

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Dan Kepuasan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember

(Influence Of Marketing Mix and Customer Satisfaction Decision Making Credits PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Branch Jember)

Ratih Devi, Andi Sularso, dan Arie Subagio
Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ)
Jln. Kalimantan 37, Jember 68121
E-mail: ratihdevi88@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Dan Kepuasan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif pengguna layanan pengambilan kredit pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* sehingga terkumpul 60 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis path. Setelah dilakukan analisis data, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu: a). Berdasarkan hasil analisis path, variabel bauran pemasaran yang terdiri dari fasilitas kredit, pelayanan, lokasi, dan prosedur kredit berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. BRI Persero Cabang Jember. b). Berdasarkan hasil analisis path, variabel bauran pemasaran yang terdiri dari fasilitas kredit, pelayanan, lokasi, dan prosedur kredit berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. BRI Persero Cabang Jember. c.) Berdasarkan hasil analisis path, variabel keputusan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. BRI Persero Cabang Jember.

Kata kunci: bauran pemasaran, keputusan dan kepuasan

Abstract

This study aims to analyze Influence Of Marketing Mix Decision Making And Customer Satisfaction At Credit PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Branch Jember. The population of this study were all active customers credit retrieval service users at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Branch Jember. The sampling method used in this study was purposive sampling to collect 60 respondents. Data analysis methods used is the analysis of the path. After analyzing the data , some conclusions can be drawn : a). Based on the results of the path analysis , marketing mix variables consisting of credit facilities , services , location , and credit procedures directly affect significantly to the customers in making a credit decision in PT. BRI Branch Limited Jember. b). Based on the results of the path analysis , marketing mix variables consisting of credit facilities , services , location , and credit procedures directly affect significantly influence customer satisfaction in making loans to PT. BRI Branch Limited Jember. c.) Based on the results of the path analysis , decision variables significant direct effect on customer satisfaction in making loans to PT. BRI Branch Limited Jember.

Keywords : *marketing mix , decision and satisfaction*

Pendahuluan

Proses pencapaian kepuasan pelanggan dapat diciptakan dengan berbagai cara, salah satunya adalah bagaimana cara perusahaan menyusun program bauran pemasaran yang dapat menanggulangi gap kualitas jasa antara permintaan pasar dan penawaran perusahaan. Pentingnya proses penetapan bauran pemasaran oleh perusahaan ini terlihat dari besarnya pengaruh hubungan langsung antara komponen-komponen dalam bauran pemasaran dengan perilaku konsumen khususnya dalam mendukung keputusan pembelian.

Perkembangan sistem perbankan sebagai suatu lembaga keuangan di Indonesia memberikan keuntungan bagi

perekonomian Indonesia. Saat ini pangsa pasar yang sedemikian luas memberikan kemudahan ekspansi bagi pelaku bisnis pengembangan perbankan di Indonesia. Studi-studi yang membahas mengenai analisis variabel-variabel bauran pemasaran yang jadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan telah banyak dilakukan. Marketing mix (bauran pemasaran) harus selalu dapat bersifat dinamis, selalu dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal maupun internal. Faktor eksternal yaitu faktor diluar jangkauan perusahaan yang antara lain terdiri dari pesaing, teknologi, peraturan pemerintah, keadaan perekonomian, dan lingkungan sosial budaya. Sedangkan faktor internal adalah variabel-variabel yang terdapat dalam *marketing mix* yakni : *Product* (produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat),

dan *Promotion* (promosi).

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember memiliki banyak pelanggan yang mempercayakan kepentingan finansialnya. Sehingga sangat penting bagi bank tersebut untuk tetap memperhatikan bauran pemasaran agar tetap eksis. PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Cabang Jember harus mampu memberikan dan menyediakan layanan yang memuaskan konsumen, sehingga pada akhirnya mampu membentuk nilai positif di benak konsumen. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli akan lebih terpuaskan. Bentuk bauran pemasaran yang dapat disediakan oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember terdiri dari fasilitas kredit, pelayanan, lokasi dan prosedur kredit. Jika PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember telah mampu meningkatkan konsep bauran pemasaran maka akan tercipta kepuasan bagi nasabah.

