banyuwangi Branch of Pesanggaran. This is evidenced from the t_{count} value of 0.968; with a significance value of $0.000 < 0.05$; and the regression coefficient is 0.314. (**H₄ accepted**) guarantees a positive effect on consumer decisions in taking credit at PT. BPR. ADY Banyuwangi Branch of Pesanggaran. This is evidenced by the t_{count} value of 0.235; with a significance value of $0.000 < 0.05$; and the regression coefficient is 0.430. The result of multiple determination test (adjusted R²) obtained a value of 0.433. This shows that consumer decisions for credit at PT. BPR ADY Banyuwangi Branch of Pesanggaran is influenced by product attributes by 53.2%, while the remaining 46.8% is influenced by other factors not included in this study.*

Keywords: *Service Quality, Interest Rate, Term, Guarantee, Consumer Decisions*

BAB 4

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Penyajian Data

4.1.1. Gambaran Objek Penelitian

Bank Perkreditan Rakyat ADY Banyuwangi adalah Perseroan Terbatas Bank Perkreditan Rakyat, yang modalnya baik seluruhnya maupun sebagian merupakan kekayaan dari pemegang saham atau pihak swasta yang dipisahkan, yang selanjutnya disingkat dengan PT. BPR ADY Banyuwangi didirikan pada tanggal 23 Juli 1999, dan diresmikan pada tanggal 15 Agustus 1999 yang merupakan inovasi dari Lembaga Keuangan Mikro yang ada di Kabupaten Banyuwangi. PT. BPR ADY Banyuwangi berkantor pusat di Jl. Gajahmada No. 202 Genteng Kabupten Banyuwangi. Seiring dengan perkembangan jaman dan kebutuhan masyarakat PT BPR ADY Banyuwangi membuka cabang-cabang di Kabupaten Banyuwangi bahkan sudah merambah ke kabupaten Bondowoso. Berikut adalah cabang-cabang PT BPR ADY Banyuwangi.

1. Kantor Cabang Jajag Alamat : Jl. A. Yani 110 Jajag Telp. (0333) 396 639
2. Kantor Cabang Banyuwangi Alamat : Jl. Wahid Hasyim No. 29 Banyuwangi Telp. (0333) 420 200
3. Kantor Cabang Pesanggaran Alamat : Jl. Akhmad Kusnan No. 10 Pesanggaran Telp. (0333) 710 535.

Guna mempermudah pengambilan kredit yang dilakukan masyarakat, PT. BPR ADY Banyuwangi selanjutnya mengambil kebijakan dengan mendirikan kantor-

kantor kas yang tersebar di kecamatan-kecamatan kabupaten Banyuwangi diantaranya adalah :

1. Kantor Kas Rogojampi Alamat : Jl. Raya Sempu No. 17 Rogojampi Telp. (0333) 636 175
2. Kantor Kas Purwoharjo Alamat : Jl. Raya Grajagan No. 202 Purwoharjo Telp. (0333) 392 077
3. Kantor Kas Karangdoro Alamat : Depan Kantor Balai Desa Karangdoro Tegalsari Telp. (0333) 446 0477
4. Kantor Kas Sempu Alamat : Stand Ruko Pelita Tani No. 1 Sempu Telp. (0333) 842 268
5. Kantor Kas Songgon Alamat : Jl. Ahmad Yani No. 313 Songgon Telp. (0333) 630 900
6. Kantor Kas Srono Alamat : Jl. Raya Srono, Utara Pasar Srono Telp. (0333) 394 900

PT BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran didirikan pada 7 Mei 2007 berdasarkan Hasil Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) tanggal 16 April 2007 menyetujui tentang pendirian cabang BPR ADY Banyuwangi. Pada bulan November 2007 menyusul dikeluarkannya SK Komisaris PT. BPR ADY Nomor 9/63/KEP.Kom/ADY/2007 tentang pembukaan cabang PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dan membeikan izin usaha atas nama PT. BPR ADY Cab. Pesanggaran untuk operasional pengelolaan keuangan dan memenuhi kebutuhan kredit masyarakat di bawah PT. BPR. ADY Banyuwangi.

4.1.2. Visi dan Missi

Visi dan Missi PT. BPR. ADY Banyuwangi baik di pusat maupun cabang adalah sebagai berikut :

1. Visi : Memajukan ekonomi masyarakat.
2. Misi
 - a. Menjalankan prinsip kerja sesuai value PT. BPR. ADY Banyuwangi.
 - b. Meningkatkan Kualitas SDM melalui pelatihan yang berkesinambungan
 - c. Meningkatkan kesejahteraan karyawan melalui karir playing sistematis
 - d. Meningkatkan ekonomi masyarakat melalui perusahaan jaringan
 - e. Ikut serta dalam pembangunan ekonomi daerah guna peningkatan ekonomi diberbagai sektor usaha
 - f. Kepastian dan peningkatan investasi pemegang saham melalui peningkatan laba perusahaan.

Selain visi dan misi PT. BPR. ADY Banyuwangi juga mempunyai value yang harus diterapkan oleh seluruh karyawan, value PT. BPR. ADY Banyuwangi adalah :

1. Spiritual
2. Disiplin
3. Jujur
4. Bertanggungjawab
5. Totalitas
6. Relationship
7. Ownership

4.1.3. Produk Kredit PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran

PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran mempunyai beberapa jenis produk kredit, di antaranya Kredit Usaha, kredit mikro utama, Kredit Guna Bhakti (KGB), kredit kepada koperasi karyawan, kredit investasi umum, kredit modal kerja konstruksi, kredit modal kerja umum, kredit multi griya, serta kredit agribisnis. Kredit Usaha adalah kredit yang diperuntukan bagi pengusaha UMKM untuk modal kerja maupun investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk usaha produktif. Kredit mikro utama adalah kredit yang diperuntukan bagi pengusaha mikro yang berpotensi dibiayai oleh kredit dan diharapkan bisa berkembang menjadi sektor usaha kecil dan menengah.

Kredit Guna Bhakti (KGB) merupakan kredit yang diperuntukan bagi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan salah satu syarat agunan menggunakan surat pengangkatan pegawai dan surat keputusan pegawai terakhir. Kredit koperasi karyawan merupakan kredit yang diperuntukan bagi koperasi di lembaga-lembaga tertentu. Kredit investasi umum adalah kredit yang diberikan untuk pembiayaan mesin, peralatan, gedung, dan barang-barang kebutuhan investasi lainnya. Kredit modal kerja konstruksi adalah kredit yang diperuntukan bagi pengusaha di bidang konstruksi bangunan dan pengadaan yang telah menerima tender proyek.

Kredit modal kerja umum merupakan kredit yang diperuntukan bagi pelaku usaha yang telah menjalankan usahanya selama minimal satu tahun. Kredit Multi Griya adalah kredit kepemilikan rumah dari PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran yang diberikan kepada perorangan untuk keperluan pembelian rumah, pembangunan rumah, dan renovasi. Kredit agribisnis merupakan pemberian kredit dengan persyaratan yang ringan kepada petani.

4.2. Deskripsi Data Penelitian

Analisis deskriptif dalam penelitian ini meliputi: analisis karakteristik responden, analisis statistik deskriptif yang terdiri dari: nilai maksimal, minimal, mean, dan standar deviasi, serta kategorisasi jawaban responden. Adapun pembahasan mengenai masing-masing analisis deskriptif disajikan sebagai berikut :

4.2.1. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, penghasilan. Deskripsi karakteristik responden disajikan sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin Responden

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosesntase (%)
Laki-laki	34	35,05
Perempuan	63	64,95
Jumlah	97	100

Sumber: Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 34 orang (35,05%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang (64,95%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang menjadi responden berjenis kelamin perempuan (64,95%).

