

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGAMBIL KREDIT
PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT (BPR) GENTENG
DI GENTENG – BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember



OLEH :

FANLEX AFANDI

NIM : 000810201133

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS JEMBER

2005

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel fasilitas kredit, variabel biaya administrasi, variabel lokasi, variabel promosi, variabel pelayanan karyawan, variabel prosedur kredit, dan variabel bukti fisik terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Genteng di Genteng Banyuwangi dan untuk mengetahui variabel mana yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Genteng di Genteng Banyuwangi. Penelitian ini bertempat di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Genteng di Genteng Banyuwangi.

Penelitian ini menggunakan metode survey, dimana data diperoleh dengan jalan mengadakan wawancara langsung dan pengisian daftar pertanyaan/kuisisioner oleh nasabah sebagai responden, sedangkan metode pengambilan sampel dengan accidental sampling.

Analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada. dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji F, koefisien determinasi berganda, uji-t, koefisien determinasi parsial, Hasil analisis, data menunjukkan bahwa variabel fasilitas kredit, biaya pelayanan, lokasi, promosi, pelayanan karyawan prosedur kredit dan bukti fisik mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Genteng di Genteng Banyuwangi sebesar 61,4 %.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara variabel fasilitas kredit, biaya. pelayanan, lokasi, promosi, pelayanan karyawan, prosedur kredit dan bukti fisik terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Genteng di Genteng Banyuwangi. Dan variabel fasilitas kredit (XI) yang meliputi indikator tingkat suku bunga yang ditentukan pihak BPR, Agunan jaminan kredit yang ditetapkan pihak BPR dan jangka waktu pelunasan/pengembalian kredit yang ditetapkan pihak BPR merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Genteng di Genteng Banyuwangi.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTO	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	5
2.2 Landasan Teori	6
2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.2.2 Konsep – Konsep Pemasaran.....	7
2.2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2.4 Perilaku Konsumen	8
2.2.5 Alasan Mempelajari Perilaku Konsumen	9
2.2.6 Masalah Yang Dihadapi Dalam Mempelajari Perilaku Konsumen.	10

2.2.7	Faktor-Faktor Yang Mempelajari Perilaku Konsumen	11
2.2.8	Model Perilaku Konsumen	16
2.2.9	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	18
2.2.10	Definisi Pemasaran Jasa	21
2.2.11	Perbankan	22
2.2.12	Pengertian Pemasaran Bank	24
2.2.13	Tujuan Pemasaran Bank	25
2.2.14	Bank Perkreditan Rakyat	26
2.2.15	Perkreditan Dalam Dunia Perbankan	26
2.2.16	Faktor – Faktor Yang Dapat Mempengaruhi Pengambilan Kredit.....	32
2.3	Hipotesis	35
III. METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian	36
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.2.1	Populasi	36
3.2.2	Sampel	36
3.3	Jenis dan Metode Pengumpulan Data	37
3.3.1	Jenis Data.....	37
3.3.2	Metode Pengumpulan Data	37
3.4	Teknik Pengukuran Data	37
3.5	Definisi Dan Identifikasi Operasional Variabel	38
3.5.1	Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	38
3.5.2	Identifikasi Variabel	40
3.6	Metode Pengujian Instrumen.....	40
3.6.1	Uji Validitas	40
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Metode Analisis Data.....	42
3.7.1	Persamaan Regresi Linear Berganda	42
3.7.2	Uji Secara Serempak (Uji f)	42
3.7.3	Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	43