Pendekatan strategi kepuasan pelanggan ini memberikan ruang yang lebih luas bagi pengembangan pelayanan dan digunakan sebagai strategi pesaing. Selanjutnya Kotler (2002: 85) menyatakan bahwa konsaumen atau pelanggan yang berbaik hati memberikan kesempatan pada perusahaan untuk melayani mereka, jika konsumen sudah tidak lagi memberikan kesempatan untuk melayani mereka maka perusahaan tidak memiliki arti.

PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember harus memiliki keunggulan yang besar terutama dalam menjalin hubungan dengan nasabahnya, mengingat begitu banyak bank di Indonesia yang bersaing untuk memberikan layanan yang terbaik bagi nasabah, mempertahankan nasabah menjadi hal yang sangat sulit untuk dilakukan. Apabila bank tidak bisa menjalin hubungan yang baik dengan nasabahnya, maka kemungkinan nasabahnya berpindah pada bank lain sangat besar.

Berdasarkan uraian tersebut maka jelas bahwa masing-masing bank saling berusaha untuk memenangkan persaingan dalam mendapatkan keputusan nasabah. Sebagai salah satu pihak yang menyediakan jasa-jasa dalam pengambilan kredit tentunya PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember telah menentukan langkah-langkah tertentu dalam menunjukkan keunggulannya sehingga nasabah dapat merasakan kepuasan dalam mengambil keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Dan Kepuasan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember.

Metode Penelitian

Rancangan atau Desain Penelitian

Rancangan penelitian merupakan suatu rencana-rencana yang dibuat oleh penelitian untuk memecahkan masalah, sehingga akan diperoleh data yang sesuai dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2006:12). Penelitian ini tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan dan

kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember, yang merupakan studi empiris menggunakan data sekunder dari instansi dan data primer dari responden yakni nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember, penelitian ini menjelaskan hubungan searah dan menguji keterkaitan antara variabel bebas (X), variabel intervensi (Z), dan variabel terikat (Y).

Penelitian ini, dapat diklarifikasikan sebagai eksplanatory research yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan suatu variabel dengan variabel lain dan menguji keterkaitan antara beberapa variabel melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 2006:256). Unit analisis dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT. BRI Cabang Jember. Yaitu semua nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuisioner untuk mengetahui tanggapan (persepsi) nasabah.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif pengguna layanan pengambilan kredit pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember. Dari populasi yang diambil akan menjadi responden dalam penelitian ini. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono (2008:122) purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dilakukan dengan cara mengambil orang-orang yang terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel itu untuk dijadikan responden. Adapun syarat-syarat yang ditentukan bagi para responden antara lain:

1. Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember
2. Kelompok nasabah BRI yang mengambil kredit
3. Nasabah berumur minimal 20 tahun

Berdasarkan hal tersebut, maka ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak $10 \times 6 = 60$ responden yang mengambil kredit, dan juga merupakan ukuran sampel yang cukup representative untuk mewakili seluruh populasi

Metode Analisis Data

Analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linier ganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel X terhadap Z serta dampaknya terhadap Y." analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung".

Hasil Penelitian

Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan dan kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember. Masing-masing jalur yang diuji mewakili hipotesis yang ada dalam penelitian ini. Hasil pengujian koefisien jalur pengaruh langsung disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Koefisien Jalur Pengaruh Langsung

Variabel Independen	Variabel Dependen	Koef Standar	Sig	Keterangan
Fasilitas kredit (X1)	Keputusan (Z)	0,664	0,026	Signifikan
Pelayanan (X2)		1,182	0,017	Signifikan
Lokasi (X3)		1,112	0,018	Signifikan
Prosedur kredit (X4)		0,623	0,042	Signifikan
Fasilitas kredit (X1)	Kepuasan (Y)	0,683	0,046	Signifikan
Pelayanan (X2)		0,887	0,009	Signifikan
Lokasi (X3)		0,683	0,031	Signifikan
Prosedur kredit (X4)		0,478	0,020	Signifikan
Keputusan (Z)		0,252	0,005	Signifikan

Tabel 1 menunjukkan bahwa pelayanan adalah variabel bauran pemasaran yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan dan kepuasan nasabah. Dari hasil analisis juga menunjukkan bahwa variabel fasilitas kredit, pelayanan, lokasi, prosedur kredit berpengaruh secara langsung terhadap keputusan dan kepuasan. Keputusan juga berpengaruh terhadap kepuasan, yang ditunjukkan dengan nilai signifikan < 0,05.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur seperti pada Tabel 4.9, maka model tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan disajikan sebagai berikut.

$$Z = 0,664 X1 + 1,182 X2 + 1,112 X3 + 0,623 X4$$

$$Y = 0,683 X1 + 0,887 X2 + 0,683 X3 + 0,478 X4 + 0,252 Z$$

Pengujian hipotesis penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan dan kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember.

