

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 pengujian 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.