2. Usia Responden

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Frekuensi	Prosesntase (%)
21-30 tahun	34	35,05
31-40 tahun	28	28,87
41-50 tahun	25	25,77
51-60 tahun	10	10,31
Jumlah	97	100

Sumber: Data Primer 2017

Dari Tabel 5. tergambar bahwa nasabah yang kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran mayoritas digunakan oleh nasabah yang berusia dari 21 tahun sampai 30 tahun. Dimana nasabah kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran yang berusia 21-30 tahun berjumlah 34 responden (orang) atau 35,01 % dari 97 sampel, yang berusia 31-40 tahun berjumlah 28 responden (orang) atau 28,87 % dari 97 sampel, yang berusia 41-50 tahun berjumlah 25 responden (orang) atau 25,77 % dari 97 sampel, dan yang berusia 51-60 berjumlah 10 responden atau 10,31 % dari 97 sampel.

3. Pendidikan Terakhir Responden

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang digunakan disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Responden	Frekuensi	Prosesntase (%)
SD	15	15,46
SLTP	20	20,62
SLTA	33	34,02
D1 /D3	24	24,74
S1	5	5,15
Jumlah	97	100

Sumber: Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 15 orang (15,46%), responden dengan tingkat pendidikan SLTP sebanyak 20 orang (20,62%), selanjutnya responden dengan tingkat pendidikan SLTA sebanyak 33 orang (34,02%), responden dengan tingkat pendidikan D1/ D3 sebanyak 24 orang (24,4%), dan responden dengan tingkat pendidikan S-1 sebanyak 5 orang (5,15%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan tingkat pendidikan SLTA (34,02%).

4. Pekerjaan Responden

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang digunakan disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan Responden	Frekuensi	Prosesntase (%)
Pegawai Negeri Sipil	7	7.22
Wiraswasta	19	19.59
Petani/ Perkebunan	33	34.02
Nelayan	38	39.18
Jumlah	97	100

Sumber: Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil / PNS sebanyak 7 orang (7,22%), responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 19 orang (19,59%), responden yang bekerja sebagai petani/ pekebun sebanyak 33 orang (34,02%), responden yang bekerja sebagai nelayan sebanyak 38 orang (39,18%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan pekerjaan sebagai nelayan (39,18%) dari 97 sampel.

5. Lama Nasabah PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan lamanya menjadi nasabah PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Nasabah

Pekerjaan Responden	Frekuensi	Prosesntase (%)
< 1 tahun	12	12,37
1 – 2 tahun	26	26,80
2 – 3 tahun	41	42,27
3 – 5 tahun	11	11,34
> 5 tahun	7	7,22
Jumlah	97	100

Sumber: Data Primer 2017

Dari Tabel 8. tergambar dengan jelas bahwa lamanya para nasabah di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Dimana nasabah yang mengambil kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran kurang dari satu tahun (<1 tahun) berjumlah 12 responden (orang) atau 12,37 % dari 97 sampel, yang telah menjadi nasabah selama satu tahun hingga sampai dua tahun berjumlah 26 responden

(orang) atau 26,80% dari 97 sampel, yang telah menjadi nasabah selama dua hingga sampai tiga tahun (2-3 tahun) berjumlah 41 responden (orang) atau 42,27 dari 97 sampel, yang telah menjadi nasabah selama 3 sampai 5 tahun berjumlah 11 responden (orang) atau 11,34% dari 97 sampel, dan yang telah menjadi nasabah selama lebih dari 5 tahun berjumlah 7 responden (orang) atau 7,22% dari 97 sampel. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dengan lama menjadi nasabah 2-3 tahun (39,18%).

4.2.2. Deskripsi Kategori Variabel

Deskripsi kategori variabel menggambarkan penilaian responden terhadap variabel kualitas layanan, suku bunga, jangka waktu, dan keputusan konsumen. Data hasil penelitian kemudian dikategorikan dalam tiga kelompok yaitu tinggi, sedang, dan rendah.

1. Kualitas Pelayanan

Hasil analisis deskriptif pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai minimum sebesar 9; nilai maksimum sebesar 14; mean sebesar 11,93; dan standar deviasi sebesar 1,018. Selanjutnya variabel kualitas pelayanan dikategorikan dengan menggunakan skor rerata (M) dan simpangan baku (SD). Jumlah butir pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan terdiri dari 3 pertanyaan yang masing-masing mempunyai skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Kategorisasi untuk variabel kualitas pelayanan disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 9. Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Prosentase
Tinggi	$X \geq 12,95$	19	19.59

Sedang	$10,91 \leq X < 12,95$	72	74.23
Rendah	$X < 10,91$	6	6.19
Jumlah		97	100

Sumber: Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan dalam kategori tinggi sebanyak 19 orang (19.59%), responden yang memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan dalam kategori sedang sebanyak 72 orang (74.23%), dan responden yang memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan dalam kategori rendah sebanyak 6 orang (6.19%)

2. Suku Bunga

Hasil analisis deskriptif pada variabel suku bunga diperoleh nilai minimum sebesar 19; nilai maksimum sebesar 24; mean sebesar 21.39; dan standar deviasi sebesar 0.937. Selanjutnya variabel suku bunga dikategorikan dengan menggunakan skor rerata (M) dan simpangan baku (SD). Jumlah butir pertanyaan untuk variabel suku bunga terdiri dari 5 pertanyaan yang masing-masing mempunyai skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Kategorisasi untuk variabel suku bunga disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 10. Kategorisasi Variabel suku bunga

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Prosentase
Tinggi	$X \geq 22.33$	8	8.25
Sedang	$20.46 \leq X < 20.46$	82	84.54
Rendah	$X < 20.46$	7	7.22
Jumlah		97	100

Sumber: Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap suku bunga dalam kategori tinggi sebanyak 8 orang (8.25%), responden yang memberikan penilaian terhadap suku bunga dalam kategori sedang sebanyak 84 orang (84.54%), dan responden yang memberikan penilaian terhadap suku bunga dalam kategori rendah sebanyak 7 orang (7.22%)

3. Jangka Waktu

Hasil analisis deskriptif pada variabel jangka waktu diperoleh nilai minimum sebesar 10; nilai maksimum sebesar 14; mean sebesar 11,93; dan standar deviasi sebesar 0.997. Selanjutnya variabel jangka waktu dikategorikan dengan menggunakan skor rerata (M) dan simpangan baku (SD). Jumlah butir pertanyaan untuk variabel jangka waktu terdiri dari 3 pertanyaan yang masing-masing mempunyai skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Kategorisasi untuk variabel jangka waktu disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 11. Kategorisasi Variabel Jangka Waktu

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Prosentase
Tinggi	$X \geq 12.93$	18	18.56
Sedang	$10.93 \leq X < 12.93$	74	76.29
Rendah	$X < 10.93$	5	5.15
Jumlah		97	100

Sumber: Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap jangka waktu dalam kategori tinggi sebanyak 18 orang (18.56%), responden yang memberikan penilaian terhadap jangka waktu dalam kategori

sedang sebanyak 74 orang (76.29%), dan responden yang memberikan penilaian terhadap variabel jangka waktu dalam kategori rendah sebanyak 5 orang (5.15%).