Tabel 2 Hasil Ringkasan Uji t Pada Persamaan 1 dan 2

Variabel	Thitung	ttabel	Beta	Sig.
Variabel Dependen: Keputusan				
Variabel Independen:	2,296	2,000	0,664	0,026
a. Fasilitas kredit	2,464	2,000	1,182	0,017
b. Pelayanan	2,443	2,000	1,112	0,018
c. Lokasi	2,081	2,000	0,623	0,042
Variabel Dependen: Kepuasan				
Variabel Independen:	2,039	2,000	0,683	0,046
a. Fasilitas kredit	2,731	2,000	0,887	0,009
b. Pelayanan	2,219	2,000	0,683	0,031
c. Lokasi	2,396	2,000	0,478	0,020
d. Prosedur kredit	2,910	2,000	0,252	0,005
e. Keputusan				

1. Berdasarkan Tabel 2, untuk variabel fasilitas kredit nilai thitung > ttabel atau 2,296 > 2,000 dan nilai signifikan adalah 0,033 < 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa fasilitas kredit secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit

di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima.

- Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pelayanan nilai thitung > ttabel atau 2,464 > 2,000 dan nilai signifikan adalah 0,042 < 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis ke dua (H2) yang menyatakan bahwa variabel pelayanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember.
- Berdasar Tabel 2 untuk variabel lokasi diperoleh thitung > ttabel atau 2,443 > 2,000 dan nilai signifikan adalah 0,022. Hal ini menunjukkan hipotesis ke tiga (H3) yang menyatakan bahwa variabel lokasi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima.
- Hasil analisa menunjukkan bahwa nilai variabel prosedur kredit thitung > ttabel atau 2,081 > 2,000 dan nilai signifikan adalah 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis ke empat (H4) yang menyatakan bahwa variabel prosedur kredit secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima.
- Berdasarkan Tabel 2, untuk variabel fasilitas kredit nilai thitung > ttabel atau 2,039 > 2,000 dan nilai signifikan adalah 0,041 < 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis ke lima (H5) yang menyatakan bahwa variabel fasilitas kredit secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima.
- Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pelayanan nilai thitung > ttabel atau 2,731 > 2,000 dan nilai signifikan adalah 0,007 < 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis ke enam (H6) yang menyatakan bahwa variabel pelayanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima.
- Berdasar Tabel 2 untuk variabel lokasi diperoleh thitung > ttabel atau 2,219 > 2,000 dan nilai signifikan adalah 0,028. Hal ini menunjukkan hipotesis ke tujuh (H7) yang menyatakan bahwa variabel lokasi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima.
- Hasil analisa menunjukkan bahwa nilai variabel prosedur kredit thitung > ttabel atau 2,396 > 2,000 dan nilai signifikan adalah 0,026 < 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis ke delapan (H8) yang menyatakan bahwa variabel prosedur kredit secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima.
- Berdasarkan Tabel 2 untuk variabel keputusan (Z) diperoleh nilai thitung > ttabel atau 2,910 > 2,000 dan nilai signifikan adalah 0,024. Hal ini menunjukkan hipotesis ke sembilan (H9) yang menyatakan bahwa

Keputusan nasabah secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima.

Selanjutnya bagian ini menjelaskan tentang perhitungan perbandingan pengaruh langsung antara variabel fasilitas kredit, pelayanan, lokasi dan prosedur kredit terhadap kepuasan, serta pengaruh tidak langsung antara fasilitas kredit, pelayanan, lokasi dan prosedur kredit terhadap kepuasan melalui variabel intervening keputusan.

a. Pengaruh Langsung (Direct Effect atau DE):

