



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KREDIT
(Study Kasus Pada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran)**

SKRIPSI

Oleh :

ARIF SAIFUDIN
NIM : 1310412024

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
OKTOBER 2018**



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KREDIT
(Study Kasus Pada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
Dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh :

**ARIF SAIFUDIN
NIM : 131.041.2024**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
OKTOBER 2018**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ARIF SAIFUDIN

NIM : 1310412024

Prodi : Manajemen Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya tulis ilmiah berupa Skripsi yang berjudul : **Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit (Study Kasus Pada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran)** adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Banyuwangi, 25 Oktober 2018
Yang Menyatakan

ARIF SAIFUDIN
NIM. 1310412024



**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KREDIT
(Study Kasus Pada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran)**

Oleh :

ARIF SAIFUDIN
NIM : 1310412024

Pembimbing,

Dosen Pembimbing Utama :

Dr. Toni Herlambang, MM
NPK . 06.03.425

Ttd. :

Dosen Pembimbing Pendamping :

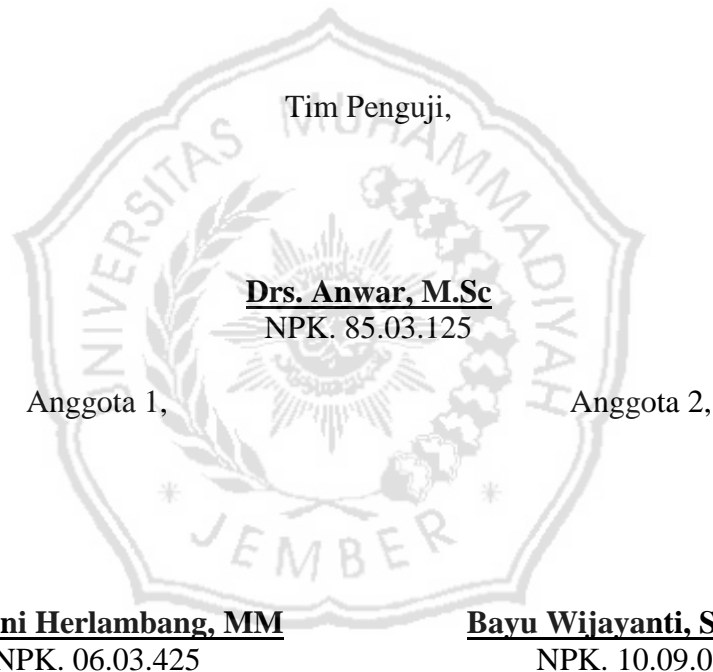
Bayu Wijayanti, SE, MM
NPK . 10.09.061

Ttd. :

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : **Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit (Study Kasus Pada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran)**, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 25 Oktober 2018
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember



Mengesahkan,
Dekan, Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si
NPK. 01.09.289

Drs. Anwar, M.Sc.
NPK. 85.03.125

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tuaku tercinta yang telah mendoakan, mendidik, mencurahkan cinta kasihnya serta pengorbanan yang tiada terbalaskan oleh apapun selama ini.
2. Seluruh teman dilingkungan kerja PT. BPR. ADY Banyuwangi cabang Pesanggaran yang telah memberikan motivasi untuk kemudahan dan selesainya penulisan skripsi ini.
3. Almamater yang kebanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
4. Seluruh teman angkatan 2013.
5. Terima kasih seluruh pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dari awal sampai terselesaikannya skripsi ini.

MOTTO

“Mulia dengan ilmu,

Bermartabat dengan Akhlak

Terhormat dengan amal”

(Habibie Arrahman)



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Shalawat dan salam semoga dicurahkan kepada junjungan nabi kita nabi Muhammad SAW, para sahabat, para tabi'in dan para penerus perjuangan mereka.

Atas karunia dan nikmat yang berlimpah ruah dari Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan laporan ini yang berjudul “: **Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit (Study Kasus Pada PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran),**” untuk diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, pemberian motivasi dari semua pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bapak Drs. Anwar, M.Sc sebagai ketua program studi sekaligus dosen penguji Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan saran, membimbing dan mempermudah Proses pengajuan skripsi.
3. Dr. Toni Herlambang, MM Selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bayu

Wijayanti, SE, MM selaku Pembimbing 2, yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Orang Tua yang telah memberikan do'anya kepada penulis.
6. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2013 yang telah memberikan support kepada penulis.

Hanya kepada Allah jua-lah segalanya dikembalikan, teriring do'a, semoga bantuan dari berbagai pihak dimaksud dijadikan amal shaleh yang mendapat pahala berlipat ganda di sisinya. Amin.