4. Jaminan

Hasil analisis deskriptif pada variabel jaminan diperoleh nilai minimum sebesar 7; nilai maksimum sebesar 10; mean sebesar 8.557; dan standar deviasi sebesar 0.688. Selanjutnya variabel jaminan dikategorikan dengan menggunakan skor rerata (M) dan simpangan baku (SD). Jumlah butir pertanyaan untuk variabel jaminan terdiri dari 2 pertanyaan yang masing-masing mempunyai skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Kategorisasi untuk variabel jaminan disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 12. Kategorisasi Variabel Jaminan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Prosentase
Tinggi	$X \geq 9.24$	7	7.22
Sedang	$7.87 \leq X < 9.24$	86	88.68
Rendah	$X < 7.87$	4	4.12
Jumlah		97	100

Sumber: Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap jaminan dalam kategori tinggi sebanyak 7 orang (7.22%), responden yang memberikan penilaian terhadap jaminan dalam kategori sedang sebanyak 86 orang (88.68%), dan responden yang memberikan penilaian terhadap variabel jaminan dalam kategori rendah sebanyak 4 orang (4.12%)

5. Keputusan Konsumen

Hasil analisis deskriptif pada variabel keputusan konsumen diperoleh nilai minimum sebesar 11; nilai maksimum sebesar 14; mean sebesar 12.66; dan standar deviasi sebesar 0.907. Selanjutnya variabel keputusan konsumen dikategorikan dengan menggunakan skor rerata (M) dan simpangan baku (SD). Jumlah butir pertanyaan untuk variabel keputusan konsumen terdiri dari 3 pertanyaan yang masing-masing mempunyai skor 1, 2, 3, 4 dan 5. Kategorisasi untuk variabel keputusan konsumen disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 13. Kategorisasi Variabel Keputusan Konsumen

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Prosentase
Tinggi	$X \geq 13.48$	19	19.59
Sedang	$10.62 \leq X < 13.48$	73	75.26
Rendah	$X < 10.62$	5	5.15
Jumlah		97	100

Sumber: Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memberikan penilaian terhadap variabel keputusan konsumen dalam kategori tinggi sebanyak 19 orang (19.59%), responden yang memberikan penilaian terhadap variabel keputusan konsumen dalam kategori sedang sebanyak 73 orang (75.26%), dan responden yang memberikan penilaian terhadap variabel keputusan konsumen dalam kategori rendah sebanyak 5 orang (5.15%)

4.3. Uji Instrumen Data

4.3.1. Uji Validitas

Hasil uji Validitas program *SPSS versi 16 for windows 7* ditunjukkan dengan membandingkan r_{hasil} (hitung) dengan nilai (r_{table}), apabila $r_{\text{hasil}} > 0,278$ maka butir

atau variabel yang diteliti adalah valid. Hasil analisis validitas yang didistribusikan kepada 97 responden untuk tiap-tiap butir pernyataan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Tabel 14. Hasil Uji Validitas Kuliatas Pelayanan

No	r hitung	Sig	Validitas
1	0.375	0.001	Valid
2	0.624	0.000	Valid
3	0.455	0.000	Valid

Sumber : Data olahan SPSS 16 for win 7

Tabel 14. dapat dilihat bahwa nilai rata-rata $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan yang disediakan valid.

2. Suku Bunga

Tabel 15. Hasil Uji Validitas Suku Bunga

No	r hitung	Sig	Validitas
1	0.363	0.001	Valid
2	0.408	0.001	Valid
3	0.510	0.000	Valid
4	0.625	0.000	Valid
5	0.363	0.000	Valid

Sumber : Data olahan SPSS 16 for win 7

Tabel 15. dapat dilihat bahwa nilai rata-rata $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel suku bunga yang disediakan valid.

3. Jangka Waktu

Tabel 16. Hasil Uji Validitas Jangka Waktu

No	r hitung	Sig	Validitas
1	0.617	0.000	Valid
2	0.542	0.000	Valid
3	0.375	0.000	Valid

Sumber : Data olahan SPSS 16 for win 7

Tabel 16. dapat dilihat bahwa nilai rata-rata $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel jangka waktu yang disediakan valid.

4. Jaminan

Tabel 17. Hasil Uji Validitas Jaminan

No	r hitung	Sig	Validitas
1	0.561	0.000	Valid
2	0.723	0.000	Valid

Sumber : Data olahan SPSS 16 for win 7

Tabel 17. dapat dilihat bahwa nilai rata-rata $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel jaminan yang disediakan valid.

5. Keputusan Konsumen

Tabel 18. Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen

No	r hitung	Sig	Validitas
1	0.703	0.000	Valid
2	0.481	0.000	Valid
3	0.523	0.000	Valid

Sumber : Data olahan SPSS 16 for win 7

Tabel 18. dapat dilihat bahwa nilai rata-rata $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan untuk variabel keputusan konsumen yang disediakan valid.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Adapun hasil analisis uji reliabilitas variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 19 berikut ini.

Tabel 19. Hasil Pengukuran Reliabilitas Variabel

No	Variabel	Dimensi Variabel	Alpha	< hasil	Status
1	Dependent (X)	Kualitas pelayanan	0.859	0.50	Reliable
		Suku bunga	0.840	0.50	Reliable
		Jangka waktu	0.827	0.50	Reliable
		Jaminan	0.710	0.50	Reliable
2	Independent (Y)	Keputusan Konsumen	0.718	0.50	Reliable

Sumber : Data olahan *SPSS 16 for win 7*

Tabel 19. terlihat jelas bahwa nilai alpha variabel dari atribut produk penelitian ini adalah : 0,859 (kualitas pelayanan), 0,840 (suku bunga), 0,827 (jangka waktu), dan 0,710 (jaminan), sedangkan variabel keputusan konsumen nilai r_{alpha} adalah 0,50. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel- variabel tersebut reliabel karena $r_{alpha} > 0,60$.

4.4. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Prasyarat yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji *normalitas* dan uji *heteroskedastisitas* yang dilakukan menggunakan bantuan komputer program *SPSS 16 for Windows 7*. Hasil uji asumsi klasik disajikan berikut ini.

4.4.1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Dalam penelitian ini, menggunakan Uji *Kolmogrov-smirnov* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 20. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Signifikansi	Standart Sigifikansi	Keterangan
Kualitas pelayanan	2.957	0.05	Normal
Suku bunga	3.127	0.05	Normal
Jangka waktu	2.302	0.05	Normal
Jaminan	1.758	0.05	Normal
Keputusan Konsumen	2.448	0.05	Normal

Sumber : Data olahan *SPSS 16 for win 7*

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada ($\text{sig} > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian *heteroskedastisitas* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui adanya *heteroskedastisitas* dengan menggunakan uji

Kolmogrov-smirnov. Jika variabel independent tidak signifikan secara statistik dan tidak memengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut ini adalah hasil uji *heteroskedastisitas* terhadap model regresi pada penelitian ini.

Tabel 21. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Sig.	Kesimpulan
Kualitas pelayanan	0.393	0.950	Non Heteroskedastisitas
Suku bunga	0.206	0.037	Non Heteroskedastisitas
Jangka waktu	0.968	0.036	Non Heteroskedastisitas
Jaminan	0.235	0.020	Non Heteroskedastisitas

Sumber : Data olahan *SPSS 16 for win 7*

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.5. Analisis Variabel Penelitian

Analisis variabel penelitian dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi antara variabel *dependent* (X) terhadap variabel *independent* (Y) dengan pengukuran dan pengolahan data dengan *SPSS 16 for Windows 7*. Berikut analisis variabel penelitian disajikan dengan menggunakan teknik analisis di bawah ini :

4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, suku bunga, jangka waktu dan jaminan terhadap keputusan konsumen dalam mengambil kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Analisis regresi berganda dipilih untuk menganalisis pengajuan pengaruh variabel dalam penelitian ini. Berikut ini hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 16 for Windows 7*.