1) Pengaruh langsung fasilitas kredit (X1) terhadap keputusan (Z)

$$DE_{X1Z} = X1 \rightarrow Z$$

$$DE_{X1Z} = 0,664$$

2) Pengaruh langsung pelayanan (X2) terhadap keputusan (Z)

$$DE_{X2Z} = X2 \rightarrow Z$$

$$DE_{X2Z} = 1,182$$

3) Pengaruh langsung lokasi (X3) terhadap keputusan (Z)

$$DE_{X3Z} = X3 \rightarrow Z$$

$$DE_{X3Z} = 1,112$$

4) Pengaruh langsung prosedur kredit (X4) terhadap keputusan (Z)

$$DE_{X4Z} = X4 \rightarrow Z$$

$$DE_{X4Z} = 0,623$$

5) Pengaruh langsung fasilitas kredit (X1) terhadap kepuasan (Y)

$$DE_{X1Y} = X1 \rightarrow Y$$

$$DE_{X1Y} = 0,683$$

6) Pengaruh langsung pelayanan (X2) terhadap kepuasan (Y)

$$DE_{X2Y} = X2 \rightarrow Y$$

$$DE_{X2Y} = 0,887$$

7) Pengaruh langsung lokasi (X3) terhadap kepuasan (Y)

$$DE_{X3Y} = X3 \rightarrow Y$$

$$DE_{X3Y} = 0,683$$

8) Pengaruh langsung prosedur kredit (X4) terhadap kepuasan (Y)

$$DE_{X4Y} = X4 \rightarrow Y$$

$$DE_{X4Y} = 0,478$$

9) Pengaruh langsung keputusan (Z) terhadap kepuasan (Y)

$$DE_{ZY} = Z \rightarrow Y$$

$$DE_{ZY} = 0,252$$

b. Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect atau IE):

1) Pengaruh tidak langsung fasilitas kredit (X1) terhadap keputusan (Z)

$$IE_{YzX1} = X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

$$IE_{YzX1} = (0,664) (0,252)$$

$$= 0,167$$

2) Pengaruh tidak langsung variabel pelayanan (X2) terhadap kepuasan (Y) melalui keputusan (Z)

$$IE_{YzX2} = X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

$$IE_{YzX2} = (1,182) (0,252) = 0,298$$

3) Pengaruh tidak langsung variabel lokasi (X3) terhadap kepuasan (Y) melalui keputusan (Z)

$$IE_{YzX3} = X3 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

$$IE_{YzX3} = (1,112) (0,252) = 0,280$$

4) Pengaruh tidak langsung variabel prosedur kredit (X4) terhadap kepuasan (Y) melalui keputusan (Z)

$$IE_{YzX4} = X4 \rightarrow Z \rightarrow Y$$

$$IE_{YzX4} = (0,623) (0,252) = 0,157$$

Pembahasan

PT. Bank Rakyat Indonesia (Pesero) Tbk Jember melakukan pengelolaan dana yang diperoleh dari simpanan para nasabah berupa tabungan (Simpedes dan Britama) dan deposito (Depobri) yang disalurkan dalam bentuk kredit. Salah satu usaha yang sudah berhasil dalam menyalurkan kredit di pedesaan adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Jember. PT. BRI Jember berhasil menjalankan misinya karena gerak BRI tersebut menyesuaikan diri dengan situasi, kondisi dan budaya dimana BRI tersebut berada dan juga di tunjang dengan persyaratan kredit yang mudah, prosedur yang sederhana dan pencairan kredit yang cepat serta lokasi PT. BRI (persero) Jember yang strategis dan mudah di jangkau oleh penduduk sekitar.

1 Pengaruh Variabel Fasilitas Kredit, Lokasi, Pelayanan Dan Prosedur Kredit Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas kredit, lokasi, pelayanan dan prosedur kredit terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember. Hal ini mengindikasikan bahwa, fasilitas kredit, pelayanan, lokasi dan prosedur kredit dapat menjadi pertimbangan anda dalam mengambil kredit di Bank Rakyat Indonesia, setelah nasabah mengambil kredit merasa nyaman dengan semua pelayanan Bank Rakyat Indonesia dan nasabah mempunyai minat kembali bertransaksi lagi setelah pernah mengajukan kredit.