3.7.4 Uji Secara Parsial (Uji t)	44
3.7.5 Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	45
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	46
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	48
4.1.1 Sejarah Singkat PT. BPR GENTENG.....	48
4.1.2 Struktur Organisasi PT. BPR GENTENG.....	50
4.1.3 Personalisasi Perusahaan	53
4.1.4 Kegiatan Perusahaan	53
4.2 Uji Kualitas Data	55
4.2.1 Uji Validitas Instrumen	55
4.2.2 Uji Realibilitas Instrumen.....	56
4.3 Deskripsi Variabel-Variabel Penelitian.....	57
4.3.1 Persepsi Nasabah Tentang Keputusan Pengambilan Kredit Pada PT. BPR GENTENG Dengan Variabel Fasilitas Kredit.....	57
4.3.2 Persepsi Nasabah Tentang Keputusan Pengambilan Kredit Pada PT. BPR GENTENG Dengan Variabel Biaya Administrasi.....	58
4.3.3 Persepsi Nasabah Tentang Keputusan Pengambilan Kredit Pada PT. BPR GENTENG Dengan Variabel Lokasi.	59
4.3.4 Persepsi Nasabah Tentang Keputusan Pengambilan Kredit Pada PT. BPR GENTENG Dengan Variabel Promosi	60
4.3.5 Persepsi Nasabah Tentang Keputusan Pengambilan Kredit Pada PT. BPR GENTENG Dengan Variabel Pelayanan Pelayanan Karyawan.....	62
4.3.6 Persepsi Nasabah Tentang Keputusan Pengambilan Kredit Pada PT. BPR GENTENG Dengan Variabel Prosedur Kredit.....	63
4.3.7 Persepsi Nasabah Tentang Keputusan Pengambilan Kredit Pada PT.BPR GENTENG Dengan Variabel Bukti Fisik	64

4.3.8 Persepsi Nasabah Tentang Keputusan Pengambilan kredit Pada PT. BPR GENTENG.	66
4.4 Analisa Data	67
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.4.2 Pembuktia Hipotesis	69
4.4.2.1 Uji Hipotesis Koefisien Regresi Linier Berganda Secara Serempak (Uji - f)	69
4.4.2.2 Uji Hipotesis Koefisien Determinasi Berganda (Adjusted R Square / R^2)	72
4.4.2.3 Uji Hipotesis Koefisien Regresi Linear Bergan da secara Parsial (Uji - t)	72
4.4.2.4 Uji Hipotesis Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	77
4.5 Pembahasan	77
4.5.1 Interpretasi Variabel Berdasarkan Uji F.....	77
4.5.2 Interpretasi Variabel Berdasarkan Uji – t.....	78
4.5.2.1 Variabel Fasilitas Kredit (X_1)	78
4.5.2.2 Variabel Biaya Pelayanan (X_2)	78
4.5.2.3 Variabel Lokasi (X_3)	78
4.5.2.4 Variabel Promosi (X_4).....	79
4.5.2.5 Variabel Pelayanan Karyawan (X_5)	79
4.5.2.6 Variabel Prosedur Kredit (X_6)	80
4.2.5.7 Variabel Bukti Fisik (X_7).....	80
V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	81
5.2 Saran	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini negara kita sedang menghadapi masalah yang sangat kompleks dalam berbagai bidang seperti ekonomi politik, sosial dan budaya. Salah satu masalah yang sampai saat ini terasa dampaknya bagi seluruh masyarakat yaitu masalah ekonomi dimana puncaknya terjadi pada saat bergulirnya krisis moneter yang sangat menyengsarakan bangsa Indonesia. Kondisi ini menyebabkan semakin sulitnya masyarakat untuk mendapatkan penghasilan dikarenakan banyak terjadi Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) oleh sejumlah perusahaan yang terancam gulung tikar sehingga tingkat pengangguran semakin tinggi. Di sisi lain, terjadi ledakan penduduk dalam jumlah sangat besar sehingga berakibat minimnya kesempatan kerja karena proporsi antara jumlah pencari kerja dengan jumlah kesempatan kerja yang tidak seimbang. Akibat dari kondisi tersebut menyebabkan masyarakat mempunyai daya beli yang rendah karena penghasilan yang rendah pula. Masyarakat kurang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya yang semakin beragam dan sesuai dengan keinginan karena kemampuan yang terbatas sehingga terjadi adanya kesenjangan antara keinginan dan kemampuan. Para pengusaha kecil dan menengah juga mengalami kesulitan masalah permodalan dalam mengembangkan usahanya.