Tabel 22. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (b)	T _{hitung}	Sig	Kesimpulan
Kualitas pelayanan	0.349	0.393	0.000	Signifikan
Suku bunga	0.423	0.206	0.000	Signifikan
Jangka waktu	0.314	0.968	0.000	Signifikan
Jaminan	0.430	0.235	0.000	Signifikan
Constanta = 11.334				
Adjusted R ² = 0.182				
F _{hitung} = 0.785				
Signifikansi = 0.358				

Sumber : Data olahan *SPSS 16 for win 7*

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 11.334 + 0,349 (X_1) + 0,423 (X_2) + 0,314(X_3) + 0.430(X_4) + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Konsumen
- X1 = Kualitas Pelayanan
- X2 = Suku Bunga
- X3 = Jangka Waktu
- X4 = Jaminan

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa :

- a. Variabel *Kualitas pelayanan, Suku bunga, Jangka waktu, Jaminan* memiliki koefisien regresi positif terhadap keputusan konsumen.
- b. Koefisien *Kualitas Pelayanan* memberikan nilai sebesar 0.349 yang berarti bahwa, jika *Kualitas Pelayanan* semakin baik (Berpengaruh positif) dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan konsumen mengalami peningkatan.
- c. Koefisien *Suku Bunga* memberikan nilai sebesar 0.423 yang berarti bahwa, jika *Suku bunga* semakin baik (Berpengaruh positif) dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan konsumen mengalami peningkatan.
- d. Koefisien *Jangka Waktu* memberikan nilai sebesar 0.314 yang berarti bahwa, jika *Jangka waktu* semakin baik (Berpengaruh positif) dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan konsumen mengalami peningkatan.
- e. Koefisien *Jaminan* memberikan nilai sebesar 0.430 yang berarti bahwa, Jika *Jaminan* semakin baik (berpengaruh positif) dengan asumsi variabel lain tetap maka keputusan konsumen mengalami peningkatan.

4.5.2. Analisis Determinasi Berganda

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Hasil uji *Adjusted R²* pada ini diperoleh nilai sebesar 0,433. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen untuk kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X_1),

suku bunga (X_2), jangka waktu (X_3) dan jaminan (X_4) sebesar 43,3%, sedangkan sisanya sebesar 56,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4.6. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel yang telah diteliti berdasarkan hipotesis atau kesimpulan sementara yang diajukan, pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji pengaruh parsial (uji t) sebagai berikut :

4.6.1. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t merupakan pengujian untuk menunjukkan signifikansi pengaruh secara individu variabel bebas yang ada didalam model terhadap variabel terikat. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Penjelasan hasil uji t untuk masing-masing variabel bebas adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan

Hasil statistik uji t untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,393 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,349; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap

keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran” **diterima**.

2. Suku Bunga

Hasil statistik uji t untuk variabel suku bunga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0.206 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,423; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “suku bunga berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran” **diterima**.

3. Jangka Waktu

Hasil statistik uji t untuk variabel jangka waktu diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0.968 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,314; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “jangka waktu berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran” **diterima**.

4. Jaminan

Hasil statistik uji t untuk variabel jaminan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0.235 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,430; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “jaminan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran” **diterima**.

4.7. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (X_1), suku bunga (X_2), jangka waktu (X_3) dan jaminan (X_4) terhadap keputusan konsumen (Y) dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Adapun pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

4.7.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0.393 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,349; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis *kesatu* yang menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran”. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan kredit di Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

Kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan konsumen atau nasabah dalam memenuhi kebutuhannya. Variabel ini sangat penting dalam proses keputusan pembelian karena pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan penjualan (Kurniasari, 2013).

Kualitas pelayanan juga berperan penting dalam menarik konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan. Ketika produk berwujud tidak dapat dengan mudah dibedakan, kunci utama keberhasilan kompetitifnya terletak pada penambahan nilai kualitas pelayanan yang baik. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh penjual kepada konsumen yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat untuk mencapai kepuasan konsumen. Dengan kualitas pelayanan yang memuaskan, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian produk (keputusan pembelian) (Indriyanti, 2013).

Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Dari faktor-faktor inilah konsumen akan melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Salah satunya adalah kualitas pelayanan, pelayanan yang baik akan memicu konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa. PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran yang memiliki kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan kredit. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diwakili oleh a) Kualitas pelayanan yang sesuai dengan informasi produk kredit, b) Kualitas pelayanan dengan konsultasi produk kredit, c) Kualitas pelayanan dengan sistem membedakan nasabah baru dan nasabah lama dapat mempengaruhi tindakan konsumen dalam pengambilan keputusan kredit.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ginting, Ganjang Arihta (2013) tentang “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan permintaan kredit pada PT Bank Tabungan Negara Cabang Medan”, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang kuat dan positif terhadap keputusan pengambilan kredit. Pengaruh yang kuat ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi responden mengenai kualitas pelayanan di PT Bank Tabungan Negara Cabang Medan telah berhasil meningkatkan keputusan konsumen dalam pengambilan kredit.

4.7.2. Pengaruh Suku Bunga terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel suku bunga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0.206 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,423; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis *kedua* yang menyatakan bahwa “suku bunga berpengaruh positif terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran”. Hal ini berarti semakin rendah tingkat suku bunga yang diberikan, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

Suku bunga dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip Konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman) (Kasmir, 2008:121). semakin banyaknya

pilihan tingkat suku bunga yang ditawarkan oleh bank akan berdampak semakin baiknya keputusan konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan kredit.

Beberapa tingkat suku bunga yang bervariasi diantaranya ; a) bunga tetap (*Fixed Interest*), b) bunga mengambang (*Floating Interest*), c) bunga flat (*Flat Interest*), d) bunga efektif (*Effective Interest*), dan e) bunga anuitas (*Annuity Interest*), maka konsumen akan dihadapkan pada pilihan yang menunjukkan tingkat positif dalam pengambilan keputusan kredit pada bank yang menawarkan produknya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Taupik Rahman (2017) yaitu pengaruh suku bunga, kualitas layanan dan word of mouth terhadap keputusan nasabah meminjam kredit usaha rakyat di BANK BRI Krian Sidoarjo. Persamaan dari penelitian terdahulu adalah keduanya mengangkat tema yang sama tentang pengaruh atribut produk terhadap keputusan pengambilan kredit, disamping itu kesamaan dalam penggunaan teknik analisis *regresi linier berganda*. Suku bunga yang menjadi prioritas utama dalam meminjam kredit usaha rakyat dengan prioritas pertama secara berurutan yaitu pada suku bunga, kualitas layanan, word of mouth. Dari penelitian ini suku bunga berada pada urutan utama yang berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di Bank BRI Krian Sidoarjo.

4.7.3. Pengaruh Jangka Waktu terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel jangka waktu diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0.968 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,314; maka penelitian ini berhasil

membuktikan hipotesis *ketiga* yang menyatakan bahwa “jangka waktu berpengaruh positif terhadap keputusan Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran”. Hal ini berarti semakin lama jangka waktu yang diberikan, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan kredit adalah jangka waktu. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:1) Dilihat dari segi jangka waktu, artinya lamanya masa pemberian kredit mulai dari pertama sekali diberikan sampai masa pelunasannya. Jenis kredit ini adalah : a) Kredit Jangka Pendek : Kredit ini merupakan kredit yang memiliki jangka waktu kurang dari 1 tahun atau paling lama satu tahun dan biasanya digunakan untuk keperluan modal kerja. B) Kredit Jangka Menengah : Jangka waktu kreditnya berkisar antara 1 tahun sampai dengan 3 tahun, kredit jenis ini dapat diberikan untuk modal kerja. Beberapa Bank mengklasifikasikan kredit menengah menjadi kredit jangka panjang. C) Kredit Jangka Panjang : Merupakan kredit yang masa pengembaliannya paling panjang yaitu diatas 3 tahun atau 5 tahun. Biasanya kredit ini digunakan untuk investasai jangka panjang seperti perkebunan karet, kelapa sawit atau manufaktur dan kredit konsumtif seperti kredit perumahan.”. Tjiptono (2008:151) mengatakan bahwa jangka waktu merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang diberikan perusahaan atau bank sesuai dengan kebijakan otoritas perusahaan tersebut. Kebijakan yang berbeda-beda yang diterapkan perusahaan atau bank berdasarkan pada tingkat kebutuhan konsumen.