Implikasinya adalah, PT. Bank Rakyat Indonesia (Pesero) Tbk Jember dapat lebih meningkatkan pelayanan terhadap nasabah dengan meningkatkan kesabaran dalam memberi informasi, sikap karyawan dalam melayani ramah dan kecakapan karyawan Bank BRI, menetapkan suku bunga yang menguntungkan serta kemudahan bagi nasabah dalam pengajuan kredit.

a. Variabel Fasilitas Kredit

Hasil penelitian menerima hipotesis pertama yang menyatakan bahwa fasilitas kredit secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember. Semakin tinggi fasilitas kredit maka kepuasan nasabah juga meningkat. Dari hasil penelitian, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember telah memberikan fasilitas kredit yang membuat nasabah menjadi puas dalam pengambilan kredit. Bentuk fasilitas kredit yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember adalah penetapan tingkat suku bunga yang sesuai dengan keinginan

nasabah, jaminan yang digunakan sesuai dengan ketentuan Bank Rakyat Indonesia, dan jangka waktu pelunasan yang ditetapkan sesuai kemampuan dan keinginan nasabah untuk membayar. Suku bunga adalah biaya bunga yang dibebankan kepada setiap nasabah yang mengambil kredit, dan ditentukan oleh pihak bank. Dalam memberi atau menjamin suatu pinjaman/kredit, tingkat suku bunga disesuaikan dengan kondisi pinjaman/kredit tersebut, tentu saja berdasarkan penilaian anggaran dasar bank (ADB), begitupula dengan jaminan dan jangka waktu pelunasan disesuaikan dengan kondisi pinjaman. Rendahnya suku bunga bank pada Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Jember, agunan atau jaminan dan jangka waktu pelunasan yang sesuai membuat nasabah menjadi puas dengan fasilitas kredit yang diberikan oleh bank.

b. Variabel Pelayanan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke dua yang menyatakan bahwa pelayanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember, diterima. Semakin meningkat pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember, maka kepuasan nasabah semakin meningkat. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember telah memberikan pelayanan yang memuaskan nasabah. Bentuk pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Jember adalah terperinci karyawan dalam memberikan informasi tentang hal yang berkaitan dengan kredit serta keramahan dan kesopanan karyawan terhadap nasabah. Pelayanan merupakan wujud nyata dari perilaku karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Jember dalam menangani nasabah. Variabel pelayanan adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam melakukan pengambilan kredit. Bagusnya pelayanan yang diberikan karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Jember membuat nasabah menjadi puas.

c. Variabel Lokasi

Hasil penelitian menerima hipotesis ke tiga yang menyatakan bahwa lokasi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Jember. Semakin mudah menjangkau PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember, maka semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Jember memiliki keamanan yang baik dan lokasi yang mudah dijangkau oleh masyarakat, karena PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Jember terletak di tengah-tengah kota Jember.

d. Variabel Prosedur Kredit

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke empat yang menyatakan bahwa prosedur kredit secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan

nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima. Semakin mudah prosedur kredit yang ditetapkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember, maka kepuasan nasabah juga meningkat. Dari hasil penelitian, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember telah menetapkan prosedur kredit yang membuat nasabah menjadi puas dalam pengambilan kredit. Bentuk prosedur kredit yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember adalah prosedur administrasi kredit jelas dan sesuai dengan ketentuan yang ada, jangka waktu pengajuan kredit sampai sudah di setujui tidak terlalu lama, dan ketepatan realisasi pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember sudah sesuai dengan perjanjian kredit. Prosedur merupakan langkah-langkah yang harus ditempuh dalam mengajukan permohonan kredit. Prosedur yang berbelit-belit akan menjadi pertimbangan bagi nasabah sebelum mengajukan pengambilan kredit, sebaliknya prosedur yang mudah akan menjadi motif pilihan bagi nasabah dalam memutuskan pengambilan kredit. Signifikannya variabel prosedur dalam penelitian mengindikasikan bahwa PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Cabang Jember telah memberikan kepuasan kepada nasabah.