Keadaan masyarakat seperti ini tentunya akan menjadikan peluang tersendiri bagi pihak-pihak seperti Bank dan Lembaga Keuangan yang ada untuk menawarkan fasilitas bantuan pendanaan atau permodalan untuk mewujudkan keinginan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat, mengingat tugas pokok perbankan di Indonesia secara umum adalah membantu pemerintah dalam mengatur, menjaga dan memelihara kestabilan nilai rupiah, mendorong kelancaran produksi dan pembangunan serta memperluas kesempatan kerja guna meningkatkan taraf hidup masyarakat. Fasilitas pendanaan atau permodalan ini disebut dengan kredit yang salah satunya disediakan oleh Bank Perkreditan Rakyat. Pengertian kredit itu sendiri yaitu kemampuan untuk mendapatkan barang

atau jasa dengan pertukaran suatu janji untuk membayarnya di kemudian hari (Sumarni & Soeprihanto,1998:119).

Kota Genteng yang saat ini mulai mengalami perkembangan yang pesat di berbagai sektor membuat tingkat mobilitas masyarakatnya semakin tinggi dan juga semakin banyaknya bank yang ada di Genteng saat ini menyebabkan masyarakat atau nasabah mempunyai banyak pilihan untuk memperoleh produk jasa bank, khususnya jasa kredit. Persaingan yang sedemikian tinggi menuntut pihak bank untuk menciptakan berbagai keunggulan dan kelebihan dalam menarik minat nasabah demi kelangsungan hidup dan citra perusahaannya.

Salah satu modal utama bagi bank yaitu adanya kepercayaan masyarakat terhadap bank. Besarnya jumlah nasabah yang dimiliki oleh bank menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat yang besar, begitu pula sebaliknya. Pada saat ini orientasi bank yaitu pada kepuasan nasabah. Kualitas sistem pelayanan dari suatu bank juga pantas menjadi pertimbangan bagi nasabah. Prosedur pelayanan yang berbelit-belit, terlalu lama dan kurang konsisten akan menyita waktu sehingga nasabah akan memilih bank yang memiliki sistem pelayanan yang praktis, cepat, tepat serta konsisten. Faktor lokasi juga dapat dijadikan pertimbangan oleh nasabah. Lokasi yang terlalu jauh, terpencil dan kurang aman akan dihindari oleh nasabah, selain itu promotional mix dari bank yang terdiri dari variabel-variabel periklanan, personal selling, publisitas, dan promosi penjualan jasanya juga menjadi bahan pertimbangan dari nasabah, dengan kata lain aspek-aspek bauran pemasaran dari bank dapat menjadi bahan pertimbangan dari nasabah dalam menggunakan jasa bank.

Berkaitan dengan hal itu maka masing-masing bank saling berusaha untuk memenangkan persaingan dalam mendapatkan nasabah. Salah satu dari bank yang ingin memenangkan persaingan itu adalah PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Genteng . Sebagai salah satu pihak yang menyediakan jasa perkreditan, tentunya PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Genteng telah menentukan langkah-langkah tertentu untuk menunjukkan keunggulannya sehingga dapat mempengaruhi dan menarik minat nasabah, terutama dalam pengambilan kredit, dari sekian banyak BPR yang ada dikota genteng BPR genteng merupakan salah satu bank yang

mempunyai daya saing tinggi karena banyak keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh BPR ini, selain itu nama BPR Genteng seakan-akan mewakili nama kota genteng itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka skripsi ini diberi judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada PT.BPR Genteng di Genteng - Banyuwangi ”.

1.2 Perumusan Masalah

PT.BPR Genteng sebagai salah satu Bank Perkreditan Rakyat yang ada di Genteng merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa perbankan,khususnya jasa perkreditan. Pada tingkat persaingan yang tinggi ini, pihaknya dituntut untuk dapat mempertimbangkan faktor-faktor yang dianggap bisa mempengaruhi dan menarik minat nasabah dalam pengambilan kredit,dimana faktor-faktor yang perlu diperhatikan yaitu berkenaan dengan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) antara lain :

Produk (*product*) dengan peubah : fasilitas kredit

Harga (*price*) dengan peubah : biaya Administrasi

Distribusi (*place*) dengan peubah : lokasi

Promosi (*promotion*)