Jangka waktu merupakan salah satu faktor konsumen dalam menentukan suatu keputusan kredit terhadap perusahaan atau bank. Sehingga dalam penentuan jangka waktu pada produk yang ditawarkan, baik perusahaan bank pemerintah ataupun bank swasta sekalipun harus memperhatikan konsumen dan para pesaingnya. Jangka waktu akan menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi konsumen dalam memutuskan kredit, konsumen akan membandingkan jangka waktu dari produk pilihan mereka dan kemudian mengevaluasi apakah jangka waktu tersebut sesuai atau tidak dengan nilai produk serta jumlah uang yang harus dikeluarkan. Secara tradisional jangka waktu telah diperlakukan sebagai salah satu penentu pilihan keputusan konsumen dalam pengambilan kredit (Kotler dan Keller, 2007:79).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yunny (2015) yaitu. “ Pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Motivasi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Kudus”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jangka waktu menjadi salah satu faktor dari beberapa variabel yang berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di Bank Muamalat Indonesia Cab. Kudus.

4.7.4. Pengaruh Jaminan terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel jaminan diperoleh nilai t hitung sebesar 0.235 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,430; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis *keempat* yang menyatakan bahwa “jaminan berpengaruh

positif terhadap keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran”. Hal ini berarti semakin ringan jaminan yang menjadi agunan, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

Menurut Badruzalman (2003:6) jaminan adalah suatu tanggungan yang diberikan oleh seorang debitur dengan dan atau pihak ketiga kepada kreditur untuk menjamin kewajibannya dalam suatu perikatan. Sedangkan menurut Sutarno (2003:142) menyebutkan bahwa jaminan adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai mudah untuk diuangkan yang diikat dengan janji sebagai jaminan untuk pembayaran dari hutang debitur berdasarkan perjanjian kredit yang dibuat kreditur dan debitur. Pada dasarnya jenis-jenis jaminan kredit terdiri dari 2 (dua) yaitu : jaminan perorangan dan jaminan kebendaan. Jaminan perorangan adalah Jaminan perorangan adalah jaminan berupa pernyataan kesanggupan yang diberikan oleh seseorang pihak ketiga, guna menjamin pemenuhan kewajiban-kewajiban debitur kepada pihak kreditur, apabila debitur yang bersangkutan ingkar janji (*wanprestasi*).

Untuk memberikan kredit kepada konsumen atau nasabah diperlukan adanya jaminan. Artinya, bank menginginkan agar kredit yang diberikannya itu terjamin akan kembali kepada bank setelah jatuh tempo sesuai dengan kesepakatan bersama. Untuk itu, bank memerlukan analisa kredit yang seksama. Jaminan itu dapat berwujud atau tidak berwujud. Jaminan yang berwujud (*agunan*) biasanya dalam bentuk tanah dan bangunan, stok barang dagangan, mesin-mesin, kendaraan bermotor, dan lain-lain. Jaminan tidak berwujud berupa jaminan pribadi (*personal guarantor*) dari jaminan perusahaan (*company guarantor*) dari pihak ketiga yang dianggap mampu

mengembalikan pinjaman jika konsumen atau nasabah debitur gagal bayar. Sebenarnya, kalau bank yakin bahwa kredit itu akan kembali sesuai dengan perjanjian, bank tidak memerlukan agunan. Namun untuk memastikannya, bank tidak berani mengambil risiko ini. Apalagi risiko menjadi kredit macet yang selalu menghantui sebuah bank. Untuk itu semakin ringan jaminan yang diperlukan bank maka akan semakin tingginya keputusan konsumen untuk melakukan kredit.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yunny (2015) tentang “Pengaruh Atribut Produk Dan Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Motivasi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Kudus”. dalam melakukan pengambilan keputusan kredit. Persamaan dari penelitian terdahulu adalah pada keputusan pengambilan kredit dengan teknik analisis *regresi linier berganda*. Sedangkan perbedaan penelitian terletak pada variabel bebas yaitu variabel jaminan, suku bunga dan jangka waktu yang di tawarkan pada produk kredit bank. Hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa atribut produk dan citra merek berpengaruh positif terhadap motivasi nasabah dalam pengambilan keputusan kredit. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel Jaminan terhadap variabel dependen (motivasi nasabah) menentukan pengambilan keputusan kredit di Bank Muamalat Indonesia Cabang Kudus.

BAB 5

PENUTUP

1.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 0.393 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,349.
2. Suku bunga berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 0.206; dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,423.
3. Jangka Waktu berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 0.968; dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,314.
4. Jaminan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar 0.235; dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$; dan koefisien regresi sebesar 0,430.

1.2. Keterbatasan Penelitian

1. Sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada nasabah debitur yang ada di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran, akan lebih baik jika sampel yang diambil meliputi seluruh nasabah yang mengambil kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.
2. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh kualitas pelayanan, suku bunga, jangka waktu dan jaminan terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Masih ada faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan konsumen, misalnya motivasi konsumen, faktor keluarga, faktor lingkungan lokasi bank, dan promosi marketing.

1.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran
 - a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat beberapa responden yang menilai variabel kualitas pelayanan pada kategori rendah (13,40%) oleh karena itu, PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar mudah konsumen merasa nyaman dan pengajuan kredit yang diajukan tidak memakan waktu, sehingga akan tercipta kualitas pelayanan yang positif di masyarakat dan konsumen.

- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat beberapa responden yang menilai variabel suku bunga dalam kategori rendah (10,31%), oleh karena itu, PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran disarankan untuk mengkaji ulang terhadap kebijakan suku bunga yang diberikan kepada konsumen dengan cara menyeimbangkan besarnya suku bunga dengan program kredit, sehingga konsumen atau nasabah calon debitur tertarik untuk melakukan keputusan kredit.
 - c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat beberapa responden yang menilai variabel jangka waktu dalam kategori rendah (16,49%), oleh karena itu, PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran disarankan untuk menetapkan jangka waktu dengan kebutuhan konsumen dan calon debitur sehingga konsumen akan tertarik untuk mengambil keputusan kredit.
 - d. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat beberapa responden yang menilai variabel jaminan dalam kategori rendah (10,31%), oleh karena itu, PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran disarankan untuk tidak mempersulit konsumen dengan masalah agunan atau jaminan bank, bahkan misal seorang konsumen dinilai sesuai dengan *fit and properties* layak mendapat kredit tidak perlu ada jaminan sehingga calon debitur atau konsumen akan tertarik untuk mengambil keputusan kredit.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti pengaruh kualitas pelayanan, suku bunga, jangka waktu dan jaminan terhadap pengambilan keputusan konsumen, misalnya melalui

wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi daripada angket yang jawabannya telah tersedia.



BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1. Identifikasi Variabel

Agar pelaksanaan mengarah pada pencapaian tujuan penelitian, dalam identifikasi variabel terdapat dua kategori variabel penelitian yaitu :

a. Variabel terikat atau *Dependent Variabel* (Y).

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:59). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu keputusan kredit di PT. Bank ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran (Variabel Y).

b. Variabel bebas atau *Independent Variabel* (X).

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat) (Sugiyono, 2012:59). Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari empat (4) variabel yaitu kualitas pelayanan (variabel X₁), suku bunga (variabel X₂), jangka waktu (variabel X₃) dan jaminan (variabel X₄).