2 Pengaruh Variabel Fasilitas Kredit, Lokasi, Pelayanan Dan Prosedur Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember

Berdasarkan hasil analisis path, variabel fasilitas kredit, lokasi, pelayanan dan prosedur kredit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa nasabah merasa puas karena pelayanan, prosedur kredit, lokasi, dan fasilitas kredit sudah sesuai dengan harapan dan Bank Rakyat Indonesia memberikan pelayanan yang terbaik terhadap nasabah/konsumen. Kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel pelayanan adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah. Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hosnol Hotimah (2010), yang menemukan bahwa kualitas layanan yang terdiri bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Implikasinya adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember dapat meningkatkan kemudahan syarat pinjaman, sehingga dapat meringankan nasabah dalam mengambil kredit serta keringan syarat mutlak dalam pengajuan kredit sehingga nasabah memiliki keringan dalam pengajuan kredit.

a. Variabel Fasilitas Kredit

Hasil penelitian menerima hipotesis ke lima yang menyatakan bahwa fasilitas kredit secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia

(Persero) Cabang Jember. Penetapan tingkat suku bunga sesuai dengan keinginan nasabah, jaminan yang digunakan sesuai dengan ketentuan Bank Rakyat Indonesia, dan jangka waktu pelunasan yang ditetapkan sesuai kemampuan dan keinginan nasabah untuk membayar membuat kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit semakin meningkat.

b. Variabel Pelayanan

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke enam yang menyatakan bahwa pelayanan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember, diterima. Semakin bagus pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember, maka kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit semakin meningkat. Bentuk pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember seperti terperinci karyawan dalam memberikan informasi tentang hal yang berkaitan dengan kredit serta keramahan dan kesopanan karyawan terhadap nasabah sudah membuat nasabah menjadi puas.

c. Variabel Lokasi

Hasil penelitian menerima hipotesis ke tujuh yang menyatakan bahwa lokasi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember. Kemudahan nasabah dalam menjangkau PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember, akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit.

d. Variabel Prosedur Kredit

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ke delapan yang menyatakan bahwa prosedur kredit secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima. Kemudahan prosedur kredit yang ditetapkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember, akan meningkatkan kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit.

3 Pengaruh Keputusan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember

Hasil analisis dengan menggunakan path analysis menunjukkan bahwa keputusan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember. Hipotesis penelitian ke sembilan yang menyatakan bahwa keputusan nasabah secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember diterima. Bentuk keputusan nasabah terkait dengan fasilitas kredit, pelayanan, lokasi dan prosedur kredit yang dijadikan pertimbangan

nasabah dalam mengambil kredit di Bank Rakyat Indonesia, kenyamanan setelah mengambil kredit, dan memiliki minat untuk kembali bertransaksi lagi setelah pernah mengajukan kredit menunjukkan bahwa nasabah tersebut merasa puas dalam mengambil kredit di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Kesimpulan

Setelah dilakukan analisis data, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu: a). Berdasarkan hasil analisis path, variabel bauran pemasaran yang terdiri dari fasilitas kredit, pelayanan, lokasi, dan prosedur kredit berpengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. BRI Persero Cabang Jember. b). Berdasarkan hasil analisis path, variabel bauran pemasaran yang terdiri dari fasilitas kredit, pelayanan, lokasi, dan prosedur kredit berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. BRI Persero Cabang Jember. c). Berdasarkan hasil analisis path, variabel keputusan berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. BRI Persero Cabang Jember.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu

1. Penelitian terfokus pada kuesioner sehingga tidak diperoleh jawaban secara detail, sehingga peneliti selanjutnya dapat melakukan wawancara dengan responden agar diperoleh jawaban lebih dalam.
2. Terbatasnya waktu penelitian karena kuesioner disebarkan saat jam operasional, sehingga peneliti selanjutnya dapat menambah waktu penelitian dan dilakukan setelah nasabah keluar dari bank
3. Objek penelitian terfokus pada satu bank sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi secara umum, sehingga peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain selain bauran pemasaran seperti kualitas jasa.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih atas bimbingan selama proses hingga terselesaikannya penelitian kepada Bapak Prof. Dr. H. Andi Sularso, MSM dan Bapak H. N. Arie Subagio, SE, M.Si dalam memberikan masukan dan pengarahan. Serta pihak PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Jember yang telah bersedia dijadikan objek penelitian, terimakasih atas kesediaannya dan informasi yang diberikan selama proses pengerjaan penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2006. Manajemen penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
 Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Jilid 2. Jakarta : Prehalindo.
 Singarimbun, M. dan Effendi, S., 2006. Metode Penelitian Survei,

Cetakan. Kedelapanbelas, Penerbit Pustaka LP3ES, Jakarta
Sugiyono, 2008. Statistika untuk Penelitian, Bandung : Alfabeta