Orang (*people*) dengan peubah : pelayanan karyawan

Proses (*process*) dengan peubah : prosedur kredit

Bukti fisik (*physical evidence*)

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut :

- a. Seberapa besar faktor fasilitas kredit, biaya pelayanan, lokasi, promosi, pelayanan karyawan, prosedur kredit, dan bukti fisik akan mempengaruhi keputusan nasabah secara simultan dalam pengambilan kredit pada PT.Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Genteng di Genteng?
- b. Faktor manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT.BPR Genteng di Genteng?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh faktor fasilitas kredit, biaya administrasi, lokasi, promosi, pelayanan karyawan, prosedur kredit, dan bukti fisik secara simultan terhadap nasabah dalam pengambilan kredit, agar dapat diambil suatu kesimpulan dan saran yang berguna bagi perusahaan dimasa yang akan datang.
- b. Untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan terhadap nasabah dalam pengambilan kredit agar dapat diketahui keunggulan dan kelemahan dalam marketing mix yang dijalankan perusahaan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

- a. Bagi peneliti
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian untuk penelitian lebih lanjut.
- b. Bagi perbankan
Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan untuk menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan pengambilan kredit.
- c. Bagi akademisi
Penelitian ini diharapkan sebagai kontribusi bagi pengembangan Ilmu pengetahuan guna menyempurnakan penelitian ini.

1.4 Batasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka dalam pembahasan perlu adanya batasan, yaitu dalam hal ini yang dianalisis nasabah yang mengambil kredit pada bulan Nopember sampai dengan Desember 2005.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian Kristianti Widyaningsih (1999) dengan judul “ Analisis beberapa faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memanfaatkan jasa kredit pada Perum Pegadaian cabang Bondowoso. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memanfaatkan jasa kredit pada Perum Pegadaian cabang Bondowoso. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh signifikan antara faktor-faktor variatif barang agunan, tingkat bunga, pelayanan, sistem pengembalian kredit dan pengaruh orang lain terhadap pemanfaatan jasa kredit pada Perum Pegadaian cabang Bondowoso dan variabel yang paling berpengaruh / dominan yaitu variable pelayanan.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Ninien Inayati (2002) dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah dalam keputusan pengambilan kredit pada PT.Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil – Pasuruan”. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui perilaku nasabah dalam keputusan pengambilan kredit pada PT.Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan terhadap pengambilan kredit pada PT.Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil – Pasuruan dan variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang dominan.

Persamaan penelitian ini dengan kedua penelitian diatas adalah sama-sama meneliti tentang perilaku konsumen yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam pengambilan kredit pada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda.

Adapun perbedaan adalah sebagai berikut :

1. Obyek penelitian berbeda, penelitian ini dilakukan di PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Genteng di Genteng, sementara penelitian terdahulu dilakukan pada Perum Pegadaian cabang Bondowoso dan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) Daya Artha Mentari - Bangil.
2. Variabel yang digunakan oleh Kristianti Widyaningsih (1999) adalah variatif barang agunan, tingkat bunga, pelayanan, sistem pengembalian kredit dan pengaruh orang lain kemudian variabel yang digunakan oleh Ninien Inayati (2002) adalah prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan sedangkan penelitian ini menggunakan variabel fasilitas kredit, biaya administrasi, lokasi, promosi, pelayanan, prosedur kredit dan bukti fisik.

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Beberapa ahli telah mengemukakan definisi tentang pemasaran yang kelihatannya agak berbeda meskipun sebenarnya sama. Perbedaan ini disebabkan karena mereka meninjau pemasaran dari segi yang berbeda-beda, ada yang menitikberatkan pada segi fungsi, segi barangnya, segi kelembagaannya, segi manajemennya, dan ada pula yang menitikberatkan dari semua segi tersebut sebagai suatu sistem.

Secara definitif, pengertian tentang pemasaran tersebut antara lain:

1. Menurut Kotler (1997:8), yaitu:

“Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan individu dan kelompok lainnya ”.