3.1.2. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:59) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Agar penelitian

ini menjadi terarah, variabel-variabel yang digunakan dibedakan menjadi dependent variabel dan independent variabel:

a. Independent Variabel

Variabel bebas (independent Variabel) dalam penelitian ini terdiri dari:

1) Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan ini adalah meningkatkan penjualan produk kredit, dengan memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen yang mengajukan kredit dan nasabah kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Indikator pada variabel kualitas pelayanan didasarkan kesimpulan pada halaman sembilan belas (19) meliputi:

- a) Kualitas pelayanan yang sesuai dengan informasi produk kredit
- b) Kualitas pelayanan dengan konsultasi produk kredit.
- c) Kualitas pelayanan dengan sistem membedakan nasabah baru dan nasabah lama.

2) Suku Bunga (X_2)

Suku bunga kredit merupakan harga dari meminjam uang untuk menggunakan daya belinya dan biasanya dinyatakan dalam persen (%) (Kasmir, 2008:65). Indikator pada Variabel suku bunga didasarkan pada kesimpulan halaman dua puluh (19) meliputi :

- a) **Bunga tetap** (*Fixed Interest*),
- b) **Bunga mengambang** (*Floating Interest*),
- c) **Bunga flat** (*Flat Interest*),
- d) **Bunga efektif** (*Effective Interest*),

e) **Bunga anuitas** (*Annuity Interest*)

3) Jangka Waktu (X_3)

Jangka waktu kredit adalah *term* yaitu jangka waktu jatuh tempo [pinjaman](#) yang ditunjukkan dalam bulan atau tahun; jatuh tempo pinjaman. Indikator pada variabel jangka waktu kredit mengacu pada kesimpulan halaman dua puluh satu (20) antara lain:

- a) Jangka waktu pendek.
- b) Jangka waktu menengah.
- c) Jangka waktu panjang.

4) Jaminan (X_4)

Jaminan adalah suatu keyakinan bank atas kesanggupan debitur PT. Bank ADY Banyuwangi Cabang Pesanggaran untuk melunasi kredit sesuai dengan perjanjian. Indikator pada variabel jaminan didasarkan pada kesimpulan halaman dua puluh dua (21) antara lain :

- a) Jaminan perorangan.
- b) Jaminan kebendaan.

b. Dependent Variabel

Variabel bebas (*dependent variabel*) dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen untuk kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Indikator dari variabel bebas dalam penelitian ini merujuk pada halaman sebelas (11) yaitu :

- 1) *Economic view* (pandangan ekonomis), yaitu konsumen digolongkan sebagai seorang yang membuat keputusan.

- 2) *Passive view* (pandangan pasif), yaitu konsumen yang digambarkan sebagai konsumen patuh terhadap keinginan dan promosi dari pemasar.
- 3) *Emotional view* (pandangan emosional), yaitu konsumen yang pada saat melakukan pembelian cenderung memperhatikan dan mencari informasi dengan memperhatikan perasaan dan suasana hatinya.

3.2. Rancangan Penelitian dan Sumber Data

3.2.1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian menunjukkan kegiatan yang dilakukan oleh peneliti mulai dari perumusan hipotesis sampai pada analisis data. Penelitian ini merupakan metode penelitian *survey* yaitu suatu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan mengandalkan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Dengan demikian penelitian ini dikategorikan sebagai *explanatory research*, yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel dalam penelitian.

3.2.2. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer, menurut Tjiptono (2008:68) Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Dalam hal ini data primer tersebut berupa hasil pengisian daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden yang telah menjadi debitur di PT. Bank ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran yang ditemui di lokasi penelitian.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:94) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dapat berisi data besar sekali jumlahnya, yang mengakibatkan tidak mungkin atau sulit dilakukan pengkajian terhadap seluruh data tersebut, sehingga pengkajian hanya terhadap sampel saja.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang sudah kredit di PT. Bank ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Berdasarkan laporan Akhir Tahun PT. Bank ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran jumlah nasabah yang kredit pada tahun 2016 sebanyak 2.580 orang atau rata-rata perbulan sebanyak 215 orang. Karena jumlah populasi yang diambil terlalu besar atau banyak, maka penelitian ini hanya mengambil sebagian saja dari keseluruhan populasi (sampel).

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:84) sampel adalah sebagian untuk di ambil dari keseluruhan obyek yang di teliti dan di anggap mewakili seluruh populasi. sampel diartikan sebagai bagian obyek populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik yang diambil sebagai obyek penelitian. Metode Pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Yang dimaksud *Purposive Sampling* adalah pemilihan sampel secara acak dengan syarat bahwa nasabah tersebut sudah mengambil kredit di PT. Bank ADY Banyuwangi Cabang Pesanggaran.

Menurut Supranto (2001:115) jika jumlah populasi belum diketahui maka sampel dapat dihitung dengan rumus *estimasi proporsi* sebagai berikut :

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{Z^2 / 2}{E} \right]^2$$

n = jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh

Z = angka yang menunjukkan penyimpangan nilai varians dari mean

E = kesalahan maksimal yang mungkin dialami

= tingkat kesalahan data yang dapat ditoleransi oleh peneliti

Bila tingkat kepercayaan 95 %, artinya peneliti meyakini kesalahan duga sampel hanya sebesar 5% (=5%) serta batas error sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolerir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden maka besarnya sampel minimum adalah:

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{0,05 / 2}{0,1} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[\frac{1,96^2}{0,1} \right]$$

$$n = \frac{1}{4} [19,6]^2$$

$$n = \frac{1}{4} [384,16] = 97,04 = 97 \text{ responden}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 97,04 sampel dengan pembulatan menjadi 97 responden, yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi.

3.4. Teknik Analisis Deskriptif Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini melalui dua tahap, yaitu persiapan penelitian dan penelitian pokok.

1. Persiapan Penelitian

Persiapan penelitian ini dilakukan dengan cara studi kepustakaan, yaitu dengan membaca buku-buku, literatur-literatur yang ada kaitannya dengan masalah penelitian.

2. Penelitian Pokok

Pada penelitian pokok ini akan dilakukan dengan cara menyebar kuesioner, yaitu dengan mengajukan dan menyerahkan daftar pertanyaan yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti kepada responden (nasabah kredit di PT. Bank ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran).

Dalam penelitian ini instrument pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner (angket). Teknik angket merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada responden mengenai pengambilan keputusan kredit di PT. Bank ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran. Dalam penelitian ini, digunakan daftar pertanyaan bersifat tertutup.

Dalam kuesioner ini terdapat dua bagian, yaitu :

- a. Bagian I : Mengenai data responden yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan lama menjadi nasabah pada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.
- b. Bagian II : Mengenai daftar pertanyaan yang akan di isi oleh responden.

3.4.2. Pengukuran dan Penskala

Menurut Sugiyono (2012:86) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner, peneliti menggunakan metode skala Likert (Likert's Summated Ratings). Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala Ordinal dengan menggunakan pengukuran skala Likert dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jawaban a (sangat setuju) diberi nilai 5
- 2) Jawaban b (setuju) diberi nilai 4
- 3) Jawaban c (kurang setuju) diberi nilai 3
- 4) Jawaban d (tidak setuju) diberi nilai 2
- 5) Jawaban e (sangat tidak setuju) diberi nilai 1

Instrumen penelitian (kuesioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuisisioner perlu dilakukan pengujian atau kuisisioner dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Validitas dan reliabilitas ini bertujuan untuk menguji apakah kuisisioner yang disebarkan untuk mendapatkan data penelitian adalah valid dan reliabel. Oleh karena itu peneliti akan melakukan kedua uji ini terhadap instrument penelitian (kuesioner).