“Tiada gading yang tak retak”, demikian kata pepatah. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun, amat dinantikan, dan akhirnya kepada Allah jua-lah segala kelemahan dan kekurangan penulis berserah diri. “Semoga Allah SWT, senantiasa membuka pintu magfirah-Nya, dan mudah-mudahan skripsi ini ada manfaatnya. Amin.

Banyuwangi, 25 Oktober 2018

Arif Saifudin

NIM. 131.041.2024

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN SAMBUNG DALAM	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
PENGESAHAN PENGUJI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1.3.1. Tujuan Penelitian	7
1.3.2. Kegunaan Penelitian	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori Pemasaran	9
2.1.1. Pengertian Pemasaran	9
2.1.2. Strategi Pemasaran	10
2.1.3. Pemasaran Kredit	11
2.2. Prilaku dan Keputusan Konsumen	12
2.2.1. Prilaku Konsumen	12

2.2.1.1. Keputusan Konsumen	13
2.2.1.2. Model Pengambilan Keputusan Konsumen	14
2.3. Pengertian Bank dan Kredit	14
2.3.1. Pengertian Bank dan Jenis Bank	14
2.3.2. Pengertian Kredit	16
2.4. Teori tentang Produk dan Atribut Produk	19
2.4.1. Pengertian Atribut Produk	19
2.4.1.1. Tingkatan Produk	20
2.4.1.2. Klasifikasi Produk	21
2.4.1.3. Pengertian Atribut Produk	21
2.4.1.4. Unsur-Unsur Atribut Produk	22
2.5. Penelitian Terdahulu	28
2.6. Kerangka Konseptual	29
2.7. Hipotesis Penelitian	30
2.7.1. Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen.....	31
2.7.2. Pengaruh Suku Bunga terhadap Keputusan Konsumen	31
2.7.3. Pengaruh Jangka Waktu terhadap Keputusan Konsumen	32
2.7.4. Pengaruh Jaminan terhadap Keputusan Konsumen.....	33
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	34
3.1.1. Identifikasi Variabel	34
3.1.2. Definisi Operasional Variabel	34
3.2. Rancangan Penelitian dan Sumber Data	37
3.2.1. Rancangan Penelitian	37
3.2.2. Jenis dan Sumber Data	37
3.3. Populasi dan Sampel	38
3.3.1. Populasi	38
3.3.2. Sampel	38
3.4. Teknik Analisis Deskriptif data	40
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data	40

3.4.2. Pengukuran Dan penskalaan	41
3.4.3. Teknik Deskriptif Data	41
3.5. Uji Instrumen Data	42
3.5.1. Uji Validitas	43
3.5.2. Uji Reliabilitas	43
3.6. Uji Asumsi Klasik	44
3.6.1. Uji Normalitas	44
3.6.2. Uji Heteroskedastisitas	44
3.7. Analisis Variabel Penelitian	45
3.7.1. Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.7.2. Koefisien Determinasi Berganda	47
3.8. Uji Hipotesis	47
3.8.1. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	47
BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Penyajian Data	48
4.1.1. Gambaran Objek Penelitian	48
4.1.2. Visi dan Misi	51
4.1.3. Produk Kredit PT. BPR ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran	52
4.2. Deskripsi Data Penelitian	53
4.2.1. Deskripsi karakteristik Responden	53
4.2.2. Deskripsi Kategori Variabel	57
4.3. Uji Instrumen Data	61
4.3.1. Uji Validitas	61
4.3.1. Uji Reliabilitas	63
4.4. Uji Asumsi Klasik	64
4.4.1. Uji Normalitas	64
4.4.2. Uji Heteroskedastisitas	65
4.5. Analisis Variabel Penelitian	66
4.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	66
4.5.2. Analisis Determinasi Berganda	67

4.6. Uji Hipotesis	68
4.6.1. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)	68
4.7. Pembahasan	69
4.7.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran	70
4.7.2. Pengaruh Suku Bunga terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran	72
4.7.3. Pengaruh Jangka Waktu terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran	73
4.7.4. Pengaruh Jaminan terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pengambilan Kredit di PT. BPR. ADY Banyuwangi Cab. Pesanggaran	75
BAB 5 PENUTUP	78
5.1. Simpulan	78
5.2. Keterbatasan Penelitian	79
5.3. Saran	79
 DAFTAR PUSTAKA	 82
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 1	Kebutuhan Dana Bidang Usaha Menengah dan Mikro di Kabupaten Banyuwangi dari Tahun 2015-2016	3
Tabel 2	Data Jumlah Nasabah Kredit	5
Tabel 3	Riset Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 8	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Nasabah	56
Tabel 9	Kategorisasi Variabel Kualitas Pelayanan	57
Tabel 10	Kategorisasi Variabel Suku Bunga	58
Tabel 11	Kategorisasi Variabel Jangka Waktu	59
Tabel 12	Kategorisasi Variabel Jaminan	60
Tabel 13	Kategorisasi Variabel Keputusan Konsumen	61
Tabel 14	Hasil Uji Validitas Kuliatas Pelayanan	62
Tabel 15	Hasil Uji Validitas Suku Bunga	62
Tabel 16	Hasil Uji Validitas Jangka Waktu	62
Tabel 17	Hasil Uji Validitas Jaminan	63
Tabel 18	Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen	63
Tabel 19	Hasil Pengukuran Reliabilitas Variabel	64
Tabel 20	Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 21	Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 22	Rangkuman Hasil Analisis Regresi Berganda	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar 1	Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Banyuwangi	2
Gambar 2	Kerangka Konseptual	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Permohonan Responden	85
Lampiran 2	Lembar Kuesioner	86
Lampiran 3	Data Karakteristik Responden	90
Lampiran 4	Data Kategori Variabel	94
Lampiran 5	Uji Validitas	99
Lampiran 6	Uji Reliabilitas	102
Lampiran 7	Uji Normalitas	105
Lampiran 8	Uji Heteroskedastisitas	108
Lampiran 9	Uji Linier Berganda dan Korelasi Determinan	111

DAFTAR PUSTAKA

- Badrulzaman, Mariam Darus, 2003. *Perjanjian Kredit Bank*, Alumni: Bandung,
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, UNDIP. Semarang.
- Ginting, Ganjang Arihta. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Permintaan Kredit pada PT Bank Tabungan Negara Cabang Medan (versi elektronik)*. Jurnal Manajemen Bisnis Volume 1, Nomor 2 Mei 2013 ISSN: 1978-8339.
- Kasmir. 2008. *Manajemen Perbankan*. edisi Revisi. Raja Wali Press: Jakarta.
- Khalwaty, Tajul. 2000. *Inflasi dan Solusinya*, cetakan pertama. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Pemkab Banyuwangi. 2017. *Rencana Kerja Pembangunan Daerah Pemerintah Kabupaten Banyuwangi Tahun 2017*. Pemkab Banyuwangi, Banyuwangi.
- Rangkuri, Freddy, 2010. *Analisis SWOT, Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rahman, Taupik. 2017. *Pengaruh Suku Bunga, Kualitas Layanan, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Meminjam Kredit Usaha Rakyat di Bank BRI Krian, Sidoarjo*. <https://scholar.google.com>
- Schiffman, L. G., dan Kanuk L. L. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Sugiyono. 2012. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Suhardi, G. (2003) *Usaha perbankan dalam perspektif Hukum*. Cetakan V. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing In Business*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Suhardjono, 2003, Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan Menengah, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Simamora, Bilson. (2001). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Edisi pertama. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Supranto. J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Pertama. PT. Rineka Cipta : Jakarta.

Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 23/69/KEP/DIR tanggal 28 Februari 1991. (http://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/lt528daace6274c/node/9/surat-keputusan-direksi-bank-indonesia-no-23_69_kep_dir-tahun-1991-jaminan-pemberian-kredit). Diakses 17 Oktober 2017

Sutarno, 2003, *Aspek-aspek Hukum Perkreditan Pada Bank*, Alfabeta, Jakarta,

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi ke 3*. Yogyakarta: Andi.

Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992. Tentang perbankan (<http://www.hukumonline.com/pusatdata/detail/843/node/30/uu-no-7-tahun-1992-perbankan>). Diakses 16 Oktober 2017

Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. <http://www.hukumonline.com>. Diakses 16 Oktober 2017

Yunny, Novia Aminati. 2015. *Pengaruh Atribut Produk Dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Motivasi Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Kudus Menggunakan Shar-E, Semarang*, Skripsi Dipublikasikan Pada Digital Library Program Studi Ekonomi Islam pada Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.

Internet :

<https://www.banyuwangikab.go.id/kependudukan-dan-naker.html>. Diakses pada 16 Oktober 2017.

<http://www.bi.go.id/id/publikasi/survei/harga-properti-primer/Default.aspx>
Diakses 16 Oktober 2017.

<http://www.merdeka.com/peristiwa/pertumbuhan-ekonomi-terbaik-banyuwangi-raih-government-award-2016.html>. diakses pada 16 Oktober 2017