3.4.3. Analisis Deskriptif Data

Sugiyono (2008:142) mengatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan obyek yang diteliti melalui sampel atau populasi sebagaimana

adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Terdapat tiga hal yang disajikan dalam analisis deskriptif yang meliputi:

1. Analisis mengenai karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan lama menjadi nasabah di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.
2. Data ini kemudian diolah menggunakan analisis *deskripsi statistic* sehingga diperoleh nilai maksimal, nilai minimal, nilai *mean* (Me), dan *Standar Deviasi* (SD).
3. Analisis ini juga menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan. Pada bagian ini penyusun akan menganalisa data tersebut satu persatu yang didasarkan jawaban responden yang dihimpun berdasarkan koesioner yang telah diisi oleh responden selama penelitian berlangsung.

Adapun berdasarkan kriteria yang dipakai pada kategori jawaban responden, maka untuk lebih memudahkan digunakan 3 kategori yaitu: tinggi, sedang, dan rendah. Cara pengkategorian data berdasarkan rumus dari Saifuddin Azwar, (2009:108) adalah sebagai berikut :

- a. Tinggi : $X \geq M + SD$
- b. Sedang : $M - SD < X < M + SD$
- c. Rendah : $X < M - SD$

3.5. Uji Instrumen Data

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Ghozali (2013:53).

Menurut Ghozali (2013: 59), mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam ini n adalah jumlah sampel. Jadi df yang digunakan adalah $50-2 = 48$ dengan alpha sebesar 5% maka menghasilkan nilai r tabel (uji dua sisi) sebesar 0.278 dengan ketentuan :

- 1) Hasil r hitung $>$ r tabel (0.278) = valid
- 2) Hasil r hitung $<$ r tabel (0.278) = tidak valid

Jika r hitung (tiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan Indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013:47).

Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabelkah dilakukan pengujian

reliabilitas kuesioner dengan bantuan komputer program SPSS. Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah :

- 1) Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut reliable.
- 2) Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

3.6.Uji Asumsi Klasik

3.6.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160) mengemukakan bahwa : “ Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar penambil keputusan (Ghozali, 2013:163) :

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuh asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov jika hasil angka signifikansi (Sig) lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

3.6.2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139) uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2013:139) model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika p value > 0,05 tidak signifikan berarti tidak terjadi heteroskedastisitas artinya model regresi lolos uji heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

3.7. Analisis Variabel Penelitian

3.7.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh harga, desain fitur dan merek terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple regression analysis*). Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga

menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2013:96). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistic *SPSS 16 for windows 7* untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut di interpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah dilakukan analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian.

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada analisis regresi linier berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah pengambilan keputusan kredit di PT. Bank ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran, sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah pengaruh kualitas pelayanan, suku bunga, jangka waktu dan jaminan. Model hubungan pengambilan keputusan kredit dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$Y = c + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y	: Keputusan Pembelian
c	: Konstanta
b ₁ ,b ₂ ,b ₃ ,b ₄	: Koefisien
X ₁	: Kualitas pelayanan
X ₂	: Suku bunga
X ₃	: Jangka waktu
X ₄	: Jaminan
e	: error

Sumber : Ghozali, 2013:96 (Rumus diolah berdasarkan penelitian tahun 2017)

3.7.2. Koefisien Determinasi Berganda

Menurut Ghozali (2013:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi adalah jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel independen. Oleh karena itu, banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti nilai R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

3.8. Uji Hipotesis

3.8.1. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2013:98), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Salah satu cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan baik kritis menurut tabel. Sedangkan menurut Sugiyono (2012:194) uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji

masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha = 0,05$. Maka cara yang dilakukan adalah :

1. Bila (P-Value) $< 0,05$ artinya variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.
2. Bila (P-Value) $> 0,05$ artinya variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

Formulasi hipotesis uji t :

1. Hipotesis ditolak (H_0) : $b_i = 0, i = x_1, x_2, x_3, x_4$

Tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X_1), suku bunga (X_2), jangka waktu (X_3) dan jaminan (X_4) terhadap variabel terikat pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran (Y).

2. Hipotesis diterima (H_a) : $b_i \neq 0, i = x_1, x_2, x_3, x_4$

Ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X_1), suku bunga (X_2), jangka waktu (X_3) dan jaminan (X_4) terhadap variabel terikat pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran (Y).

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

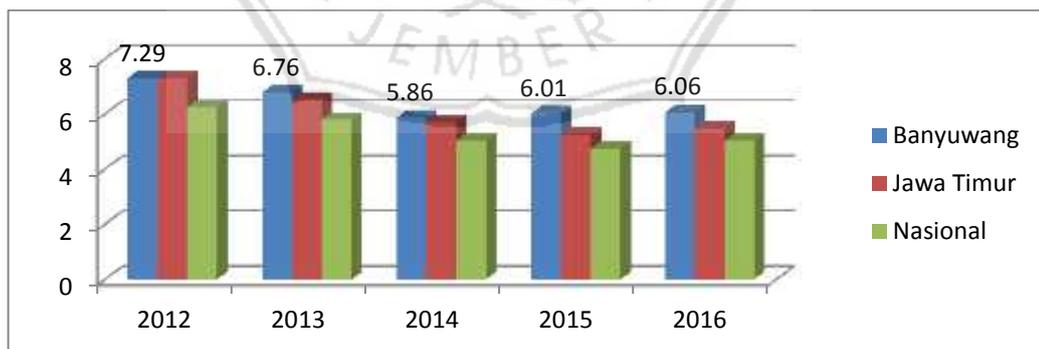
Industri perbankan yang semakin berkembang di Indonesia tidak menuntut kemungkinan terjadinya persaingan yang semakin kompetitif, bukan hanya di antara bank pemerintah tetapi juga swasta dan bank asing yang berada dan beroperasi di Indonesia. Menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (BI, UU. No. 10 Th:1998 Pasal:1 Ayat:2). Bank dilihat dari bidang usahanya terbagi menjadi beberapa bagian dengan melihat dari segi fungsi bank tersebut.

Bank mempunyai fungsi sebagai lembaga intermediary yaitu suatu lembaga yang tugasnya mengumpulkan dana dari masyarakat (*funding*) dan menyalurkan kembali kepada masyarakat (*lending*), serta memberikan pelayanan jasa keuangan (*financial services*). Produk dana (*funding*) di antaranya tabungan, giro, deposito, dan untuk produk kredit (*lending*) di antaranya fasilitas kredit kepemilikan rumah, kredit modal usaha, kredit kepemilikan mobil, kredit tanpa agunan, dan kartu kredit (Suhardi, 2003:12). Industri perbankan memiliki produk dan jasa keuangan yang sama secara umum untuk dapat bersaing dan menguasai pasar. Kompetisi yang semakin ketat tersebut menuntut bank untuk

selalu melakukan pengembangan layanan dan produknya agar mendapat pangsa pasar serta dapat bertahan di dalam industri perbankan.

Sektor perbankan di kabupaten Banyuwangi telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan, hal ini dibuktikan dengan Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi pada tahun 2014 mengalami pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan yaitu sebesar 5,86 persen Kemudian pada 2016 naik ke angka 6,06. Dengan tumbuhnya perekonomian yang semakin bergairah dan berkesinambungan akan menjadi daya tarik bagi investor untuk menanamkan sahamnya, khususnya di sektor pertanian, perdagangan, hotel dan restoran, demikian juga pada sektor industri pengolahan, bank dan lembaga keuangan (Pemkab Banyuwangi, 2017:27). Tingkat pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 sebagaimana gambar berikut ini.

Gambar. 1. Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Banyuwangi



Sumber: BPS Kabupaten Banyuwangi (data diolah)

Kompetitifnya dan persaingan nasabah kredit, didukung pula oleh perkembangan dan pertumbuhan bidang usaha yang ada di kabupaten Banyuwangi. Bidang usaha baik skala menengah (*medium*), skala kecil (*mikro*) yang

keseluruhannya membutuhkan dana, maka tidak lepas dari sistem perbankan. Bupati Banyuwangi mengemukakan, dalam mendorong dan mempercepat lajunya pertumbuhan usaha di Banyuwangi adalah dengan cara penyaluran kredit melalui bank, terbukti masyarakat tertib melakukan angsuran dan efektif meningkatkan outstanding kredit medium dan mikro sehingga bisa tumbuh sebesar 34 persen rata-rata per-tahun. Berdasarkan data resmi Bank Indonesia (BI), penyaluran kredit di Banyuwangi pada 2015 mencapai Rp 8,93 triliun. Maka secara kumulatif, penyaluran kredit di Banyuwangi tumbuh 171,43 persen atau rata-rata 34,82 persen per tahun (www.merdeka.com/peristiwa/...html).

Tabel. 1
Kebutuhan Dana Bidang Usaha Menengah dan Mikro
di Kabupaten Banyuwangi dari Tahun 2015-2016

Tahun	Jenis Usaha	Kebutuhan Dana (dalam triliun)	Jumlah (dalam triliun)	Prosentase
2015	Skala Menengah	1,97	5,89	34%
	Skala Kecil	3,92		
2016	Skala Menengah	2,97	8,93	
	Skala Kecil	5,96		

Sumber : <https://banyuwangikab.go.id/kependudukan-dan-naker>

Melihat peluang kompetensi yang ada guna turut mengembangkan bidang usaha menuntut bank-bank tersebut berlomba-lomba menawarkan produk terbaik mereka. Selain itu, dalam *Overview Indonesian Banking Industry* oleh *Markplus Consulting* tahun 2016 mengenai perkembangan dan persaingan pasar perbankan di Indonesia, dengan nilai pertumbuhan aset sebesar 15,5% sektor perbankan masih menjadi industri yang menarik bagi para pemain. Para pemain semakin aktif menarik dana pihak ketiga dari nasabah terutama dalam menyalurkan kredit. Persaingan bank di sektor kredit ini semakin lama semakin sulit. Nasabah saat ini

cenderung semakin tidak loyal terhadap bank, terutama di sektor kredit konsumsi di mana penawaran terbaik dinilai berdasarkan nilai bunga kredit yang diberikan oleh bank. Hal ini menyebabkan bank harus berlomba-lomba untuk menurunkan tingkat bunga kreditnya (<http://www.bi.go.id/en/statistik/perbankan/indonesia>).

Menurut Subagyo (2010:13) berpendapat bahwa loyalitas nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh nasabah. Persaingan harga yang terjadi antar bank membuat nasabah semakin selektif dan rasional dalam memilih bank. Analisis pada atribut-atribut yang membentuk loyalitas nasabah, atribut-atribut yang bersifat transaksional memiliki bobot yang cenderung tinggi dan semakin meningkat. Untuk produk tabungan atribut transaksional ini berkaitan dengan kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam melakukan penyimpanan uang maupun transaksi sehari-hari di bank yang menjadi tujuannya.

Persaingan yang sangat ketat dalam industri perbankan mengharuskan bank membuat produk yang dapat menarik minat konsumen untuk melakukan kredit. Menurut Kotler (2012:248) produk adalah sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Penting untuk mengetahui manfaat yang dapat diberikan oleh suatu produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen yaitu dengan atribut produk. Menurut Kotler (2012:254) atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa yang melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan.

Nasabah pada saat ini lebih selektif dalam memilih bank mana yang akan dijadikan sebagai pembantu pengembang usaha mereka, selain melihat dari sisi kemudahan dalam proses pengambilan kredit, merekapun melihat atribut produk dari segi suku bunga kredit, jangka waktu kredit, plafond dan jaminan guna untuk mengetahui kebutuhan kredit nasabah tersebut benar-benar sesuai dengan kebutuhan mereka atau tidak. Seperti halnya PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran telah memberikan fasilitas-fasilitas yang menarik untuk para nasabahnya dalam hal kredit dan tabungan, agar para nasabah tersebut merasa nyaman dalam bekerja sama dengan PT. BPR ADY Banyuwangi.

Berdasarkan hasil laporan akhir tahun 2016, langkah konkrit yang telah dilakukan adalah meningkatkan fasilitas kepada para nasabah dengan membuka kantor-kantor pelayanan yang lebih dekat dengan masyarakat, membuka mobil kas keliling dan memberikan suku bunga kredit yang ringan, proses yang cepat dan tabungan harian yang di datangi petugas setiap hari, tabungan hari raya yang memberikan undian-undian menarik. Dalam hal ini untuk menarik minat masyarakat untuk bergabung dan berkerja sama dengan PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dan untuk menghadapi para pesaing yang semakin banyak. Berikut data nasabah kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2016.

Tabel. 2
Data Jumlah Nasabah Kredit

Tahun	Jumlah Nasabah Kredit	Prosentase Peningkatan (%)
2013	1920	
2014	2160	11.11
2015	2280	5.26
2016	2580	11.63

Sumber : Laporan Tahunan PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran

Dari tabel. 2 di atas dapat diketahui jumlah nasabah kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dari tahun ke tahun meningkat pada tahun 2013 rata-rata nasabah kredit perbulan sebanyak 160 orang, tahun 2014 sebanyak 180 orang perbulan atau meningkat 11,11%, pada tahun 2015 sebanyak 190 orang perbulan atau meningkat 5,26% dan pada tahun 2016 sebanyak 215 orang perbulan atau meningkat 11,63%.

Permasalahn yang muncul adalah bagaimana mempertahankan nasabah yang loyal kepada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran supaya mampu bersaing dengan BUMN atau BPR Swasta yang lainnya. Tidak mudah dalam menciptakan nasabah agar loyal, maupun menjadikan nasabah yang sudah ada tetap loyal kepada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran, dikarenakan loyalitas merupakan perilaku nasabah dalam melakukan pengambilan keputusan terhadap produk perusahaan. Nasabah yang loyal dan akan menjadi *Customer Based* yang baik, setidaknya akan melakukan transaksi dengan berulang-ulang dan juga akan menggunakan produk yang lain.

Dengan mengetahui pentingnya atribut-atribut produk yang terdiri dari kualitas pelayanan, tingkat suku bunga, jangka waktu dan jaminan yang diharapkan oleh nasabah di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran dalam meningkatkan jumlah nasabah kredit dan meningkatkan loyalitas nasabah dalam pengambilan keputusan kredit, maka fenomena ini sangat menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan Masalah adalah usaha untuk menyatakan secara tersurat pertanyaan penelitian apa saja yang perlu dijawab atau dicarikan jalan pemecahan masalahnya (Sugiyono, 2015:34). Bertitik tolak dari latar belakang di atas, tentang pentingnya pengaruh atribut produk dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran maka penelitian dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut.

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran ?
- b. Apakah tingkat suku bunga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran ?
- c. Apakah jangka waktu berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran ?
- d. Apakah jaminan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

- b. Untuk menganalisis variabel tingkat suku bunga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.
- c. Untuk menganalisis variabel jangka waktu berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.
- d. Untuk menganalisis variabel jaminan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Obyek yang diteliti (PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran)

Sebagai bahan masukan dalam rangka melakukan evaluasi terhadap program perbankan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, tingkat suku bunga, jangka waktu dan jaminan, sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan di masa yang akan datang.

- b. Bagi Pihak Lain/Almamater

Menambah referensi bagi peneliti lain sehingga menambah wawasan tentang pengaruh kualitas pelayanan, tingkat suku bunga, jangka waktu dan jaminan terhadap keputusan konsumen dalam pengambilan kredit di PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran.