

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH DALAM PENGAMBILAN KREDIT PADA  
PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH DAYA ARTHA  
MENTARI BANGIL – PASURUAN**



**SKRIPSI**



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

Disusun oleh :

**NINIEN INAYATI AMINULLAH**  
**NIM : 980810201381**

Asa :	Hariah	Klass
Terima :	03 JUL 2002	658.83
Nc. Induk :	1109	AMI
KLASIR / PENYALIN :	SFS	a

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

S  
e.1



## JUDUL SKRIPSI

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGAMBILAN KREDIT PADA PT. BANK PERKREDITAN RAKYAT SYARIAH DAYA ARTHA MENTARI BANGIL-PASURUAN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : NINIEN INAYATI AMINULLAH

N. I. M. : 980810201381

Jurusan : MANAJEMEN

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

17 Juni 2002

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

### Susunan Panitia Penguji

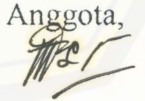
Ketua,

  
Drs. Achmad Ichwan  
NIP. 130 781 340

Sekretaris,

  
Drs. M. Syaharuddin, MSi  
NIP. 131 474 384

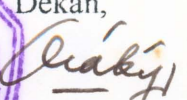
Anggota,

  
Dra. Diah Yulisetiari, MSi  
NIP. 131 624 474



Mengetahui/Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,



  
Drs. H. Liakip, SU  
NIP. 130 531 976

Tanda Persetujuan

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan

Nama : Ninien Inayati Aminullah

NIM : 980810201381

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan : 10 Juni 2002

Dosen Pembimbing I,

DRA. DIAH YULISETIARINI, MSi  
NIP. 131 624 474

Dosen Pembimbing II,

M. DIMYATI, SE, MSi  
NIP. 132 086 413

Ketua Jurusan,

DRS. IKM. DWIPAYANA, MS  
NIP. 130 781 341

## Motto

*Sesungguhnya Tuhanku Maha Lembut terhadap yang dikehendaki-Nya. Dia Maha Mengetahui dan Maha Bijaksana  
(Q.S. Yusuf :100)*

*Janganlah kamu memakan riba dengan berlipatganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan  
(Q.S. Ali Imran : 130)*

*Kemajuan bukanlah semata-mata perbaikan dari masa silam. Kemajuan adalah bergerak maju menuju masa depan*

*Keinginanku adalah dahaga tiada henti untuk mendapatkan cinta dan keindahan. Sekarang aku paham bahwa mereka yang memiliki kemurahan hati sendirian adalah hampa dan menderita, tetapi didalam jiwaku, desah para kekasih lebih menyenangkan daripada alunan musik yang menghibur*

## *Alhamdulillahirabbil'alamin*

Segala puji syukur kuhaturkan hanya untuk-Mu ya Allah, Dzat yang Maha Pengasih dan Penyayang. Kekuatan, kemudahan dan keindahan nikmat-Mu yang telah kurasa hanyalah setitik Rahmat dan Karunia-Mu yang tiada pernah akan terbatas.

Kupersembahkan sebuah karya kecil ini kepada,

Ayahanda Achmad Amanullah, SH dan Ibunda Jumiaty, SPd hartaku yang paling berharga didunia ini. Penghiburku didalam kesedihan, pemberi harapan dalam penderitaan dan pemberi kekuatan dalam kelemahan. Terima kasihku tak kan pernah bisa mengganti seluruh jerih payahmu yang sarat dengan doa untuk kebahagiaan dan kebaikan putera-puterimu

Adikku Anang Fatchurrahman cinta, doa dan pengharapanmu membuatku terhibur dan bersemangat menikmati hidup ini

Babe...sang jiwa yang telah menempati seluruh ruang dalam kehidupanku, melindungiku dan menyelimutiku dengan sebuah cahaya hati dan rasa indah yang kuimpikan hadir

Bumi Pertiwiku Indonesia tempatku berpijak

Almamater tercinta dan kubanggakan  
Universitas Jember

## ABSTRAKSI

“Analisis variabel-variabel yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan”, Ninien Inayati Aminullah; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan, (2) untuk mengetahui variabel yang paling kuat atau dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan.

Hipotesis penelitian ini adalah (1) variabel-variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan secara simultan berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan, (2) variabel yang paling kuat atau dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bangil-Pasuruan adalah variabel Pelayanan.

Penelitian ini mengambil obyek nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya artha Mentari Bangil-Pasuruan yang mengambil kredit pada bulan Maret 2001-April 2002 dan telah melakukan transaksi pada bulan April 2002.

Data utama yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan didukung dengan data sekunder. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 30 orang.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda (*Multiple linier regression method*). Uji F (*F-test*) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan, sedangkan uji t (*t-test*) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, variabel sistem bagi hasil dan pelayanan berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari dengan nilai *F-test* sebesar 35,526 dengan signifikansi 0,000 pada level 5%. Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dalam penelitian ini sebesar 0,826 yang berarti sebesar 82,65% variasi perubahan variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas sedangkan 11,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel diluar model penelitian ini. Variabel prosedur kredit memiliki nilai koefisien regresi 0,440 dan nilai *t-test* sebesar 4,789 dengan signifikansi 0,000 pada level (5%). Variabel syarat pinjaman memiliki nilai koefisien regresi 0,241 dan nilai *t-test* sebesar 2,467 dengan signifikansi 0,021 pada level (5%). Sistem bagi hasil memiliki nilai koefisien regresi

0,569 dan nilai *t-test* sebesar 6,272 dengan signifikansi 0,000 pada *level* (5%). Variabel pelayanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,909 dan nilai *t-test* sebesar 7,159 dengan signifikansi 0,000 pada *level* (5%).

Kesimpulan terakhir yang dapat diambil dari hasil analisis dan pembahasan adalah bahwa secara simultan variabel prosedur kredit ( $X_1$ ), syarat pinjaman ( $X_2$ ), sistem bagi hasil ( $X_3$ ) dan pelayanan ( $X_4$ ) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis *F-test*. Analisis parsial menunjukkan bahwa variabel prosedur kredit ( $X_1$ ), syarat pinjaman ( $X_2$ ), sistem bagi hasil ( $X_3$ ) dan pelayanan ( $X_4$ ) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Hal ini dapat dibuktikan pada analisis *t-test*. Dan dari hasil analisis tersebut dapat diketahui bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari yang ditunjukkan oleh  $r^2$  sebesar 0,820 merupakan nilai koefisien determinasi parsial yang paling besar diantara variabel bebas lainnya, variabel sistem bagi hasil memiliki  $r^2$  sebesar 0,782, variabel prosedur kredit memiliki  $r^2$  sebesar 0,692 dan variabel syarat pinjaman menjadi variabel terakhir yang memiliki pengaruh paling kecil ( $r^2 = 0,443$ ) diantara variabel bebas yang diteliti.



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia, rahmat, hidayah serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan" dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Menyadari betapa banyak bantuan, bimbingan dan dukungan berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini, maka penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak sebagai berikut:

1. Prof. Dr. H. Kabul Santoso, MS selaku Rektor Universitas Jember;
2. Drs. H. Liakip, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Drs. IKM. Dwipayana, MS selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
4. Dra. Diah Yulisetiarni, Msi selaku Dosen Pembimbing I atas segala ilmu, perhatian, semangat dan dorongan serta waktu yang telah diberikan dengan penuh ikhlas dalam membimbing penulis selama ini;
5. M. Dimiyati, SE, Msi selaku Dosen Pembimbing II atas seluruh ilmu, kesabaran dan ketekunan, waktu serta perhatian yang telah diberikan selama membimbing tanpa mampu terbalas oleh penulis;
6. seluruh Staff pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas segala ilmu yang telah diberikan selama ini;
7. seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas bantuan yang diberikan selama ini;
8. Dra. Dewi Mumpuni Yudhowati, selaku Direktur PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan, yang telah memberikan ijin penelitian pada penulis;

9. seluruh staff dan karyawan PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan, yang telah memberikan bantuan dan informasi selama penulis melakukan penelitian;
10. mam dan pi, perhatian, kasih sayang yang tak terlukiskan serta semua doa yang tiada pernah luruh kau panjatkan untukku;
11. *babe, if a man could be two places at one time i'd be spend the end with you;*
12. *Riest and Dhien, i'll never forget both of you of course many things that we've done take a memory on the deepest of our hearts;*
13. *My real friend, Wany, Ary, Wiwied, Nanik, Andani and Ujeng thanks for supporting me;*
14. Seluruh temen-teman Manajemen Ganjil'98, kebersamaan yang telah terjalin menunjukkan arti persahabatan yang sesungguhnya;
15. Keluarga besar "KD 21", pendahuluku mbak Cis, Mbak Yanti, Mbak Piets..*get hurry*, Dewi dan Lia. Anggota F4 Yen"San Chai", Dian"Siemen" and Uki"Vanesse" yang telah bersusah payah membuatku tertawa dan tersingkir dari F4. Adik-adik kecilku Nia, Azizah Detti Elliya, Mirna, Indri, Ana, Rina, Ruby, Pipink, Kessy dan sang guru "Bida Centil"riuh suaramu bagai petir di siang bolong. Pram dan kawan-kawan thanks for helping me;
16. Seluruh pihak yang telah membantu penulis selama penyusunan skripsi ini.

Besar harapan penulis bahwa karya tulis (skripsi) ini memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dan sebagai sumbangan pemikiran serta pertimbangan bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Jember, Juni 2002

Penulis

**DAFTAR ISI**

	Hal
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN MOTTO .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
HALAMAN ABSTRAKSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	6
1.4 Kerangka Pemecahan Masalah .....	7
II: TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya .....	9
2.1.1 Penelitian Meutia Hayati (1999) .....	9
2.1.2 Penelitian Kristianti Widyaningsih (2000) .....	9
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Pengertian Jasa .....	10
2.2.2 Karakteristik Jasa dan Implikasi Pemasaran .....	12
2.2.3 Strategi Pemasaran untuk Perusahaan Jasa .....	13

2.3 Perbankan .....	14
2.3.1 Pengertian Perbankan .....	14
2.3.2 Tugas dan Fungsi Bank .....	16
2.3.3 Jasa Bank .....	17
2.4 Kredit .....	17
2.4.1 Pengertian Kredit .....	17
2.4.2 Prinsip-Prinsip Kredit .....	18
2.4.3 Manfaat-Manfaat Kredit .....	20
2.5 Perilaku Konsumen .....	21
2.5.1 Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian .....	21
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..	22
2.5.3 Arti Penting Studi Perilaku Konsumen .....	26
2.6 Pemasaran .....	27
2.6.1 Pengertian Pemasaran .....	27
2.6.2 Manajemen Pemasaran .....	28
2.6.3 Konsep Pemasaran dengan Orientasi pada Konsumen ....	28
2.6.4 Tujuan Pokok Perbankan dalam lingkup Konsep Pemasaran	30
2.7 Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran .....	30
2.7.1 Strategi Segmentasi Pasar .....	31
2.7.2 Strategi <i>Marketing Mix</i> .....	32
2.8 Hipotesis .....	33
III: METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Rumusan Penelitian .....	34
3.2 Identifikasi Variabel .....	34
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran .....	34
3.4 Prosedur Pengumpulan Data .....	36
3.4.1 Jenis Data .....	36
3.4.2 Sumber Data .....	36

3.4.3 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5 Metode Sampling .....	37
3.5.1 Populasi .....	37
3.5.2 Metode Penarikan Sampel .....	37
3.5.3 Metode Penentuan Jumlah Sampel .....	38
3.6 Teknik pengukuran Data .....	38
3.7 Uji Validitas dan Realibilitas .....	39
3.7.1 Uji Validitas .....	39
3.7.2 Uji Realibilitas .....	39
3.8 Analisis Data .....	40
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	40
3.8.2 Analisis Determinasi Berganda .....	41
3.8.3 Analisis Determinasi Parsiil .....	41
3.8.4 Uji Hipotesis .....	42
3.8.5 Uji Asumsi Klasik .....	44
IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek yang Diteliti .....	47
4.1.1 Sejarah singkat Perusahaan .....	47
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	48
4.1.3 Penentuan jumlah Sampel Penelitian .....	56
4.1.4 Karakteristik Responden .....	57
4.2 Uji Validitas dan Realibilitas .....	63
4.2.1 Uji Validitas .....	63
4.2.2 Uji Realibilitas .....	65
4.3 Analisis Data .....	66
4.3.1 Analisa Regresi Linier Berganda .....	66
4.4 Analisis Koefisien Determinasi .....	68
4.4.1 Analisa Koefisien Determinasi Berganda .....	68

4.4.2 Analisa Koefisien Determinasi Parsial .....	68
4.5 Pembahasan .....	73
4.5.1 Interpretasi variabel Prosedur Kredit ( $X_1$ ) .....	73
4.5.2 Interpretasi variabel Syarat Pinjaman ( $X_2$ ) .....	73
4.5.3 Interpretasi variabel Sistem Bagi Hasil ( $X_3$ ) .....	74
4.5.4 Interpretasi variabel Pelayanan ( $X_4$ ) .....	74
4.5.5 Interpretasi Koefisien Determinasi Berganda .....	74
4.5.6 Interpretasi Koefisien Determinasi Parsial .....	75
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	76
4.6.1 Uji Multikolinearitas .....	77
4.6.2 Uji Autokorelasi .....	77
4.6.3 Uji Heterokedastisitas .....	78
V: SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan .....	80
5.2 Saran .....	81

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	7
Gambar 4.1 Bagan struktur organisasi PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan .....	49
Gambar 4.2 Kurva normal Uji F .....	68
Gambar 4.3 Kurva t-test untuk variabel Prosedur Kredit ( $X_1$ ) .....	70
Gambar 4.4 Kurva t-test untuk variabel Syarat Pinjaman ( $X_2$ ) .....	71
Gambar 4.5 Kurva t-test untuk variabel Sistem Bagi Hasil ( $X_3$ ) .....	72
Gambar 4.6 Kurva t-test untuk variabel Pelayanan ( $X_4$ ) .....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Rekapitulasi responden berdasarkan tingkat pendidikan .....	59
Tabel 4.2	Rekapitulasi responden berdasarkan usia .....	59
Tabel 4.3	Rekapitulasi responden berdasarkan jenis pekerjaan .....	60
Tabel 4.4	Rekapitulasi Data Mentah ( <i>Raw Data</i> ) .....	62
Tabel 4.5	Rekapitulasi Data <i>Alpha</i> Masing-masing Item .....	63
Tabel 4.6	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel $X_1$ .....	64
Tabel 4.7	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel $X_2$ .....	64
Tabel 4.8	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel $X_3$ .....	65
Tabel 4.9	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel $X_4$ .....	65
Tabel 4.10	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	66
Tabel 4.11	Rekapitulasi Hasil Uji F .....	66
Tabel 4.12	Rekapitulasi Hasil Uji t .....	69
Tabel 4.13	Collinearity Statistic .....	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Rekapitulasi Data Mentah Hasil Kuesioner .....	84
Lampiran 1.1	Rekapitulasi Data Mentah Hasil Kuesioner untuk Variabel $X_1$ ..	85
Lampiran 1.2	Rekapitulasi Data Mentah Hasil Kuesioner untuk Variabel $X_2$ ...	86
Lampiran 1.3	Rekapitulasi Data Mentah Hasil Kuesioner untuk Variabel $X_3$ ...	87
Lampiran 1.4	Rekapitulasi Data Mentah Hasil Kuesioner untuk Variabel $X_4$ ..	88
Lampiran 1.5	Rekapitulasi Data Mentah Hasil Kuesioner untuk Variabel Y ....	89
Lampiran 2	Perhitungan Analisis Regresi Linier Berganda dengan Program SPSS versi 10.0 .....	91
Lampiran 3	Perhitungan Uji Validitas dan Realibilitas .....	97
Lampiran 3.1	Perhitungan Uji Validitas dan Realibilitas untuk variabel $X_1$ .....	98
Lampiran 3.2	Perhitungan Uji Validitas dan Realibilitas untuk variabel $X_2$ .....	99
Lampiran 3.3	Perhitungan Uji Validitas dan Realibilitas untuk variabel $X_3$ .....	100
Lampiran 3.4	Perhitungan Uji Validitas dan Realibilitas untuk variabel $X_4$ .....	101
Lampiran 3.5	Perhitungan Uji Validitas dan Realibilitas untuk variabel Y .....	102
Lampiran 4	Kuesioner untuk Responden .....	103



## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Gejolak moneter yang melanda negeri ini sejak pertengahan tahun 1997 itu telah berdampak pada krisis multidimensional, karena krisis itu merupakan krisis ekonomi, finansial, politik dan sosial. Pertumbuhan ekonomi yang sebelumnya mencapai rata-rata 7% per tahun itu tiba-tiba anjlok menjadi minus 15% di tahun (Zainul Arifin, 1998). Hampir semua sektor mengalami pertumbuhan negatif, kecuali sektor pertanian dan agrobisnis. Krisis moneter yang berawal dari anjloknya nilai tukar itu diperparah dengan kebijakan moneter yang kontraktif, seperti kenaikan suku bunga, dialihkannya dana-dana BUMN ke Bank Indonesia dan kebijakan fiskal yang juga tetap kontraktif. Akibatnya fatal bagi masyarakat luas. Bunga perbankan yang naik sedemikian tinggi merupakan akibat gejolak moneter pada industri perbankan. Tingkat suku bunga yang demikian tinggi tidak memungkinkan bagi pengusaha untuk membayarnya sehingga terjadi kredit macet dalam jumlah yang besar. Bank-bank yang mengalami kredit macet dalam jumlah yang besar akan satu per satu terancam eksistensinya, karena di satu sisi bank harus membayar bunga deposito yang tinggi sedangkan pendapatan bunganya anjlok karena kredit macet.

Telah diketahui bersama bahwa dalam perekonomian, bank memegang peranan penting selaku lembaga keuangan yang membantu pemerintah dalam rangka mencapai kemakmuran. Undang-undang pokok perbankan Nomor 7 tahun 1992 menyebutkan bahwa bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Oleh karena itu kegiatan utama Bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan melepaskannya kembali kepada masyarakat melalui kredit.

Undang-undang pokok perbankan Nomor 7 tahun 1992 didalamnya tidak dikenal istilah prinsip syariah, istilah yang dikenal sebelumnya adalah prinsip bagi hasil, walaupun sebenarnya yang dimaksud adalah prinsip syariah. Berdasarkan pada pasal 6 dan 13 Undang-undang Nomor 7 tahun 1992, dibuka kemungkinan

bank untuk melakukan kegiatan usaha dalam bentuk memberikan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan dalam peraturan pemerintah Nomor 72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan sistem atau prinsip bagi hasil dan dalam Undang-undang Nomor 10 tahun 1998 yang merupakan perubahan Undang-undang Nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan terdapat beberapa perubahan yang memberikan peluang yang lebih besar bagi pengembangan perbankan syariah.

Berdasarkan Undang-undang tersebut dapat ditarik suatu benang merah bahwa sistem perbankan syariah dikembangkan dengan tiga tujuan.

1. Memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak dapat menerima konsep bunga. Dengan diterapkannya sistem perbankan syariah yang berdampingan dengan sistem perbankan konvensional mobilisasi dana masyarakat dapat dilakukan secara luas terutama dari segmen yang selama ini belum dapat tersentuh oleh sistem perbankan konvensional yang menerapkan sistem bunga.
2. Membuka peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan, dalam prinsip ini konsep yang diterapkan adalah hubungan investor yang harmonis (*mutual investor relationship*) sementara dalam bank konvensional, konsep yang diterapkan adalah hubungan debitur dan kreditur (*debtor to creditor relationship*).
3. Memenuhi kebutuhan akan produk dan jasa perbankan yang memiliki beberapa keunggulan komparatif bunga peniadaan pembebanan bunga yang berkesinambungan (*perpetual interest effect*) membatasi kegiatan spekulasi yang tidak produktif (*Unproductive speculation*) pembiayaan ditujukan pada usaha-usaha yang lebih memperhatikan unsur modal.

PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari merupakan salah satu dari lembaga keuangan syariah yang bergerak di bidang perbankan dengan tugas utamanya adalah pemberian kredit. BPRS ini dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dengan mengetahui apa yang dikehendaki oleh para nasabahnya hal ini dilakukan dalam rangka memenuhi keinginan nasabahnya. Hal ini sangat penting untuk dilakukan oleh manajemen PT. Bank

perkreditan rakyat Syariah untuk mengetahui apa yang dikehendaki oleh para nasabahnya, mengingat usaha perbankan adalah usaha yang modal dasarnya adalah kepercayaan. Bila secara psikologis masyarakat sudah tidak percaya lagi pada suatu lembaga perbankan, maka tidak menutup kemungkinan mereka akan melarikan dananya pada lembaga perbankan lainnya.

Persoalan yang timbul kemudian adalah sejauhmana pihak bank mampu mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pengambilan kredit pada lembaganya dan variabel-variabel apa saja yang dapat dijadikan indikator sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit khususnya pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Penelitian sebelumnya Tarmuji ( 1998 ) menyebutkan bahwa atribut jasa berupa pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada BMT di Banyuwangi, selanjutnya Achmad Fathoni (1999) menjelaskan bahwa faktor prosedur memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit.

Penelitian lain oleh Siswanto (1999) didapatkan bahwa faktor pelayanan dan sistem atau prosedur pengambilan kredit merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit, akan tetapi dalam penelitian ini didapatkan pula bahwa faktor sistem bagi hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit.

Hasil penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa beberapa faktor tersebut diatas dianggap cukup berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit. Oleh karena itu pertimbangan-pertimbangan nasabah dalam mengambil kredit perlu diketahui oleh pihak bank yakni PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari, dengan harapan bank tersebut akan dapat mengetahui apa yang dikehendaki dan yang menjadi kebutuhan para nasabah. Hal ini sangat penting dalam rangka memberikan pelayanan atau menarik nasabah baru.

## 1.2. Perumusan Masalah

Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) dilihat dari umurnya merupakan lembaga keuangan yang relatif masih baru, akan tetapi BPRS ini mampu berkembang dan bersaing dengan lembaga-lembaga sejenisnya, bahkan mampu menyerap nasabah yang cukup besar. Seperti yang telah diketahui bahwa persaingan antar bank untuk menarik nasabah saat ini sangat kompetitif, sehingga bank harus mengetahui dimana posisinya dalam persaingan itu. Meskipun ada pendapat bahwa kehadiran BPRS bukanlah sebagai pesaing bagi lembaga-lembaga ekonomi yang telah ada, tetapi lebih sebagai pengisi kekosongan atau sebagai pelengkap lembaga-lembaga keuangan yang diperlukan bagi pembangunan ekonomi. Namun dalam hal ini kehadiran BPRS tetap berada dalam skup persaingan bank, terutama dengan BPR-BPR lainnya. Oleh karena itu cukup menarik untuk mengkaji variabel-variabel apa saja yang menarik atau mempengaruhi nasabah untuk menggunakan lembaga keuangan ini.

Berkaitan dengan pengambilan kredit yang merupakan salah satu tugas dari BPRS ini, perlu diketahui bahwa nasabah yang akan mengambil kredit dari suatu bank mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu antara lain: jumlah kredit yang diberikan dengan menggunakan sistem bagi hasil sebagai pengganti suku bunga karena dalam lembaga keuangan ini (BPRS) tidak dikenal adanya bunga, selain itu syarat pinjaman yang lunak, kenyamanan dan pelayanan yang memuaskan serta prosedur pinjaman yang mudah, merupakan bagian dari pertimbangan nasabah dalam pengambilan kredit. Oleh karena itu perlu adanya suatu identifikasi variabel yang berpengaruh dan dominan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit, karena ketidaktepatan dalam identifikasi akan berakibat pada performance dari BPRS ini.

Berpijak pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmat Hidayat (1990) yang menyatakan bahwa faktor pelayanan memiliki pengaruh yang paling besar terhadap pengambilan keputusan kredit, Achmad Fathoni (1996) menyatakan bahwa faktor prosedur memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit. Penelitian lain oleh Siswanto (1999) didapatkan bahwa faktor pelayanan dan sistem atau prosedur pengambilan

kredit merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit, akan tetapi dalam penelitian Siswanto tersebut terungkap bahwa faktor sistem bagi hasil tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit. Berdasarkan hasil penelitian yang sebelumnya, menunjukkan bahwa beberapa variabel tersebut diatas dianggap cukup berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit. Akan tetapi, apakah hasil dari penelitian tersebut dapat digeneralisasi untuk dapat membuktikan apakah fenomena yang ada berlaku juga pada kondisi dan sampel yang berbeda. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lanjutan yang akan membuktikan bahwa ada pengaruh antara faktor sistem bagi hasil, kenyamanan pelayanan dan prosedur yang mudah di tambah dengan faktor lainnya yakni syarat pinjaman yang fleksibel terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit. Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan dua masalah.

1. Seberapa besar pengaruh nyata secara simultan variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil – Pasuruan ?
2. Variabel-variabel mana yang paling kuat berpengaruh nyata diantara variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit di PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan ?

### **1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang ada maka tujuan penelitian ini ada dua.

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil, dan pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil -Pasuruan.

2. Untuk mengetahui variabel yang paling kuat berpengaruh nyata dan terstruktur terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan.

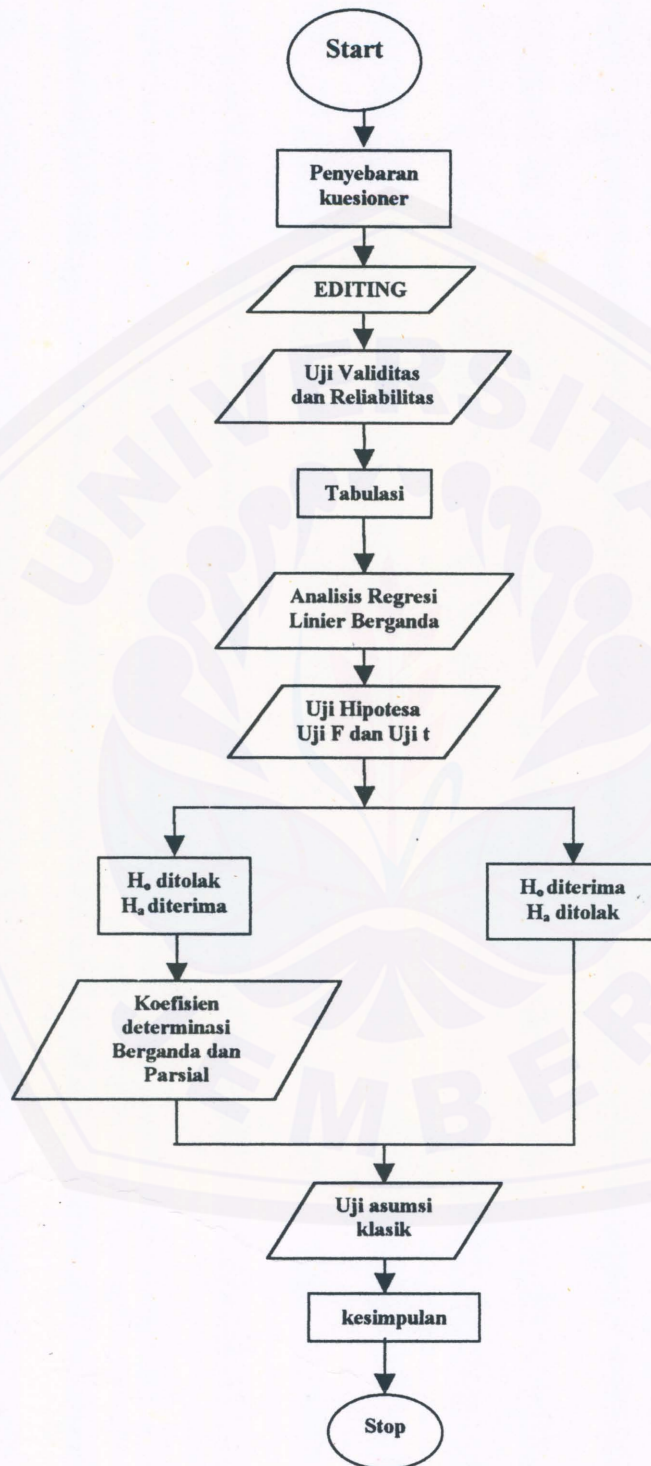
### 1.3.2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi banyak pihak, antara lain adalah sebagai berikut :

1. dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti terhadap variabel-variabel yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit;
2. hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari dalam memahami variabel-variabel yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada lembaga ini. Selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penetapan strategi dan pengembangan lembaga guna memberikan kepuasan bagi para nasabahnya.
3. hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang membahas masalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 1.4. Kerangka Pemecahan Masalah

Adapun untuk menyelesaikan permasalahan tersebut diatas, maka urutan langkah yang akan dilakukan adalah seperti kerangka pemecahan masalah pada gambar 1.1.



Gambar 1.1: Kerangka Pemecahan Masalah Penelitian.



## **Keterangan kerangka pemecahan masalah :**

1. Start;
2. Penyebaran kuesioner yang ditujukan untuk memperoleh input data yang berkaitan dengan variabel-variabel yang mempengaruhi nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Artha Sinar Mentari Rambipuji-Jember;
3. Editing untuk memeriksa kebenaran;
4. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner;
5. Hasil dari penyebaran kuesioner yang sudah diuji validitas, selanjutnya data responden tersebut diolah yang kemudian disajikan dalam tabel-tabel yang akan dianalisis lebih lanjut;
6. Pengujian dilanjutkan dengan uji regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel yang mempengaruhi secara nyata dan simultan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan;
7. Pengujian selanjutnya adalah uji hipotesis untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah dijabarkan;
8. Proses pengujian selanjutnya yakni uji Determinasi Berganda dan Parsial, untuk mengetahui pengaruh nyata variabel-variabel bebas baik secara simultan dan parsial terhadap variabel terikat (keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan);
9. Hasil pengolahan data responden dilanjutkan pada proses uji asumsi klasik yaitu untuk mengetahui adanya kesalahan atau tidak terhadap uji asumsi klasik;
10. Akhir dari proses pemecahan masalah diatas adalah pengambilan simpulan berdasarkan hasil analisis data-data yang diperoleh melalui analisis regresi linier berganda, uji hipotesis serta analisis determinasi berganda dan parsial .

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

#### 2.1.1. Penelitian Meutia Hayati (1999)

Judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Arthaswasembada Mojosari-Mojokerto”. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui perilaku nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Arthaswasembada. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa terdapat hubungan antara suku bunga, syarat pinjaman, prosedur kredit dan pelayanan terhadap pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Arthaswasembada.

#### 2.1.2. Penelitian Kristianti Widyaningsih (2000)

Judul “Analisis beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memanfaatkan jasa kredit pada Perum Pegadaian Cabang Bondowoso”. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memanfaatkan jasa kredit pada Perum Pegadaian Cabang Bondowoso. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh yang 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, tetapi faktor pendapatan konsumen tidak mempunyai hubungan dan pengaruh yang kuat terhadap pemanfaatan jasa kredit pada Perum Pegadaian Cabang Bondowoso.

Persamaan kedua penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah :

1. kedua penelitian tersebut memiliki tujuan yang sama yakni untuk mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan;
2. kedua penelitian tersebut menggunakan variabel-variabel yang hampir sama yakni syarat pinjaman atau variatif barang agunan, pelayanan, prosedur dan

tingkat suku bunga sebagai variabel bebas, sedangkan keputusan pengambilan atau pemanfaatan kredit sebagai variabel terikat.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah :

1. pada penelitian ini variabel tingkat suku bunga diganti dengan sistem bagi hasil sebagai variabel bebas, mengingat penelitian ini dilaksanakan pada lembaga keuangan Syariah yang tidak mengenal istilah suku bunga didalamnya tetapi yang digunakan adalah istilah sistem bagi hasil;
2. pada penelitian ini digunakan alat analisis antara lain; analisis regresi berganda, analisis determinasi berganda dan parsial, uji F dan uji t;
3. pada penelitian ini juga digunakan uji Asumsi Klasik agar pendugaan parameter sesuai dengan model regresi linier yang standart, maka pendugaan ini harus memenuhi asumsi BLUE (Best Linier Unbiased Estimator) atau parameter estimasinya tidak bias. Pada pengamatan ini memiliki kriteria harus mewakili variansi minimum, konsisten dan efisiensi. Asumsi BLUE yang harus dipenuhi antara lain: homokedastisitas, tidak ada multikolinearitas, tidak ada autokorelasi;
4. penelitian yang dilakukan oleh Meutia Hayati (1999) mengambil obyek pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Arthaswasembada Mojosari-Mojokerto, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kristianti Widyaningsih (2000) mengambil obyek pada Perum Pegadaian Cabang Bondowoso. Penelitian ini mengambil obyek pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan.

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengertian Jasa

Secara umum produk dapat dibagi melalui berbagai macam metode atau cara. Salah satu metode atau cara yang lazim digunakan dalam mengklasifikasikan adalah didasarkan pada daya tahan atau wujud suatu produk. Berdasarkan kriteria ini, ada tiga kelompok produk yaitu (Tjiptono, 1998 : 5-6) :

1. barang tidak tahan lama (*Nondurable goods*), yaitu berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian;

2. barang tahan lama (*Durable goods*), yaitu barang berwujud yang biasanya tahan lama dan memiliki umur ekonomis lebih dari satu tahun;
3. jasa (*Services*), yaitu aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Tawaran perusahaan ke pasar biasanya mencakup beberapa jasa. Komponen jasa merupakan bagian kecil atau bagian utama dari total penawaran. Bahkan, penawaran itu dapat berkisar dari barang murni. Penawaran dapat dibedakan menjadi lima kategori, yaitu:

1. barang berwujud murni, tidak ada jasa yang menyertai produk tersebut;
2. barang yang berwujud dan disertai jasa, penawaran terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik konsumennya;
3. campuran, penawaran yang terdiri barang dan jasa dengan proporsi yang sama;
4. jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan, penawaran terdiri dari jasa utama dengan jasa tambahan dan atau barang pelengkap;
5. jasa murni, penawaran hanya terdiri dari jasa misal, jasa konsultasi psikologi dan jasa bantuan hukum (*lawyer*).

Akibat bauran barang ke jasa yang berbeda-beda, sulit untuk menyamaratakan jasa kecuali dengan perbedaan lebih lanjut. Hal ini disebabkan karena setiap pembelian suatu barang seringkali disertai dengan jasa-jasa tertentu (misalnya, pemberian garansi, perawatan, dan reparasi) demikian halnya pada setiap pembelian jasa seringkali juga mempergunakan barang-barang sebagai pelengkap dari jasa tersebut (misal, penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi). Namun demikian jasa dapat didefinisikan sebagai berikut (Kotler,1995:548):

“Jasa merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun “.

### 2.2.2. Karakteristik Jasa Dan Implikasi Pemasaran.

Jasa memiliki empat karakteristik utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran.

#### 1. Jasa tidak berwujud.

Jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud. Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen mencari bukti atau tanda dari kualitas jasa sehingga mampu menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa yang dikehendaki. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut kemampuan untuk mengelola bukti atau tanda pada penawaran abstraknya dalam rangka mewujudkan sesuatu yang tidak berwujud.

#### 2. Jasa tidak dapat dipisahkan.

Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan, berbeda dengan barang fisik yang diproduksi disimpan dalam persediaan, didistribusikan lewat berbagai penjual dan kemudian barang dikonsumsi. Dalam hal ini jasa dapat dinikmati fungsi dan manfaatnya apabila jasa tersebut digunakan atau dikonsumsi secara bersamaan dan tidak dipisah-pisahkan dalam penggunaannya.

#### 3. Variabilitas.

Jasa sangat bervariasi, hal ini disebabkan pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana jasa itu dilakukan. Dengan semakin tingginya variasi jasa maka penyedia jasa harus mampu melakukan tindakan pengawasan terhadap kualitas jasa yang diberikan. Tiga langkah yang dapat dilakukan untuk kontrol kualitas jasa, sebagai berikut:

- a. investasi dalam seleksi dan pelatihan karyawan yang baik, langkah ini diharapkan agar seluruh karyawan yang dipekerjakan mampu menyediakan jasa yang baik;
- b. menstandarisasi proses pelaksanaan jasa diseluruh organisasi, ini dilakukan untuk menyiapkan rencana jasa yang menggambarkan proses dan peristiwa jasa;

c. memonitor kepuasan pelanggan lewat sistem saran dan keluhan, survei pelanggan sehingga pelayanan yang kurang dapat dideteksi dan diperbaiki.

#### 4. Tidak tahan lama.

Jasa tidak dapat disimpan. Tidak tahan lamanya jasa tidak menjadi masalah bila permintaan tetap karena mudah mengatur staff untuk melakukan jasa itu lebih dahulu.

#### 2.2.3. Strategi Pemasaran Untuk Perusahaan Jasa.

Sejalan dengan meningkatnya persaingan jasa, akan membutuhkan lebih banyak keahlian pemasaran mengingat adanya kompleksitas ini pemasaran jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan interaktif. Pemasaran eksternal, menggambarkan pekerjaan normal yang dilakukan perusahaan untuk menyiapkan, menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan jasa itu ke pelanggan. Pemasaran internal, menggambarkan pekerjaan yang dilakukan perusahaan untuk melatih dan memotivasi karyawannya agar melayani pelanggan dengan baik. Pemasaran interaktif, menggambarkan keahlian karyawan dalam melayani konsumen. Konsumen menilai kualitas jasa tidak hanya dari kualitas teknis tetapi juga kualitas fungsionalnya.

Jasa biasanya lebih tinggi dalam kualitas pengalaman dan kepercayaan, konsumen merasakan lebih banyak resiko dalam pembeliannya. Hasil itu membawa beberapa konsekuensi pertama, konsumen jasa biasanya lebih bergantung pada promosi mulut ke mulut daripada iklan perusahaan jasa. Kedua, konsumen jasa cenderung mengandalkan harga, personalia, dan petunjuk fisik untuk menilai kualitas jasa, dan ketiga, apabila konsumen jasa merasa puas maka konsumen cenderung akan setia pada penyedia jasa. Oleh karena itu dalam menghadapi persoalan tersebut perusahaan jasa harus mampu meningkatkan perbedaan kompetitif, kualitas jasa dan produktifitasnya.

## 2.3. Perbankan

### 2.3.1. Pengertian Perbankan

Lembaga keuangan atau perbankan merupakan salah satu penyedia atau penyalur produk jasa dalam hal ini kaitannya dengan jasa keuangan atau perbankan, bank memiliki pengertian yang telah berkembang hingga saat ini. Pengertian Bank menurut Undang-undang Pokok Perbankan No.7 Tahun 1992 adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya, memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang (Sinungan, 1991:11).

Perumusan diatas, didalamnya terdapat istilah lembaga keuangan yang menurut Undang-undang pokok perbankan No. 7 Tahun 1992 adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatannya dibidang keuangan, menarik uang, dari dan menyalurkannya ke dalam masyarakat (Sardjonopermono, 1993:31).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui mengenai pengertian bank yang pada dasarnya bank merupakan tempat penitipan atau penyimpanan uang, pemberi atau penyalur kredit dan juga perantara didalam lalu lintas pembayaran.

Pengertian mengenai bank yang semakin berkembang, pada saat ini memungkinkan bagi dunia perbankan untuk menerapkan sistem operasional bank yang baru meskipun sebenarnya sistem ini telah ada sejak awal akan tetapi operasionalnya baru dilaksanakan pada saat-saat ini, bentuk sistem operasional ini adalah sistem syariah atau yang lebih dikenal dengan istilah sistem bagi hasil. Dalam Undang-undang Pokok Perbankan No. 7 Tahun 1992 tidak dikenal dengan istilah sistem syariah, tetapi yang lebih dikenal adalah sistem bagi hasil walaupun sebenarnya yang dimaksud adalah sistem syariah. Berdasarkan pada pasal 6 dan 13 Undang-undang No.7 Tahun 1992, dibuka kemungkinan bank untuk melakukan kegiatan usaha dalam bentuk memberikan pembiayaan bagi nasabah berdasarkan prinsip bagi hasil sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tentang Bank berdasarkan sistem atau prinsip bagi hasil dan dalam Undang-undang No. 10 Tahun 1998 yang merupakan perubahan Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan terdapat beberapa perubahan yang memberikan peluang yang lebih besar bagi pengembangan perbankan syariah.

Berdasarkan pada ketentuan tersebut, terdapat dasar pemikiran operasional Bank perkreditan Rakyat Syariah di Indonesia yang didasari atas adanya tuntutan bermuamalah secara Islam yang merupakan keinginan sebagian umat Islam di Indonesia, juga sebagai langkah aktif dalam rangka merestrukturisasi perekonomian terhadap kebijaksanaan yang membebaskan bank dalam penetapan tingkat suku bunga (*Rate of Interest*) yang kemudian dikenal dengan bank tanpa bunga.

Berdasarkan pada Peraturan Pemerintah Nomor 72 Tahun 1992 tertanggal 30 Oktober 1992, disebutkan mengenai pengertian Bank Perkreditan Rakyat Syariah sebagai berikut :

1. bank berdasarkan prinsip bagi hasil adalah Bank Umum atau Bank Perkreditan Rakyat yang melakukan kegiatan usaha semata-mata berdasarkan prinsip bagi hasil;
2. bank Umum, Bank Perkreditan Rakyat yang melakukan kegiatan usaha bank sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), wajib memenuhi ketentuan sebagaimana diterapkan dalam PP Nomor 70 tahun 1992 tentang Bank Perkreditan Rakyat serta Peraturan Perundang-undangan lainnya yang berlaku bagi bank umum dan BPR.

Bank Perkreditan Rakyat Syariah secara nyata merumuskan beberapa hal yang berkaitan dengan tujuan pelaksanaan maupun operasional BPRS ini, antara lain :

1. meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam terutama kelompok masyarakat ekonomi lemah yang pada umumnya berada di pedesaan;
2. menambah lapangan kerja terutama di tingkat kecamatan sehingga dapat mengurangi arus urbanisasi;
3. membina ukhuwah Islamiyah melalui kegiatan ekonomi dalam rangka peningkatan pendapatan perkapita menuju kualitas hidup yang memadai dan **madani**.



### 2.3.2. Tugas Dan Fungsi Bank

Tugas dari bank adalah (Sinungan, 1991:112) :

1. memberi kredit pada orang atau badan usaha yang membutuhkan uang. Pemberian kredit ditujukan pada kegiatan-kegiatan produksi bukan untuk keperluan yang konsumtif;
2. menarik uang dari masyarakat, yakni masyarakat dapat menyimpan uang yang tidak atau belum dipergunakan dalam bentuk rekening koran , giro, deposito berjangka, tabanas, taska dan lain-lain;
3. memberikan jasa-jasa dalam bidang lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Jasa-jasa ini dapat berbentuk antara lain pengeluaran cek, pengiriman uang, membeli dan menjual wesel, sebagai media untuk tukar menukar valuta asing dan sebagainya;
4. memberikan jaminan bank, menyewakan tempat untuk menyimpan barang-barang berharga dan sebagainya.

Bank memiliki fungsi-fungsi yang tidak dapat dipisahkan dengan tugas-tugas sebagai lembaga keuangan masyarakat. Fungsi dari bank sebagai tempat untuk penitipan atau penyimpanan uang, lembaga pembeli atau penyalur kredit, dan sebagai perantara dalam lalu lintas pembayaran (Iswardono Sp,1993:50).

1. Sebagai tempat untuk penitipan atau penyimpanan uang.

Bank memberikan surat atau selemba kertas dalam bentuk sebagai berikut :

- a. rekening koran atau giro yaitu simpanan yang setiap dapat diminta kembali atau dipergunakan untuk melakukan pembayaran dengan menggunakan cek, penyimpanan uang dalam bentuk ini tidak memperoleh bunga;
- b. deposito berjangka yaitu simpanan yang ditiptkan ke bank untuk jangka waktu tertentu untuk disimpan, dalam bentuk ini bank membayar bunga sebagai penghasilan kepada pemilik uang;
- c. tabungan pada hakekatnya sama dengan deposito tetapi tabungan mempunyai persyaratan tertentu yang berbeda dengan deposito.

## 2. Sebagai lembaga pembeli atau penyalur kredit.

Pemanfaatan uang yang disimpan oleh nasabah pada bank dilakukan dengan menyalurkan pada pihak yang membutuhkan kredit, atau dibelinya surat-surat berharga yang menghasilkan bunga atau melakukan ekspansi kredit.

## 3. Sebagai perantara dalam lalu lintas Pembayaran.

Bank bertindak sebagai penghubung antara nasabah yang satu dengan yang lainnya, bila keduanya melakukan transaksi. Disamping itu juga menyelenggarakan penagihan uang atas langganan (inkaso).

### 2.3.3. Jasa Bank

Jasa Bank merupakan suatu usaha pokok bank untuk memberikan kredit dan memberikan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Dengan demikian jelas bahwa usaha pokok bank adalah (Suyatno, 1994 : 48).

1. Memberikan kredit pada masyarakat.
2. Memberikan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

## 2.4. Kredit

### 2.4.1. Pengertian Kredit

Pengertian kredit memiliki dimensi yang beraneka ragam, secara terminologis kata kredit yang berasal dari bahasa Yunani *credere* yang berarti kepercayaan atau dalam bahasa Latin *creditum* yang berarti kepercayaan akan kebenaran.

Dalam pelaksanaannya pengertian ini selanjutnya berkembang lebih luas, antara lain :

1. kredit adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan suatu janji pembayarannya akan dilakukan atau ditanggungkan pada suatu jangka waktu yang disepakati;
2. kredit menurut Undang-Undang Pokok Perbankan Nomor 14 Tahun 1967 dalam bab I pasal 1 dan pasal 2 dirumuskan bahwa kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat disamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan pinjam meminjam antara bank dengan lain pihak dalam hal mana pihak

peminjam berkewajiban melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga yang telah ditentukan.

Berdasarkan perumusan diatas ada beberapa kesimpulan yang dapat ditarik yaitu :

1. adanya suatu penyerahan uang atau tagihan atau dapat juga barang yang menimbulkan tagihan tersebut kepada pihak lain, dengan harapan memberi pinjaman ini bank memperoleh suatu tambahan nilai pokok pinjaman tersebut yang berupa bunga sebagai pendapatan bagi bank yang bersangkutan;
2. proses kredit didasarkan pada suatu perjanjian yang saling mempercayai kedua belah pihak yang akan mematuhi kewajibannya masing-masing;
3. dalam pemberian kredit ini terkandung kesepakatan pelunasan utang dan bunga akan diselesaikan dalam jangka waktu tertentu yang telah disepakati bersama.

Pengertian kredit ini perlu dipahami dengan benar, agar dapat membedakan antara pengertian kredit yang sesungguhnya dengan pengertian kredit yang berlaku di masyarakat umum.

#### 2.4.2. Prinsip-Prinsip Kredit

Pelaksanaan kegiatan perkreditan yang sehat didasarkan pada prinsip 6C dan 3R. Prinsip-prinsip ini meliputi *Character, Capacity, Capital, Collateral, Condition of economy, Constraint* dan prinsip *Return, Repayment* dan *Risk Bearing Ability* (Hadiwidjaya-Rivai Wirasasmita, 1991:34).

##### 1. *Character*

Dasar dari suatu pemberian kredit adalah atas dasar kepercayaan, yakni adanya keyakinan dari pihak bank bahwa si peminjam (debitor) mempunyai moral, untuk ataupun sifat-sifat pribadi yang positif dan kooperatif serta mempunyai rasa tanggung jawab baik dalam kehidupan pribadi sebagai manusia maupun kehidupannya sebagai anggota masyarakat khususnya dalam menjalankan usahanya.

## 2. *Capacity*

Suatu penilaian kepada calon debitur mengenai kemampuan melunasi kewajiban-kewajibannya dari kegiatan usaha yang dilakukannya atau kegiatan usaha yang akan dilakukannya yang akan dibiayai dengan kredit dari bank.

## 3. *Capital*

Sejumlah dana atau modal sendiri yang dimiliki oleh calon debitur. Kemampuan capital dapat dimanifestasikan dalam bentuk kewajiban untuk menyediakan self financing sampai sejumlah tertentu dan sebaiknya besar self financing ini lebih besar dari kredit yang akan dimintakan dari perbankan.

## 4. *Collateral*

Yakni barang-barang jaminan yang diserahkan oleh peminjam atau debitur sebagai jaminan atas kredit yang diterima. Hal ini dimaksudkan sebagai alat pengaman apabila usaha yang dibiayai dengan kredit tersebut gagal atau sebab-sebab lain dimana debitur tidak mampu melunasi kreditnya dari usaha yang normal.

## 5. *Condition of economy*

Merupakan situasi dan kondisi politik, sosial, ekonomi, budaya dan lain-lain yang dapat mempengaruhi keadaan perekonomian pada suatu saat maupun untuk suatu kurun waktu tertentu yang kemungkinannya akan dapat mempengaruhi kelancaran usaha dari perusahaan yang memperoleh kredit. Penilaian terhadap condition of economy, dimaksudkan untuk mengetahui sejauhmana kondisi-kondisi yang mempengaruhi perekonomian suatu negara atau daerah akan memberikan dampak yang bersifat positif maupun dampak yang bersifat negatif terhadap perusahaan yang memperoleh kredit tersebut.

## 6. *Constraint*

Yakni batasan-batasan atau hambatan-hambatan yang tidak memungkinkan seseorang untuk melakukan bussiness di suatu tempat.

## 7. *Return*

Merupakan penilaian pihak bank yang berkaitan dengan hasil yang akan dicapai calon debitur.

## 8. *Repayment*

Merupakan penilaian pihak bank terhadap kemampuan nasabah di dalam usaha pembayaran kembali oleh nasabah atas kredit yang telah diambil.

## 9. *Risk Bearing Ability*

Merupakan penilaian pihak bank terhadap kemampuan nasabah atau calon debitur dalam menanggung resiko.

### 2.4.3. Manfaat-Manfaat Perkreditan

Ada berbagai pihak yang berkepentingan secara langsung atau tidak langsung terhadap fasilitas perkreditan yang dipasarkan oleh bank baik bank konvensional atau komersial maupun bank syariah. Pihak-pihak yang mempunyai kepentingan langsung jelas pihak bank dan calon debitur itu sendiri karena kedua belah pihak inilah yang pertama-tama akan menerima atau merasakan manfaat perkreditan secara langsung. Bagi pihak pemerintah serta masyarakat luas juga akan menerima atau merasakan manfaat perkreditan meski secara tidak langsung.

#### 1. Manfaat perkreditan ditinjau dari sudut kepentingan debitur.

- a. Relatif mudah diperoleh apabila usahanya bersifat feasible.
- b. Memberikan kesempatan bagi para debitur untuk memperluas dan mengembangkan usahanya dengan lebih leluasa.
- c. Tersedianya berbagai jenis kredit, berbagai bentuk penawaran modal (dana) hingga dapat dipilih dana yang paling cocok untuk kebutuhan modal perusahaan yang bersangkutan.
- d. Jangka waktu kredit dapat disesuaikan dengan kebutuhan dana bagi perusahaan debitur.

#### 2. Manfaat perkreditan ditinjau dari sudut kepentingan perbankan.

- a. Memperoleh pendapatan bunga kredit bagi bank konvensional sedangkan bank syariah akan memperoleh bagi hasil dari pengelolaan kredit atau pembiayaan tersebut.
- b. Menjaga solvabilitas usahanya.
- c. Membantu memasarkan jasa-jasa perbankan lainnya.
- d. Mampu mempertahankan dan mengembangkan usahanya.
- e. Mampu merebut pasar (*market share*) dalam industri perbankan.

- f. Meningkatkan kemampuan dan pengetahuan tentang berbagai kegiatan-kegiatan industri secara detail.
3. Manfaat perkreditan ditinjau dari sudut kepentingan pemerintah.
    - a. Alat untuk memacu pertumbuhan ekonomi baik secara umum maupun untuk pertumbuhan sektor-sektor ekonomi tertentu.
    - b. Alat untuk mengendalikan kegiatan moneter.
    - c. Alat untuk menciptakan lapangan usaha atau memberikan peluang atau kesempatan bisnis bagi berbagai pihak.
    - d. Alat untuk meningkatkan dan pemeratakan pendapatan masyarakat.
    - e. Sumber pendapatan negara.
  4. Manfaat perkreditan ditinjau dari sudut kepentingan masyarakat luas.
    - a. Adanya pertumbuhan ekonomi yang pesat dan membuka lapangan kerja atau usaha yang baru sehingga mampu meningkatkan pendapatan dan pemerataan pendapatan dimasyarakat.
    - b. Bagi masyarakat pengusaha akan dapat memperoleh faktor-faktor produksi dengan cara yang relatif mudah, cepat, dengan biaya yang relatif murah.
    - c. Adanya fasilitas kredit bagi masyarakat luas sangat bermanfaat didalam pengembangan sumber daya manusia.

## 2.5. Perilaku Konsumen

### 2.5.1. Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian

Analisis suatu proses pembelian merupakan suatu rangkaian tahapan yang diambil oleh seorang konsumen. Tahap-tahap dalam proses kegiatan suatu pembelian menurut Phillip Kotler, meliputi :

1. mengidentifikasi kebutuhan yang dirasakan;
2. menentukan kegiatan sebelum membeli;
3. pengambilan keputusan untuk membeli;
4. melakukan perilaku pembelian;
5. menganalisa perasaan setelah membeli.

Perilaku konsumen menentukan proses pengambilan keputusan dalam suatu pembelian. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan untuk

penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Dalam proses pengambilan keputusan terdiri atas lima tahap, yaitu; menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi dari sumber-sumber yang ada, penilaian dan pemilihan terhadap alternatif pembelian, keputusan untuk membeli, perilaku sesudah pembelian. Pendekatan proses pada pengambilan keputusan yang memberikan gambaran khusus tentang alasan mengapa konsumen berperilaku tertentu, dapat dibagi dalam dua hal pokok yaitu :

1. merumuskan variabel-variabel struktural yang mempengaruhi konsumen baik ekstern maupun intern;
2. menunjukkan hubungan antar variabel-variabel perilaku konsumen tersebut.

Secara sederhana variabel-variabel perilaku konsumen dapat dibagi dalam tiga bagian, yaitu:

1. faktor-faktor ekstern yang mempengaruhi konsumen;
2. faktor-faktor intern yang menentukan perilaku;
3. proses pengambilan keputusan dari konsumen.

#### 2.5.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.

1. Faktor-faktor lingkungan ekstern yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh lingkungan seorang konsumen dilahirkan dan dibesarkan, hal ini berarti konsumen yang berasal dari lapangan masyarakat yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, sikap, pendapat dan selera yang berbeda pula. Faktor-faktor lingkungan ekstern yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya : kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, referensi kecil dan keluarga.

##### a. Kebudayaan

Kebudayaan sangat luas sifatnya dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia. menurut Stanton, kebudayaan didefinisikan sebagai simbol dan fakta yang kompleks yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada (Swasta dan Handoko, 1997:59). Perilaku pada kenyataannya banyak dipengaruhi oleh kebudayaan dan hal ini akan

berubah setiap waktu sesuai dengan perkembangan jaman dari masyarakat yang ada pada waktu itu. Pengaruh dari kebudayaan ini terhadap perilaku manusia juga merupakan perilaku konsumen, tercermin dari kebiasaan, cara hidup dan tradisi pemerintahan terhadap bermacam-macam barang dan jasa.

b. Kelas sosial

Pada umumnya manusia selalu mempunyai lapisan-lapisan masyarakat. Lapisan-lapisan sosial mungkin berbentuk sistem kasta dimana anggota-anggota kasta yang berbeda ditentukan untuk memerankan peranan tertentu dan tidak dapat bertukar kasta. Lapisan-lapisan dalam masyarakat, atau yang lebih sering dikenal dengan kelas-kelas sosial didefinisikan sebagai pembagian dalam suatu masyarakat yang relatif homogen dan langgeng yang disusun secara hirarkis dan anggotanya-anggotanya mempunyai nilai, minat kepentingan dan perilaku yang sama (Phillip kotler, 1996:233). Kekayaan, kekuasaan, kehormatan dan ilmu pengetahuan seringkali digunakan sebagai ukuran atau tolak ukur atas kriteria yang digunakan dalam menggolongkan masyarakat kedalam kelas-kelas tertentu. Akan tetapi kriteria tersebut tidaklah mutlak sifatnya, karena perbedaan masyarakat kedalam kelas-kelas tersebut berlainan tiap-tiap masyarakat.

c. Kelompok referensi kecil

Perilaku seseorang dalam melakukan pembelian juga dipengaruhi oleh kelompok referensi kecil dan tidak jarang dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertindak laku. Kelompok referensi kecil merupakan kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian dan perilakunya. Kebiasaan dalam suatu kelompok atau masing-masing kelompok selalu mempunyai pelopor opini yang dapat mempengaruhi anggota-anggotanya dalam membeli sesuatu.

d. Keluarga

Kelompok masyarakat yang dikenal dengan istilah keluarga merupakan sasaran dipasarkannya suatu produk. Dalam pasar konsumen, peranan



keluarga sangat besar pengaruhnya dalam melakukan pembelian. Peranan setiap anggota keluarga berbeda-beda sesuai dengan macam barang yang dibeli kaitannya dengan peran keluarga di dalam proses pembelian, ada beberapa hal yang diperhatikan dalam rangka mengetahui sejauhmana peranan keluarga berpengaruh terhadap suatu proses pembelian, yakni :

- (1). siapa yang mempengaruhi keputusan untuk membeli ?
- (2). siapa yang membuat keputusan untuk membeli ?
- (3). siapa melakukan pembelian ?
- (4). siapa memakai produk tersebut ?

2. Faktor-faktor lingkungan intern yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Disamping faktor-faktor lingkungan ekstern, faktor psikologis yang berasal dari proses intern individu sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Faktor-faktor psikologis yang menjadi faktor dasar dalam perilaku konsumen adalah: motif, kepribadian dan konsep diri, pengamatan dan proses belajar.

a. Motif

Setiap kegiatan yang dilakukan seseorang itu didorong oleh sesuatu kekuatan dari dalam diri orang tersebut. Kekuatan pendorong inilah yang sering disebut motif. Jadi perilaku konsumen dimulai dari adanya suatu motif atau motivasi. Motif adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan (Swasta dan Handoko, 1997:16). Motif pembelian dapat dibedakan menjadi dua, yaitu :

- (1). *product motive* yakni motif pembelian terhadap barang yang bersifat rasional dan emosional;
- (2). *patronage motive* yakni motif pembelian terhadap tempat atau penjualannya bersifat rasional dan emosional.

b. Kepribadian dan konsep diri

**Kepribadian dan konsep diri berpengaruh terhadap tingkah laku konsumen** karena terdapat dalam diri manusia. Secara definitif kepribadian adalah suatu pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertingkah laku (Swasta dan Irawan, 1997:112). Pengaruh sifat

kepribadian terhadap pandangan dan perilaku pembelian sangat umum, usaha untuk menghubungkannya dengan berbagai macam tindakan pembelian konsumen umumnya tidak berhasil, tetapi tentunya ahli pemasaran percaya bahwa kepribadian mempengaruhi perilaku konsumen. Aktifitas, minat, dan opini merupakan bagian dari variabel-variabel yang dapat mencerminkan kepribadian seseorang. Melalui konsep diri merupakan cara yang terbaik bagi seseorang untuk mampu melihat diri sendiri sehingga memiliki kemampuan untuk melihat gambaran tentang diri orang lain. Theodore M. New Combe mendefinisikan konsep diri sebagai individu yang diterima oleh individu itu sendiri dalam kerangka kehidupan dalam suatu masyarakat yang menentukan (Swasta dan Handoko, 1997:59).

c. Pengamatan

Pengamatan yang dilakukan oleh seseorang akan menimbulkan sesuatu yang diamatinya. Pengamatan didefinisikan sebagai suatu proses dengan mana pembeli dapat menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya (Swasta dan Handoko, 1997:113). Seseorang akan mempunyai pandangan terhadap sesuatu produk bilamana telah diketahuinya tentang produk yang ditawarkan tersebut secara keseluruhan. Dalam diri seseorang akan timbul berbagai pandangan setelah mengadakan pengamatan sebelumnya, misal tentang harga, kualitas penjual dan sebagainya tergantung dari rangsangan yang diterima selama mengadakan pengamatan. Namun sebelum pandangan tersebut diwujudkan dalam bentuk sikap tertentu, sering harus melalui proses belajar.

d. Proses belajar

Sikap seseorang adalah predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang dapat membimbing tingkah laku orang tersebut. Sikap merupakan hasil dari faktor genetik dan proses belajar yang selalu berhubungan dengan sesuatu obyek atau produk. Proses belajar dapat dikatakan sebagai proses pencarian informasi yang terjadi karena konsumen memperoleh suatu

kepuasan atau sebaliknya sehingga secara otomatis seorang konsumen mampu untuk menanggapi suatu produk. Setiap individu dapat menentukan sikap terhadap produk tertentu, hal ini disebabkan oleh kemampuan individu atas pandangan terhadap produk tersebut dan ditunjang dengan adanya proses belajar baik dari pengalaman atau dari yang lain. Dengan demikian sikap seseorang dapat ditentukan oleh pengalaman, proses belajar dan faktor-faktor lain. Sikap yang dimiliki oleh setiap individu ini dapat berupa sikap positif maupun sikap negatif terhadap produk tertentu. Sikap dianggap merupakan faktor yang tepat untuk meramalkan perilaku yang akan datang, sehingga dengan mempelajari sikap seseorang diharapkan dapat menentukan apa yang dilakukan.

### 2.5.3. Arti Penting Studi Perilaku Konsumen

Melalui pemahaman perilaku konsumen, akan dapat membantu manajemen dalam menyusun program-program pemasaran yang tepat guna memanfaatkan peluang-peluang yang ada terutama dalam mempengaruhi reaksi atau tanggapan konsumen pada barang dan jasa yang ditawarkan. Seperti yang telah diketahui bahwasannya mempelajari perilaku konsumen cukup sulit dan kompleks, karena banyaknya variabel-variabel yang cenderung saling mempengaruhi dan berinteraksi. Sehingga pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan yang menginginkan agar program pemasarannya dapat berhasil. Dengan pemahaman yang komprehensif terhadap perilaku konsumen, maka suatu perusahaan akan mampu mengidentifikasi peluang baru yang ada dipasar dan mengevaluasi kekuatan serta kelemahan dari suatu produk yang ada sekarang ini. Untuk dapat meningkatkan pemahaman ini maka diperlukannya informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen seperti kebutuhan, persepsi, sikap dan minat. Informasi ini akan sangat berguna dalam rangka menentukan segmen pasar, merencanakan strategi pemasaran dan memperkirakan perilaku konsumen dimasa yang akan datang.

## 2.6. Pemasaran

### 2.6.1. Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah termasuk salah satu kegiatan dalam perekonomian dan membantu dalam penciptaan nilai ekonomi, dimana nilai ekonomi itu sendiri akan menentukan harga barang dan jasa bagi individu-individu. Pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Pemasaran harus dapat menafsirkan kebutuhan-kebutuhan konsumen dan mengkombinasikan dengan data pasar. Informasi-informasi dapat dipakai sebagai dasar untuk mengadakan pengolahan bagi kegiatan produksi.

Dasar pemikiran pemasaran dimulai dari kebutuhan dan keinginan manusia. Manusia membutuhkan makanan, udara, air, pakaian, dan tempat berlindung untuk bertahan hidup. Manusia memiliki preferensi yang kuat atas jenis dan merk tertentu dari barang dan jasa pokok. Hal paling penting untuk dapat membedakan kebutuhan, keinginan dan permintaan. Kebutuhan manusia (*human needs*), adalah ketidakberadaan beberapa kepuasan dasar, kebutuhan ini tidak dapat diciptakan oleh masyarakat atau pemasar. Keinginan (*wants*), adalah hasrat akan pemuas kebutuhan spesifik yang dibentuk dan diperbaharui oleh kekuatan dan lembaga sosial. Permintaan (*demands*), adalah keinginan akan produk spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaannya untuk membeli, sehingga akan terpenuhi jika didukung oleh daya beli. Berpijak pada konsep ini diatas, pemasaran didefinisikan sebagai berikut :

“Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial, yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan produk lain” (Kotler,1997:8).

Menurut definisi tersebut, manusia harus menemukan kebutuhannya dulu, kemudian berusaha untuk memenuhinya dengan cara mengadakan hubungan. Dapat dikatakan pula bahwa kegiatan pemasaran itu diciptakan oleh pembeli dan penjual. Kedua belah pihak sama-sama ingin mencari kepuasan. Dalam hal ini pembeli berusaha untuk memenuhi kebutuhannya, sedangkan penjual berusaha untuk mendapatkan laba. Kedua macam kepentingan ini dapat dipertemukan

dengan cara mengadakan pertukaran yang saling menguntungkan. Jadi kebutuhan seseorang dapat dipenuhi dengan mencari orang lain yang bersedia melayaninya.

### 2.6.2. Manajemen Pemasaran

Untuk mencapai tujuan perusahaan kegiatan pemasaran harus dikoordinasi dengan baik, koordinasi ini dikenal dengan istilah manajemen pemasaran. Penanganan proses pertukaran memerlukan banyak waktu dan keahlian. Manajemen pemasaran terjadi apabila sekurang-kurangnya satu pihak potensial memikirkan cara-cara untuk mendapatkan tanggapan dari pihak lain sesuai dengan apa yang dikehendaki. Manajemen pemasaran didefinisikan sebagai berikut :

“manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan, pemikiran, penetapan harga, produksi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi”(Kotler,1997:13).

Definisi ini menjelaskan bahwa manajemen pemasaran adalah proses yang melibatkan analisa perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang mencakup barang, jasa dan gagasan yang tergantung pada pertukaran dan dengan tujuan menghasilkan kepuasan bagi pihak-pihak yang terlibat. Dengan kata lain manajemen pemasaran merupakan usaha yang dilakukan secara sadar untuk menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran. Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa tugas manajer pemasaran adalah untuk mengadakan penelitian pemasaran, perencanaan dan pengawasan pemasaran, serta memahami kondisi pasar sasaran yaitu melalui komunikasi dan promosi untuk mencapai tanggapan efektif yang disesuaikan dengan sikap dan perilaku konsumen.

### 2.6.3. Konsep Pemasaran Dengan Orientasi Pada Konsumen

Perusahaan yang sudah mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses usahanya akan mengetahui adanya falsafah baru yang terlibat didalamnya atau yang lebih dikenal dengan konsep pemasaran (*Marketing Concept*). Sebagai falsafah bisnis konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen atau disebut dengan orientasi pada konsumen (*oriented Consumer*). Secara definitif konsep

pemasaran ialah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonpomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Swasta dan Handoko,1997:6).

Phillip Kotler menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menentukan kebutuhan dan keinginan konsumen dari target pasar dan memberikan kepuasan yang diinginkannya lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler,1987:18).

Berdasarkan konsep pemasaran yang berorientasi pada konsumen maka strategi pemasaran harus didasarkan atas kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk mencapai tujuan tersebut, seharusnya perlu diperhatikan sikap dan perilaku konsumen. Konsep pemasaran didalamnya terkandung tiga hal pokok, yakni : orientasi pada konsumen, penyusunan kegiatan pemasaran secara terpadu, dan kepuasan konsumen.

## 1. Orientasi pada konsumen

Hal-hal yang perlu diperhatikan bagi perusahaan yang berorientasi pada konsumen, antara lain :

- (1). menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi;
- (2). memilih kelompok pembeli tertentu sebagai sasaran dalam penjualannya;
- (3). menentukan produk dan program pemasarannya;
- (4). mengadakan penelitian terhadap konsumen untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan, sikap serta tingkah laku mereka;
- (5). menentukan dan melaksanakan strategi pemasaran yang paling baik.

## 2. Penyusunan kegiatan pemasaran secara terpadu.

Kegiatan pemasaran secara terpadu berarti bahwa setiap personil dan setiap departemen dalam perusahaan ikut serta dalam usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen, sehingga tujuan perusahaan dapat terealisasi.

Hal lain yang juga perlu mendapat perhatian adalah penyesuaian dan koordinasi antara produk, harga, saluran distribusi dan promosi untuk menciptakan hubungan pertukaran yang kuat dengan konsumen.

### 3. Kepuasan konsumen.

Berorientasi pada konsumen dengan tujuan memberikan kepuasan bagi konsumen akan menjadi pasar bagi produk yang bersangkutan untuk masa sekarang dan masa datang. Hal ini dapat terjadi karena konsumen merasa puas akan produk atau pelayanan perusahaan.

#### 2.6.4. Tujuan Pokok Perbankan Dalam Lingkup Konsep Pemasaran

Tujuan pokok perbankan dalam lingkup konsep pemasaran berorientasi pada dua hal, meliputi orientasi pada nasabah dan orientasi pada perolehan laba.

##### 1. Orientasi pada Nasabah.

Suatu hal yang penting bagi pemasaran adalah produknya yang luas dan pelayanannya berorientasi pada nasabah. Ini berarti bahwa pelayanan bank harus dilihat dari kepuasan nasabah.

##### 2. Orientasi pada Perolehan Laba.

Konsep pemasaran perbankan bukan hanya melakukan penjualan tetapi juga melakukan kegiatan untuk memperoleh laba. Faktor yang menunjang apakah suatu bank dalam jangka panjang akan mendapatkan laba adalah banyak sedikitnya kepuasan nasabah yang dapat dipenuhi. Hal ini tidak berarti bahwa bank harus berusaha memaksimalkan kepuasan nasabahnya dengan mengabaikan kepentingan bank (perusahaan) itu sendiri, tetapi bank harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

#### 2.7. Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran

Perusahaan yang ingin menggunakan konsep pemasaran untuk mencapai tujuannya, akan menentukan strategi pemasaran yang didasarkan pada kebutuhan dan keinginan konsumen. Strategi pemasaran merupakan suatu pemasaran yang terpadu diciptakan untuk memuaskan konsumen. Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yang terpadu dan berkembang sejalan dengan perkembangan perusahaan dan perubahan lingkungan pemasaran serta perilaku konsumennya. Unsur-unsur dari pemasaran terpadu terdiri dari produk, promosi, harga dan distribusi yang dikenal dengan istilah 4P.

Pada dasarnya strategi pemasaran perusahaan meliputi dua strategi inti yaitu Strategi segmentasi pasar dan strategi *marketing mix*. Oleh karena itu kegiatan pokok perusahaan dalam strategi pemasaran adalah :

1. Pemilihan pasar-pasar yang akan dijadikan sasaran pemasaran;
2. Menyusun kombinasi *marketing mix* yang tepat agar kebutuhan konsumen dapat dipenuhi secara memuaskan.

#### 2.7.1. Strategi Segmentasi Pasar

Tugas pokok manajemen pemasaran sangat erat hubungannya dengan strategi segmentasi pasar. Segmentasi pasar dapat didefinisikan sebagai kegiatan membagi-bagi pasar yang bersifat heterogen dari suatu produk kedalam satuan-satuan pasar (segmen pasar) yang bersifat homogen (Swasta dan Irawan, 1997:89).

Pada strategi segmentasi pasar, perusahaan membagi pasarnya kedalam segmen-segmen pasar tertentu dimana masing-masing segmen bersifat homogen. Pengelompokan pasar kedalam segmen-segmen berdasarkan adanya perbedaan-perbedaan dalam membeli, cara penggunaan barang, kebutuhan pemakai, motif pembelian dan tujuan pembelian. Oleh karena itu, strategi segmentasi pasar harus dimulai dengan mengenal dan memahami perilaku konsumen.

Dasar-dasar yang dapat dipakai dalam segmentasi pasar ini adalah :

1. demografi, seperti : umur, kepadatan penduduk, jenis kelamin, agama, tingkat pendidikan dan sebagainya;
2. sosiologis, seperti : kelompok budaya, kelas-kelas sosial dan sebagainya;
3. psikologis atau psikografis, seperti : kepribadian, sikap, motif pembelian dan sebagainya;
4. tingkat Penghasilan;
5. geografis, seperti : kota, desa, daerah sejuk, daerah panas dan sebagainya.

Segmentasi pasar agar dapat berhasil dengan baik maka perlu dipenuhi beberapa syarat antara lain :

1. adanya informasi-informasi sifat-sifat dari konsumen. Sejauh mana sifat-sifat tersebut dapat diukur, misalnya pembelian yang diorong oleh pertimbangan-pertimbangan ekonomi, kualitas, dan sebagainya;



2. perusahaan harus dapat memusatkan usaha pemasaran secara efektif pada segmen pasar yang dipilih;
3. segmen yang luas dan cukup menguntungkan untuk melakukan kegiatan pemasaran tersendiri.

Perusahaan dengan melalui segmentasi pasar akan dapat menyusun program pemasaran untuk segmen dengan lebih cermat. Anggaran pemasaran dapat dialokasikan sesuai dengan kebutuhan dari berbagai segmen dan perusahaan akan lebih mudah mengetahui serta memahami perilaku konsumen sehingga dapat menyesuaikan produk dan promosinya.

#### 2.7.2. Strategi Marketing Mix

*Marketing Mix* didefinisikan oleh William J. Stanton sebagai kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni : produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi (Swasta dan Irawan, 1997:78). Tekanan utama dari *marketing mix* adalah pasar, karena pada akhirnya produk yang ditawarkan oleh perusahaan diarahkan ke situ. Kebutuhan pasar tersebut dipakai sebagai dasar untuk menentukan macam produknya, demikian pula keadaan pasar terhadap berbagai macam alternatif harga, promosi dan distribusi. Perumusan kombinasi dari keempat variabel tersebut dalam suatu strategi pemasaran yang tepat dan mempergunakan teknik-teknik pemasaran yang sesuai dengan perilaku konsumennya, dapat mempengaruhi tanggapan konsumen pada pasar tertentu.

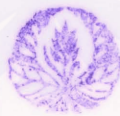
Apabila dijumpai bahwa didalam kenyataannya perilaku konsumen pada masing-masing konsumen pada masing-masing segmen berbeda, maka perusahaan harus dapat merumuskan strategi *marketing mix* yang berbeda pula sesuai dengan keadaan masing-masing segmen pasar.

Secara singkat dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen perlu dipelajari oleh manajemen sebagai kunci untuk merencanakan dan mengelola pemasaran perusahaan dalam lingkungan yang selalu berubah.

## 2.8. Hipotesis

Berdasarkan pokok permasalahan, teori dan hasil penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini diajukan dua hipotesis.

1. Variabel-variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan berpengaruh nyata secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil – Pasuruan.
2. Variabel bebas yang paling kuat berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil – Pasuruan adalah variabel Pelayanan.



Mak UPT Perpustakaan  
UNIVERSITAS JEMBER

### III. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Rumusan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei, dimana penelitian survei dianggap metode yang sesuai untuk jenis penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam survei penelitian ini adalah metode kuesioner yang didukung dengan studi kepustakaan. Sedangkan jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder untuk mendukung hasil penelitian.

#### 3.2. Identifikasi Variabel

Berdasarkan perumusan masalah, hipotesis dan model analisis yang digunakan, maka variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini diidentifikasi menjadi dua kelompok yaitu, variabel dependen (Y) adalah keputusan nasabah dalam pengambilan kredit dan variabel independen (X) terdiri atas empat variabel yang diidentifikasi memiliki pengaruh dan menjadi pertimbangan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit, yaitu:

1. prosedur kredit ( $X_1$ );
2. syarat pinjaman ( $X_2$ );
3. sistem bagi hasil ( $X_3$ );
4. pelayanan ( $X_4$ ).

#### 3.3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

Penelitian ini diperlukan adanya definisi operasional agar dapat diperoleh pengertian yang tepat dalam penggunaan variabel dependen dan independen, yang diuraikan seperti uraian berikut ini.

1. Keputusan nasabah dalam pengambilan kredit (Y) adalah perilaku atau pilihan nasabah dalam mengambil kredit di PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sesuai dengan dibutuhkan dan diinginkan. Indikator penilaian variabel ini didasarkan pada metode pengambilan keputusan pembelian konsumen (Consumer Decision Process), yang terdiri

masalah, kebutuhan, pencarian informasi dan evaluasi: alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku evaluasi setelah pembelian. Item-item pernyataan diukur menggunakan skala likert dengan skala 5, 4, 3, 2, dan 1. Variabel ini diukur dengan beberapa indikator, yaitu:

- a. pertimbangan dalam pengambilan kredit;
  - b. variabel yang berpengaruh terhadap pertimbangan pengambilan kredit;
  - c. keyakinan terhadap pengambilan kredit;
  - d. keinginan untuk tetap menjadi nasabah PT. Bank Perkreditan rakyat Syariah Daya Artha Mentari.
2. Prosedur kredit ( $X_1$ ) adalah langkah-langkah yang harus ditempuh dalam mengajukan kredit yang didalamnya menyangkut jangka waktu pengajuan kredit sampai realisasi kredit. Item-item pernyataan diukur menggunakan skala likert dengan skala 5, 4, 3, 2, dan 1. Variabel ini diukur dengan beberapa indikator yaitu:
- a. prosedur administrasi kredit;
  - b. jangka waktu pengajuan kredit;
  - c. ketepatan realisasi kredit;
  - d. jangka waktu pengembalian kredit.
3. Syarat pinjaman ( $X_2$ ) adalah sesuatu yang harus dipersiapkan sebelum mengajukan pengambilan kredit. Item-item pernyataan diukur menggunakan skala likert dengan skala 5, 4, 3, 2, dan 1. Variabel ini diukur dengan beberapa indikator yaitu :
- a. keharusan jaminan kredit;
  - b. besar/kecil jaminan kredit;
  - c. kemampuan nasabah;
  - d. besar/ kecil perolehan kredit.
4. Sistem bagi hasil ( $X_3$ ) adalah suatu sistem dimana pihak bank dan nasabah sama-sama menanggung resiko baik resiko keuntungan maupun resiko kerugian dengan cara pembagian yang disetujui bersama. Item-item pernyataan diukur

menggunakan skala likert dengan skala 5, 4, 3, 2, dan 1. Variabel ini diukur dengan beberapa indikator yaitu :

- a. pengetahuan tentang sistem bagi hasil;
  - b. persamaan dengan suku bunga;
  - c. keuntungan sistem bagi hasil;
  - d. keadilan dalam sistem bagi hasil.
5. Pelayanan ( $X_4$ ) adalah sikap karyawan bank dalam memenuhi kebutuhan para nasabah, yang secara tidak langsung bertindak sebagai konsultan yang akan memberikan saran kepada nasabah sesuai dengan kebutuhannya. Item-item pernyataan diukur menggunakan skala likert dengan skala 5, 4, 3, 2, dan 1. Variabel ini diukur dengan beberapa indikator yaitu :
- a. informasi kredit;
  - b. penjelasan dari pihak bank;
  - c. pengaruh dari penjelasan oleh pihak bank;
  - d. pelayanan karyawan terhadap nasabah.

### **3.4. Prosedur Pengumpulan Data**

#### **3.4.1. Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden (nasabah) di lapangan dengan menggunakan metode tertentu, yang ditunjang dengan data sekunder yang berupa informasi-informasi tertulis yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### **3.4.2. Sumber Data**

Sumber data primer adalah obyek penelitian yakni responden melalui kuesioner. Sedangkan data sekunder yang berupa sumber-sumber informasi yang menunjang kelengkapan penelitian ini diperoleh melalui bukti-bukti tulisan (dokumentasi), literatur-literatur, hasil penelitian terdahulu terutama yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 3.4.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner dan metode studi kepustakaan.

1. Metode Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang disampaikan pada responden.
2. Metode Kepustakaan, yaitu pengumpulan informasi melalui catatan-catatan, dokumen-dokumen, dan literatur-literatur serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

### 3.5. Metode Sampling

#### 3.5.1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan yang mengambil kredit pada bulan Maret 2001-April 2002.

#### 3.5.2. Metode Penarikan Sampel

Sampel merupakan bagian dari elemen-elemen populasi dari obyek penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah yang telah mengambil kredit dan melakukan transaksi pada bulan April 2002. Sedangkan metode penarikan sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*, yaitu *Accidental Sampling* dimana dalam teknik ini pengambilan sampel tidak ditetapkan terlebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampel yang ditemuinya dan setelah jumlahnya diperkirakan mencukupi, pengumpulan data akan dihentikan untuk selanjutnya diolah dan dianalisa (Soeratno dan Lincoln 1995 : 119).

### 3.5.3. Metode Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan pada formulasi sebagai berikut ( Sitepu, 1994 : 110).

$$z_1 = \frac{1}{2} \text{Ln} \left( \frac{1+r_1}{1-r_2} \right) \quad z_2 = \frac{1}{2} \text{Ln} \left( \frac{1+r_1}{1-r_2} \right)$$

$$Z = Z_1 + Z_2$$

Sedangkan n diperoleh melalui rumus, sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2} + Z_{\beta/2})^2}{Z^2} + 3$$

dimana :

n = Jumlah sampel yang diambil

$\alpha$  = Kekeliruan tipe I

$\beta$  = Kekeliruan tipe II

r = Koefisien korelasi X dan Y terkecil (didasarkan pada hasil penelitian terdahulu dalam bidang yang sama atau berdasarkan pendapat para pakar)

### 3.6. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran berfungsi untuk menjelaskan angka-angka pada suatu variabel menurut metode tertentu. Pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah pengukuran interval dan skala yang digunakan adalah skala likert. Melalui daftar pertanyaan yang ada diperoleh dari masing-masing item dalam setiap variabel. Untuk setiap item dalam daftar pertanyaan menggunakan kriteria sebagai berikut:

jawaban sangat setuju memiliki bobot nilai 5

jawaban setuju memiliki bobot nilai 4

jawaban kurang setuju memiliki bobot nilai 3

jawaban tidak setuju memiliki bobot nilai 2

jawaban sangat tidak setuju memiliki bobot nilai 1

Teknik pengukuran data mentah (*Raw data*) adalah dengan menggunakan skor komposit (gabungan), yaitu skor akhir merupakan penjumlahan dari skor setiap item

atau komponen dengan memperhitungkan besarnya bobot masing-masing (Azwar,1997:100).

### 3.7 Uji Validitas dan Uji Realibilitas

#### 3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas data bertujuan untuk mengetahui sejauhmana validitas data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Uji validitas data dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel (Santoso, 2001:280). Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel korelasi pada derajat bebas (db)  $n-2$  dengan tingkat signifikansi 5% maka pernyataan dinyatakan valid dan sebaliknya. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 10.0 (*Statistical Product and Service Solutions*). Hipotesis yang berlaku adalah sebagai berikut :

1.  $H_0 : r = 0$ , artinya tidak ada hubungan antara butir pertanyaan dengan skor total.
2.  $H_a : r \neq 0$ , artinya ada hubungan antara butir pertanyaan dengan skor total.

#### 3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan sejauhmana suatu hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran ulang pada subyek yang sama, dengan alat pengukur yang sama pula. Alat ukur yang dimaksud adalah kuesioner, oleh sebab itu instrumen yang andal sering juga disebut konsisten atau stabil. Suatu instrumen yang dianggap andal apabila koefisien reliabilitas ( $r_{hitung}$ ) lebih dari ( $r_{tabel}$ ) atau jika probabilitas ( $\alpha$ ) lebih dari 0,5 (Maholtra, 1996 dalam Suratman, 2001:27). Untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini digunakan teknik analisis dengan formula *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{\sum St^2} \right\}$$

Dimana :

$r$  = korelasi keandalan alpha

$k$  = mean kuadrat antara subyek

$\sum Si^2$  = mean kuadrat kesalahan

$\sum St^2$  = varians total



Sedangkan untuk mencari varians total dan varians item digunakan rumus sebagai berikut :

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2}{n} - \frac{(\sum X)^2}{n^2}$$

$$Si^2 = \frac{JKi}{n} - \frac{JKs}{n^2}$$

Dimana:

JKi = Jumlah kuadrat seluruh score item

JKs = Jumlah kuadrat subyek

### 3.8. Metode Analisis Data

#### 3.8.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh nyata variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah (prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan) terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari maka dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda.

Model tersebut dapat dirumuskan secara umum sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 \dots + \beta_n X_n + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan nasabah dalam pengambilan kredit

$\beta_0$  = Konstanta

$\beta_i$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_i$

$X_1$  = Sistem dan prosedur kredit

$X_2$  = Syarat pinjaman

$X_3$  = Sistem bagi hasil

$X_4$  = Kenyamanan pelayanan

$\epsilon$  = Variabel pengganggu

Analisis regresi ini di lakukan sebagai uji statistik dalam rangka mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit. Analisis ini diolah dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 10.0.

### 3.8.2. Analisis Determinasi Berganda

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh beberapa variabel independen (prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan kenyamanan pelayanan) terhadap variabel dependen secara simultan. Untuk mengetahui besarnya pengaruh beberapa variabel secara simultan, formulasi yang digunakan (Dajan,1986:329)

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y + b_4 \sum X_4 Y \dots b_n \sum X_n Y}{\sum Y^2}$$

keterangan:

$R^2$ = koefisien determinasi berganda

$b_1, b_2, b_3, b_4 \dots b_n$ =koefisien regresi

$X_1, X_2, X_3, X_4 \dots X_n$ =variabel bebas

$Y$ = keputusan nasabah dalam pengambilan kredit

### 3.8.3. Analisis Determinasi parsial ( $r^2$ )

Analisis determinasi parsial ( $r^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh nyata variabel independen (prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan yang memuaskan) terhadap variabel dependen (keputusan pengambilan kredit) secara parsial. Untuk mengetahui besarnya pengaruh beberapa variabel independen secara parsial, formulasi yang digunakan sebagai berikut (Supranto,1983:289).

- a. untuk mencari koefisien determinasi secara parsial antara prosedur kredit ( $X_1$ ) terhadap keputusan pengambilan kredit ( $Y$ ).

$$r^2_{X_1 Y} = \frac{\sum X_1 Y}{\sqrt{\sum X_1^2 Y^2}}$$

- b. untuk mencari koefisien determinasi secara parsial antara syarat pinjaman ( $X_2$ ) terhadap keputusan pengambilan kredit (Y).

$$r^2 X_2 Y = \frac{\sum X_2 Y}{\sqrt{\sum X_2^2 Y^2}}$$

- c. untuk mencari koefisien determinasi secara parsial antara system bagi hasil ( $X_3$ ) terhadap keputusan pengambilan kredit (Y).

$$r^2 X_3 Y = \frac{\sum X_3 Y}{\sqrt{\sum X_3^2 Y^2}}$$

- d. untuk mencari koefisien determinasi secara parsial antara pelayanan ( $X_4$ ) terhadap keputusan pengambilan kredit (Y).

$$r^2 X_4 Y = \frac{\sum X_4 Y}{\sqrt{\sum X_4^2 Y^2}}$$

#### 3.8.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat yang terdapat pada model yang telah dikembangkan tersebut. Uji hipotesis yang dilakukan adalah dengan uji F dan uji t.

##### 1. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (Supranto,1983:257).

Hipotesis yang diajukan untuk uji F adalah sebagai berikut :

- $H_0$  : variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil, dan pelayanan secara simultan tidak berpengaruh nyata terhadap variabel keputusan pengambilan kredit;
- $H_a$  : variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil, dan pelayanan secara simultan berpengaruh nyata terhadap variabel keputusan pengambilan kredit.

Hipotesis ini akan berlaku dengan ketentuan :

- (1). Bila  $-F^{\alpha/2} < F_{hitung} < F^{\alpha/2}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak;
- (2). Bila  $F_{hitung} < -F^{\alpha/2}$  atau  $F_{hitung} > F^{\alpha/2}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Secara umum uji F dirumuskan sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel  
 k = jumlah variabel independen  
 $R^2$  = Koefisien determinasi

## 2. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen yang lain konstan. Hipotesis yang diajukan untuk uji t adalah sebagai berikut :

- a.  $H_0$  : secara parsial tidak ada pengaruh nyata antara variabel variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil, dan pelayanan dengan variabel keputusan pengambilan kredit;
- b.  $H_a$  : secara parsial ada pengaruh yang nyata antara variabel variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil, dan pelayanan dengan variabel keputusan pengambilan kredit.

Hipotesis ini dapat berlaku dengan ketentuan sebagai berikut :

- (1). Bila  $-t^{\alpha/2} < t_{hitung} < t^{\alpha/2}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak;
- (2). Bila  $t_{hitung} < -t^{\alpha/2}$  atau  $t_{hitung} > t^{\alpha/2}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Secara umum uji t dirumuskan (Supranto,1983:205) sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_b}$$

Keterangan :

$S_b$  = Simpangan baku dari  $b_1, b_2, b_3, \dots, b_n$

$b_i$  = koefisien regresi dari  $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ .

### 3.8.5. Uji Asumsi Klasik

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil model regresi linier berganda yang diperoleh kemudian diuji apakah sudah sesuai dengan standart. Langkah pengolahan data selanjutnya adalah dilakukan pendugaan parameter sesuai dengan model yang telah dikembangkan. Adapun metode pendugaan yang dilakukan adalah BLUE (Best Linier Unbiased Estimator) atau parameter estimasinya tidak bias. Metode ini mempunyai kriteria bahwa pengamatan harus mewakili variansi minimum, konsisten dan efisiensi. Asumsi BLUE yang harus dipenuhi antara lain : homokedastisitas, tidak ada multikolinearitas dan tidak ada autokorelasi. Agar memenuhi asumsi BLUE tersebut, maka penelitian ini menggunakan uji multikolinearitas, heterokedastisitas dan autokorelasi.

#### a. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti terjadi interkorelasi antara variabel independen yang menunjukkan adanya lebih dari satu hubungan linier yang signifikan. Apabila koefisien korelasi variabel yang bersangkutan nilainya terletak di luar batas-batas penerimaan (*critical value*) maka koefisien korelasi bermakna dan terjadi multikolinearitas. Apabila koefisien korelasi terletak didalam batas-batas penerimaan maka koefisien korelasinya tidak bermakna dan tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan hasil analisis *Collinearity Statistic* diketahui bahwa akan terjadi multikolinearitas jika besar nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar dari 4 atau 5, sebaliknya jika nilai VIF lebih kecil dari 4 atau 5 maka tidak terjadi multikolinearitas (Hines dan Douglas, 1991:20). Nilai VIF ini dapat dilihat dengan bantuan program SPSS versi 10.0.

## b. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas berarti varians variabel dalam model tidak sama, sehingga estimator yang diperoleh tidak efisien. Hal tersebut disebabkan varians yang tidak minimum untuk mengetahui ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan pengujian korelasi *rank Spearman* (Supranto,1989:337), yakni :

$$r_s = 1 - \left( \frac{6 \sum D^2}{n(n^2 - 1)} \right)$$

Keterangan:

$r_s$  = koefisien korelasi spearman

$d$  = perbedaan peringkat

$n$  = banyaknya sampel

Menurut Algifari (1997:76), tingkat signifikan  $r_s$  dapat diketahui dengan uji t dengan rumus :

$$t = \frac{r_{sn} - 2}{1 - r_s^2}$$

Apabila nilai  $t$  yang dihitung melebihi nilai  $t$  yang kritis (critical  $t$  value) dari tabel  $t$ , dapat menerima hipotesis bahwa ada heterokedastisitas dan apabila tidak kita menolak hipotesis.

## c. Uji korelasi diri ( Autocorelation )

Asumsi lain yang penting adalah bentuk nilai-nilai residual dari pengamatan yang satu bersifat bebas (tidak berkorelasi) dengan periode pengamatan yang lain. Korelasi ini berkaitan dengan hubungan diantara nilai-nilai yang berurutan dari variabel yang sama. Pengujian yang dipergunakan disini adalah uji *Durbin Watson* untuk mendeteksi adanya korelasi dari dalam setiap model. Formulasi yang digunakan sebagai berikut (Supranto,1989:309) :

$$d = \frac{\sum_{i=2}^n (e_i - e_{i-1})}{\sum_{i=2}^n e_i^2}$$

Keterangan:

$n$  = besarnya sampel

$i$  = banyaknya variabel bebas

Menurut Supranto (1989:309) pengujian terhadap adanya autokorelasi dalam model dapat digunakan kriteria sebagai berikut :

1. Jika ada korelasi serial yang positif ( $0 < \rho < 1$ ),  $d$  akan cenderung mempunyai nilai kecil sehingga :  
 $d < d_l = H_0$  ditolak, ada korelasi serial (otokorelasi)  
 $d > d_u = H_0$  diterima, tidak ada korelasi  
 $d_l < d < d_u$  = Hasil pengujian tidak dapat disimpulkan
2. Jika ada korelasi serial yang negatif  $F$  digunakan ( $4-d$ ) sebagai pengganti  $d$ , sehingga :  
 $(4-d) < d_l = H_0$  ditolak, ada otokorelasi negatif  
 $(4-d) > d_u = H_0$  diterima, tidak ada otokorelasi negatif.  
 $d_l < 4-d < d_u$  = Hasil pengujian tidak dapat disimpulkan.

Dimana,

$d_u$  = Nilai  $d$  batas atas ( upper bound )

$d_l$  = Nilai  $d$  batas bawah ( lower bound )



## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Obyek yang Diteliti

#### 4.1.1 Sejarah singkat Perusahaan

PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari merupakan BPR pertama di Pasuruan yang menggunakan sistem operasional yakni sistem syariah Islam. Berdirinya Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari awalnya dilatarbelakangi oleh berdiri dan beroperasinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, sebagaimana telah disebutkan dalam strategi pengembangan Bank Muamalat Indonesia bahwa Bank Muamalat Indonesia akan bekerjasama dengan BPR-BPR Syariah yang baru diseluruh daerah-daerah yang memiliki potensi pengembangan usaha kecil dan menengah.

Berpijak dari ketentuan tersebut dengan semakin kuatnya desakan dari masyarakat muslim selama ini menganggap bahwa bunga bank adalah riba atau suatu perkara yang subhat sifatnya, maka masyarakat menganggap perlu untuk segera mendirikan sebuah lembaga perbankan yang bercorak Islami. Seiring dengan tumbuhnya ghiroh religi di kalangan masyarakat Pasuruan beberapa tokoh Muhammadiyah memandang perlu untuk sesegera mungkin mendirikan Bank Perkreditan Rakyat Syariah guna memenuhi kebutuhan tersebut.

Dengan demikian ada dua hal mendasar yang dijadikan pertimbangan bagi beberapa kalangan Muhammadiyah di Pasuruan untuk mendirikan Bank Perkreditan Rakyat Syariah, yakni :

1. pertimbangan kepentingan Ibadah;
2. pertimbangan kepentingan Muamalah.

Atas dasar pertimbangan tersebut diatas maka PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari didirikan tepatnya pada tanggal 23 Maret 1996 di Pasuruan dengan beberapa tujuan, antara lain:



1. meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam terutama masyarakat golongan ekonomi lemah;
2. meningkatkan pendapatan ekonomi perkapita;
3. menambah lapangan kerja di wilayah kerja Bank Perkreditan Rakyat syariah;
4. mengurangi urbanisasi;
5. membina semangat Ukhuwah Islamiyah melalui kegiatan ekonomi.

Perkembangan selanjutnya PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari memperluas jaringan dan selalu memupuk modal setor dari pemilik saham selain juga mencari investor-investor baru, berikut perkembangan Bank Perkreditan Rakyat syariah Daya Artha Mentari dari periode ke periode.

Tahun	Modal Setor	Total Asset	Keuntungan
1996	100.000.000	221.321.117	(7.801.830)
1997	155.000.000	423.292.014	10.265.036
1998	155.000.000	751.074.545	20.981.472
1999	155.000.000	1.466.793.892	36.196.674
1999	155.000.000	1.618.311.102	24.492.531
2000	330.000.000	1.590.564.296	38.382.304

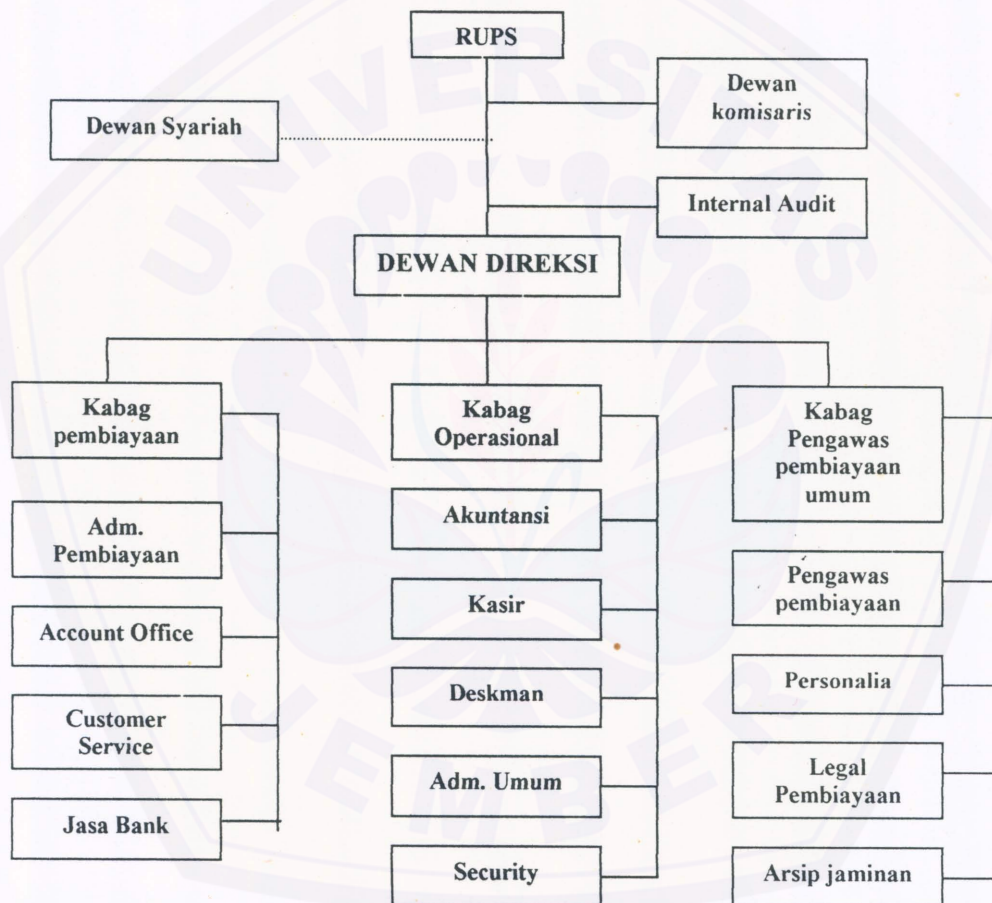
sumber data: PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari

PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari merupakan Bank pertama yang beroperasi secara Syariah Islam di Pasuruan, sehingga Bank Syariah ini lebih dikenal dengan Bank Syariah Pasuruan dengan mottonya **“Dari Ummat Untuk Ummat”**.

#### 4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.

Setiap perusahaan yang ingin berkembang, baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil memerlukan adanya suatu pengorganisasian yang baik dalam mengelola perusahaan. Hal itu bertujuan agar tujuan perusahaan yang ditetapkan sebelumnya dapat tercapai. Bagan struktur organisasi dapat diketahui apa yang hendak dicapai oleh masing-masing bagian dalam menuju suatu tujuan. Selain itu

juga dapat diketahui tugas, tanggung jawab, jenjang dan hubungan masing-masing bagian. Kerjasama yang baik dan serasi antar bagian akan menunjang kelancaran kerja dan menghindari persoalan di waktu yang akan datang. Secara sistematis struktur organisasi PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari dapat dilihat seperti pada gambar 4.1.



**Gambar 4.1: Bagan Struktur Organisasi PT. Bank perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan**

Sumber Data: PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan

Tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari, antara lain:

1. **Komisaris**, memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
  - a. mengontrol kegiatan dan pekerjaan direksi agar sesuai dengan rencana kerja dan anggaran pendapatan serta belanja yang dijalankan;

- b. mengontrol kegiatan dan pekerjaan direksi agar sesuai dengan rencana kerja dan anggaran pendapatan serta belanja yang dijalankan;
  - c. memeriksa seluruh tata kehidupan usaha organisasi dan pelaksanaan kebijaksanaan direksi;
  - d. memberikan pengarah yang berkaitan dengan hasil pemeriksaan sebagai langkah pencegahan yang mengarah ke produktivitas perusahaan;
  - e. mengupayakan dana bilamana BPRS kekurangan dana.
2. Direktur memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain :
- a. bertanggung jawab atas seluruh kegiatan operasional, rencana kerja dan anggaran pendapatan serta belanja pada rapat pemegang saham;
  - b. mewakili perusahaan didalam dan luar pengadilan;
  - c. mewakili perusahaan dalam ikatan kontrak perjanjian dengan pihak ketiga;
  - d. terlibat dalam pengembangan strategi khusus di bidang bisnis dan pengembangan strategi bank untuk meningkatkan penetrasi pasar bagi bank, sesuai dengan yang telah direncanakan;
  - e. mendukung pengembangan pelaksanaan strategi bisnis dan pasar;
  - f. pengambil keputusan mengenai jenis kredit yang dikeluarkan sesuai dengan wewenang yang telah diputuskan dalam rapat dewan komisaris;
  - g. mengamankan standar perusahaan, agar dipatuhi secara seragam sehingga diperoleh keuntungan maksimal dengan resiko yang sekecil-kecilnya dan mempertahankan eksistensi kriteria nasabah yang dapat dilayani, mengarah kepada upaya pemasaran kredit dan upaya lainnya;
3. Operasional memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- a. menyiapkan data-data informasi, dalam rangka penyusunan rencana kerja, pendapatan dan belanja;
  - b. membantu tugas direktur dalam melatih, mengarahkan bawahan dalam rangka mencapai tujuan utama perusahaan dengan penekanan khusus pada kualitas kredit dan profit;
  - c. bertanggung jawab atas pengamanan arsip-arsip keuangan;

- d. bertanggung jawab atas kelestarian kantor;
  - e. mengkoordinir aktivitas seksi yang dibawahinya;
  - f. menjaga hubungan sosial dengan nasabah dan pihak ketiga;
  - g. bertanggung jawab dan mengawasi aktivitas kerja seksi-seksi; sie kasir, sie akuntansi, sie deskman, dan sie administrasi umum.
4. Kasir memiliki tugas dan tanggung jawab, sebagai berikut :
- a. menyiapkan bukti-bukti yang lengkap sehubungan dengan penerimaan dan pengeluaran kas, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
  - b. meneliti bukti-bukti pengeluaran dan penerimaan mengenai kelengkapan persyaratan sudah dipenuhi atau tidak;
  - c. menerima dan menyimpan uang serta menghitungnya dengan benar;
  - d. melaksanakan administrsi kas dengan membukukan bukti-bukti tersebut ke dalam buku kas dengan benar dan tertib waktu;
  - e. melakukan pembayaran atas perintah dan persetujuan direktur atau pejabat yang ditunjuk;
  - f. mencatat dan menyimpan cheque atau giro bilyet yang diterima dan menyetorkan atau kliring sesuai dengan tanggal tertera;
  - g. mencatat dan menyimpan surat-surat berharga lainnya yang masuk.
5. Akuntansi memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- a. meneliti kelengkapan dan kebenaran segala bukti pembukuan;
  - b. melaksanakan pembukuan sesuai dengan prosedur dan sistem yang telah ditetapkan berdasarkan bukti-bukti pembukuan yang lengkap;
  - c. membuat jurnal pemindahbukuan;
  - d. menutup buku besar dengan menghitung saldonya;
  - e. membuat neraca harian dan memindahkan saldo bukubesarnya;
  - f. membuat neraca likuidasi;
  - g. menyiapkan data-data keuangan berupa laporan neraca dan perhitungan rugi laba, lengkap dengan penjelasan dan lampirannya, akhir bulan sebagai laporan ke dewan komisaris;

- h. menyiapkan data-data keuangan berupa neraca dan perhitungan rugi laba sesuai dengan petunjuk Bank Indonesia, tiap akhir bulan dan dikirim ke Bank Indonesia;
  - i. menyiapkan dan memelihara semua dokumen bukti pembukuan secara teratur sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
6. Deskman memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- a. melaksanakan pelayanan administrasi dengan membuat kuitansi/bukti penerimaan dan pengeluaran yang berhubungan dengan tugasnya;
  - b. sebagai pemegang buku bantu, membukukan transaksi dana yang berupa tabungan atau simpanan berjangka dan untuk tiap harinya dicocokkan dengan saldo pembukuan;
  - c. menghitung nisbah tabungan dan simpanan berjangka dan potongan pajak pada tiap akhir bulan;
  - d. membuat jurnal pemindahbukuan atas potongan pajak dari nisbah tabungan atau simpanan berjangka ke kewajiban segera dibayar pada akhir bulan;
  - e. memelihara hubungan yang harmonis dengan deposan;
  - f. mengirimkan saldo R/K kepada nasabah giro pada akhir bulan;
  - g. membuat laporan bulanan data tabungan dan simpanan berjangka;
  - h. membuat pemberitahuan kepada nasabah pasif sebagai penjelasan langkah-langkah yang diambil perusahaan.
7. Administrasi umum memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- a. memelihara dan mengamankan inventaris kantor;
  - b. melaksanakan pembelian alat perlengkapan kantor atas persetujuan direktur atau pejabat yang ditunjuk;
  - c. membuat bukti pengeluaran yang sifatnya umum;
  - d. menangani register surat masuk dan keluar;
  - e. membuat tanggal, nomor, dan kode surat masuk dan keluar sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
  - f. menangani humas dan korespondensi/surat menyurat;

- g. menangani pembuatan nota-nota pembebanan nisbah;
  - h. mengatur kebersihan kantor dan halaman kantor.
8. Bagian pengawasan pembiayaan memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
- a. mengkoordinir aktivitas pengawasan pembiayaan;
  - b. mengawasi performance yang obyektif dengan mengadakan peninjauan langsung ke lapangan;
  - c. memberikan bantuan manajemen dan pelayanan kepada nasabah bersama-sama dengan bagian terkait;
  - d. ikut membina nasabah dan meningkatkan usahanya;
  - e. melaksanakan administrasi penagihan;
  - f. membuat skala angsuran dan pembiayaan harian atau mingguan;
  - g. membuat kolektibilitas nasabah;
  - h. bertanggung jawab dan mengawasi aktivitas kerja seksi-seksi antara lain; sie personalia dan legal personalia.
9. Personalia memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- a. mencatat data-data tentang kepegawaian;
  - b. menyimpan dokumen data kepegawaian;
  - c. menangani absensi pegawai, menyimpan surat-surat ijin sakit, cuti dan lain-lain;
  - d. menyimpan surat pengangkatan, surat peringatan dan surat lain yang berhubungan dengan pegawai, serta dimasukkan dalam file khusus pegawai yang bersangkutan;
  - e. membuat daftar gaji karyawan.
10. Legal pembiayaan memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- a. melakukan standarisasi akad perjanjian dan menotarialkannya;
  - b. melakukan langkah-langkah hukum terhadap akibat dari akad perjanjian sampai pada penanganan pembiayaan yang bermasalah.

11. Arsip jaminan memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
  - a. bertanggung jawab atas keamanan dan administrasi jaminan pembiayaan;
  - b. menyimpan dan merawat atas keselamatan jaminan.
12. Bagian pembiayaan memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
  - a. membantu direktur dalam merencanakan, mengatur dan mengawasi portofolio pembiayaan bank guna mencapai target pertumbuhan yang telah dianggarkan dan mempertahankan kualitas pembiayaan yang tinggi dengan sumberdaya yang ada;
  - b. mengarahkan bawahan dalam rangka mencapai tujuan utama perusahaan dengan penekanan khusus pada kualitas pembiayaan dan profit;
  - c. menyempurnakan dan membuat batasan tentang pasar sasaran dan kriteria nasabah dengan menunjuk kerangka yang dibuat bank;
  - d. menjaga hubungan nasabah dengan pihak ketiga serta menjaga kelancaran cicilan pembiayaan yang dilepas;
  - e. memonitor aktivitas pembiayaan, dan mengambil langkah-langkah yang positif untuk pengamanan;
  - f. bertanggungjawab dan mengawasi aktivitas kerja seksi dibawahnya;
  - g. bersama dengan bagian terkait membina nasabah dalam meningkatkan usahanya;
  - h. membantu direktur dalam membantu rencana anggaran dan pendapatan dengan memberikan data-data atau gambaran usaha pembiayaan masa-masa yang akan datang.
13. Administrasi pembiayaan memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
  - a. melaksanakan pembiayaan serta mencatat dan menyimpan, mengamankan dokumen pembiayaan dengan tertib dan teratur;
  - b. membuat bukti penerimaan dan pengeluaran pembiayaan;
  - c. membuat jurnal pemindahbukuan sehubungan dengan nasabah;
  - d. membuat register pemohon;

- e. memahami bahwa dokumen semua rekening pinjaman dan yang berhubungan dengan itu telah dilakukan secara lengkap;
  - f. memahami dan mengikuti kebijakan tentang prosedur pembiayaan dan operasional;
  - g. melaksanakan judgement yang mandiri dalam mengevaluasi resiko setiap transaksi kredit dan permohonan pembiayaan;
  - h. membuat identifikasi masalah dan mengambil langkah-langkah penyelamatan.
14. Account office (A/O) memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- a. menyajikan dan menganalisa laporan keuangan nasabah dan calon nasabah;
  - b. menunjukkan dengan jelas resiko keuangan dan uraian atas kemampuan nasabah dalam membayar kembali pinjaman dan kewajiban-kewajiban lain berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang diusulkan dalam putusan pembiayaan;
  - c. menganalisa portofolio pembiayaan bila diperlukan oleh *management*;
  - d. mempersiapkan sistem yang diperlukan untuk mengatur dan menilai perkembangan kredit yang ada;
  - e. mengadakan penagihan pembiayaan yang dilepas sesuai dengan kitir atau tanda bukti setoran dari bagian pengawasan;
  - f. membuat buku harian atau register;
  - g. membantu bagian administrasi pembiayaan atau analisa kredit dalam hal memberikan informasi tentang calon nasabah;
  - h. memberikan informasi persaingan antar bank;
  - i. menjalin hubungan yang harmonis antar bank dan nasabah;
  - j. bertanggung jawab akan kelancaran pembiayaan yang ditanganinya.
15. Customer service memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:
- a. menerima tamu, calon nasabah dengan baik dan menyalurkan atas keperluan yang diinginkan;
  - b. mengisi daftar tamu yang telah disediakan;
  - c. berlaku sopan dan kekeluargaan terhadap tamu dan nasabah.



16. Jasa bank memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. melayani jasa yang diberikan bank kepada masyarakat untuk meningkatkan pelayanan yang sebaik-baiknya;
- b. membuka jasa-jasa bank yang dapat diberikan kepada masyarakat dengan lebih dahulu dikonsultasikan dengan pimpinan terkait.

#### 4.1.3 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian

Berdasarkan pada metode penentuan jumlah sampel dan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kristianti Widyaningsih (2000) diperoleh suatu kesimpulan bahwa nilai koefisien korelasi terkecil pada variabel yang diteliti didapatkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,8928 (nilai koefisien korelasi pada variabel barang agunan atau syarat pinjaman ) dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,6957 (nilai koefisien korelasi pada variabel pelayanan). Berdasarkan hasil nilai koefisien korelasi pada penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Kristianti Widyaningsih (2000) maka dapat ditentukan jumlah sampel minimal untuk penelitian ini, berikut penentuan jumlah sampel minimal dalam penelitian ini :

$$\begin{aligned}
 Z_1' &= \frac{1}{2} \ln \left( \frac{1+r_1}{1-r_2} \right) & Z_2' &= \frac{1}{2} \ln \left( \frac{1+r_1}{1-r_2} \right) \\
 &= \frac{1}{2} \ln \left( \frac{1+0,6957}{1-0,6957} \right) & &= \frac{1}{2} \ln \left( \frac{1+0,8125}{1-0,8125} \right) \\
 &= \frac{1}{2} \ln \left( \frac{1,6957}{0,3043} \right) & &= \frac{1}{2} \ln \left( \frac{1,8125}{0,1875} \right) \\
 &= \frac{1}{2} \ln(5,5725) & &= \frac{1}{2} \ln(9,6667) \\
 &= \frac{1}{2}(1,7178) & &= \frac{1}{2}(2,2687) \\
 &= 0,8589 & &= 1,13445
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Z &= Z_1 + Z_2 \\ &= 0,8589 + 1,1344 \\ &= 1,9933 \end{aligned}$$
$$\begin{aligned} n &= \frac{(Z_{\alpha/2} + Z_{\beta/2})^2}{Z^2} + 3 \\ &= \frac{(1,96 + 1,65)^2}{(1,9933)^2} + 3 \\ &= \frac{13,0321}{3,9722} + 3 \\ &= 6,28 \\ &= 6 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah enam orang responden, yang berarti bahwa jumlah sampel yang harus dipenuhi dalam penelitian ini adalah minimal enam orang dan tidak boleh kurang dari jumlah tersebut, tetapi didalam penelitian ini diambil 30 sampel yang diharapkan menghasilkan data lapangan yang representatif.

#### 4.1.4 Karakteristik Responden

Bagian ini akan diuraikan mengenai hasil analisis yang diperoleh dari jawaban-jawaban kuesioner yang telah dibagi kepada responden. Hasil analisis ini merupakan deskripsi atau gambaran dari suatu keadaan yang ingin diketahui selanjutnya. Hasil analisis dapat digunakan sebagai dasar untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih berorientasi pada konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, terlebih dahulu dikemukakan gambaran dari hasil proses pengumpulan data. Data diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarakan pada responden, dalam hal ini adalah nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari yang telah mengambil kredit pada bulan Maret 2001-April 2002, dan melakukan transaksi pada bulan April 2002. Nasabah yang mengambil kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan sebagian besar merupakan pengusaha kecil yang bergerak pada berbagai jenis usaha kecil mandiri (UKM). Minat yang besar untuk mengambil kredit pada bank Syariah ini diidentifikasi bahwa pelayanan yang

diberikan oleh pihak bank dirasakan mampu memberikan kepuasan bagi para nasabah, hal lain yang menjadi pertimbangan para nasabah untuk mengambil kredit antara lain sistem perbankan Islami yang berdasarkan sistem syariah. Adanya prinsip sistem bagi hasil yang memberikan keuntungan dengan sistem kesepakatan yang adil antara pihak bank (*creditor*) dengan pihak nasabah (*debitor*) menjadi bagian pertimbangan sebagian besar nasabah dalam pengambilan kredit. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini digunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana besar sampel yang akan diambil tidak ditetapkan terlebih dahulu.

Penelitian ini menyebarkan sebanyak 30 kuesioner pada 30 responden, penetapan ini didasarkan pada perhitungan jumlah sampel minimal. Jawaban-jawaban dari kuesioner tersebut akan digunakan untuk menganalisis karakteristik nasabah BPRS Daya Artha Mentari yang mengambil kredit, penilaian nasabah terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit, sehingga dari informasi tersebut dapat diketahui mengenai pasar potensial perusahaan dan perilaku nasabah dalam pengambilan kredit. Karakteristik responden (nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari) dibedakan menurut tingkat pendidikan, pekerjaan dan usia.

1. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Variabel pendidikan merupakan variabel sosial yang berpengaruh terhadap pengguna jasa lembaga perbankan. Tingkat pendidikan ini mempengaruhi pandangan seseorang terhadap pengambilan kredit baik dipandang dari sudut normalitas ataupun dari sudut manfaat. Rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan disajikan dalam tabel 4.1.

Tabel 4.1: Rekapitulasi responden berdasarkan tingkat pendidikan.

Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
Lulus SD	4	13.3
Lulus SLTP	4	13.3
Lulus SLTA	16	53.4
Lulus DIPLOMA	1	3.3
Lulus SARJANA	5	16.7
Total	30	100

Sumber Data: Data primer diolah

Berdasarkan pendidikan dari 30 responden yang diteliti diketahui terbanyak adalah lulusan SLTA sebanyak 16 responden (53,4%), diikuti lulus Sarjana 5 orang responden (16,7%). Sedangkan lulusan SLTP dan lulusan SD masing-masing sebanyak 4 orang responden atau 13,3% dan untuk lulusan Diploma hanya 1 orang responden atau sekitar 3,3%.

## 2. Karakteristik responden berdasarkan usia.

Faktor usia merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah. Hal ini dikarenakan setiap jenjang usia mempunyai kecenderungan relatif berbeda. Komposisi usia yang beraneka ragam membawa kepada keanekaragaman perilaku masing-masing komposisi tersebut. Komposisi usia juga menentukan selera dari nasabah serta bentuk pelayanan yang diharapkan. Rekapitulasi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan dalam tabel 4.2.

Tabel 4.2 Rekapitulasi karakteristik Responden berdasarkan usia

Keterangan	Jumlah	Prosentase (%)
25 – 29 tahun	3	10
30 – 34 tahun	6	20
35 – 39 tahun	4	13,3
40 – 44 tahun	8	26,7
45 – 49 tahun	5	16,7
50 – 54 tahun	3	10
55 – 59 tahun	1	3,3
total	30	100

Sumber Data: Data primer diolah

Berdasarkan tabel diatas usia responden yang diteliti diketahui paling banyak berusia antara 40 – 44 tahun, 8 responden (26,7%), kemudian diikuti oleh usia antara 30-34 tahun sebanyak 6 responden (20%), sedangkan yang berusia antara 44-49 tahun sebanyak 5 responden (16,7%) dan yang berusia 35-39 tahun hanya terdiri dari 4 orang responden (13,3%) untuk responden yang berusia antara 25-29 tahun dan 50-54 tahun masing-masing berjumlah 3 orang responden (10%) dan responden yang memiliki jumlah prosentase terkecil adalah responden yang berusia antara 55-59 tahun yang berjumlah 1 orang (3,3%).

3. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan.

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang mempunyai peranan dalam melihat kondisi ekonomi responden secara umum, karena jenis pekerjaan ini akan mencerminkan status ekonomi seseorang. Seseorang yang mempunyai pekerjaan dan berpenghasilan tetap memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk mengambil kredit jika dibandingkan dengan seseorang yang mempunyai pekerjaan dengan penghasilan yang tidak tetap. Pembagian nasabah berdasarkan status pekerjaan dimaksudkan untuk menentukan penggunaan kredit tersebut oleh nasabah dan sumber-sumber dana yang digunakan oleh nasabah untuk membayar kredit tersebut. Rekapitulasi nasabah berdasarkan jenis pekerjaan disajikan dalam tabel 4.3.

Tabel 4.3: Rekapitulasi responden berdasarkan jenis pekerjaan

Keterangan	Jumlah	Prosentase(%)
Peg. Negeri Sipil	6	20
Pegawai Swasta	13	43,3
Wiraswasta	11	36,7
Total	30	100

Sumber Data: Data primer Diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan yang paling banyak adalah pegawai swasta yakni berjumlah 13 orang responden (43,3%), kemudian berikutnya adalah jenis pekerjaan wiraswasta menempati urutan kedua

dengan jumlah 11 responden (36,7%). Dan urutan yang terakhir adalah jenis pekerjaan sebagai pegawai negeri sipil yang berjumlah 6 orang responden (20%).

Tabel. 4.4 menyajikan rekapitulasi data mentah (*raw data*) dari hasil penyebaran kuesioner terhadap 30 orang responden untuk masing-masing variabel penelitian dalam satuan analisis individu (*orang*).



Tabel 4.4 Rekapitulasi data mentah (Raw Data)

Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	tidak setuju	Sangat tidak setuju
1. Variabel prosedur kredit (X <sub>1</sub> )					
a. Prosedur administrasi kredit	18	12			
b. Jangka waktu pengajuan kredit	15	15			
c. Ketepatan realisasi kredit	16	11	3		
d. Jangka waktu pengembalian kredit	16	11	3		
2. Variabel syarat pinjaman (X <sub>2</sub> )					
a. Keharusan jaminan kredit	16	14			
b. Besar/kecil jaminan kredit	13	15	2		
c. Kemampuan nasabah	14	16			
d. Besar/kecil perolehan kredit	17	12	1		
3. Variabel Sistem Bagi Hasil (X <sub>3</sub> )					
a. Pengetahuan tentang sistem bagi hasil	10	18	2		
b. Persamaan sistem bagi hasil dengan suku bunga	2	17	9	2	
c. Keuntungan sistem bagi hasil	15	15			
d. Keadilan dalam sistem bagi hasil	14	16			
4. Variabel Pelayanan (X <sub>4</sub> )					
a. Informasi Kredit	20	10			
b. Penjelasan dari pihak bank	19	11			
c. Pengaruh dari penjelasan oleh pihak bank	21	9			
d. Pelayanan karyawan bank terhadap nasabah	23	7			
5. Variabel keputusan nasabah (X <sub>4</sub> )					
a. Pertimbangan dalam pengambilan kredit	15	12	3		
b. Variabel yang berpengaruh termasuk pertimbangan dalam pengambilan kredit					
c. Keyakinan untuk mengambil kredit	15	15			
d. Keinginan untuk menjadi nasabah PT. BPRS Daya Artha Mentari di masa datang	18	12			
	19	11			

Sumber data : lampiran1

## 4.2 Uji Validitas dan Realibilitas

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kevalidan alat ukur dalam suatu penelitian. Suatu alat ukur yang tinggi validitasnya akan memiliki error pengukuran yang kecil, artinya skor setiap subyek yang diperoleh oleh alat ukur tersebut tidak jauh berbeda dengan skor yang sebenarnya. Dengan demikian, secara keseluruhan alat tes yang bersangkutan akan menghasilkan varians error yang kecil pula.

Suatu alat ukur dikatakan layak/valid digunakan sebagai alat pengumpul data apabila mempunyai koefisien validitas ( $r$  hitung) lebih besar dari  $r$  tabel korelasi pada derajat bebas (db)  $n-2$  (Santoso, 2001:280). Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh hasil masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien validitas ( $r$  hitung) lebih besar dari  $r$  tabel korelasi pada derajat bebas (db)  $n-2$ .

Pada tabel 4.5 terlihat bahwa koefisien korelasi untuk seluruh indikator yang digunakan dalam variabel  $X_1$  mempunyai koefisien validitas ( $r$  hitung) lebih besar dari  $r$  tabel korelasi pada derajat bebas (db)  $n-2$ , dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,239. Dengan demikian indikator-indikator tersebut layak atau valid digunakan sebagai alat pengumpul data.

Tabel 4.5: Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel  $X_1$

Variabel	Koefisien korelasi	Keterangan
IDKT 1	0,7126	valid
IDKT 2	0,6796	valid
IDKT 3	0,4268	valid
IDKT 4	0,6954	valid
$X_1$ (total)	1,000	

Sumber data : lampiran 5

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa masing-masing indikator yang digunakan dalam variabel  $X_2$  mempunyai koefisien validitas ( $r$  hitung) lebih besar dari  $r$  tabel korelasi pada derajat bebas (db)  $n-2$ , hasil perhitungan diketahui bahwa nilai  $r_{\text{tabel}}$



sebesar 0,239. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan dalam variabel  $X_2$  ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

Tabel 4.6: Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel  $X_2$

Variabel	Koefisien korelasi	Keterangan
IDKT 1	0,8367	valid
IDKT 2	0,7948	valid
IDKT 3	0,7709	valid
IDKT 4	0,6089	valid
$X_2$ (total)	1,000	

Sumber data : lampiran 5

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa masing-masing indikator yang digunakan dalam variabel  $X_3$  mempunyai nilai koefisien validitas ( $r$  hitung) lebih besar dari  $r$  tabel korelasi pada derajat bebas (db)  $n-2$ , hasil perhitungan diketahui bahwa nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,239. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan dalam variabel  $X_3$  ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

Tabel 4.7: Rekapitulasi Hasil Uji validitas Variabel  $X_3$

Variabel	Koefisien korelasi	Keterangan
IDKT 1	0,5260	valid
IDKT 2	0,8882	valid
IDKT 3	0,8357	valid
IDKT 4	0,4646	valid
$X_3$ (total)	1,000	

Sumber data : lampiran 5

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa masing-masing indikator yang digunakan dalam variabel  $X_4$  mempunyai nilai koefisien validitas ( $r$  hitung) lebih besar dari  $r$  tabel korelasi pada derajat bebas (db)  $n-2$ , hasil perhitungan diketahui bahwa nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,239. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan dalam variabel  $X_4$  ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

Tabel 4.8: Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>4</sub>

Variabel	Koefisien korelasi	Keterangan
IDKT 1	0,3852	valid
IDKT 2	0,7158	valid
IDKT 3	0,4400	valid
IDKT 4	0,4784	valid
X4 (total)	1,000	

Sumber data : lampiran 5

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa masing-masing indikator yang digunakan dalam variabel Y mempunyai nilai koefisien validitas ( $r$  hitung) lebih besar dari  $r$  tabel korelasi pada derajat bebas (db)  $n-2$ , hasil perhitungan diketahui bahwa nilai  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,239. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan dalam variabel Y ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

Tabel 4.9: Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Koefisien korelasi	Keterangan
IDKT 1	0,2484	valid
IDKT 2	0,2897	valid
IDKT 3	0,6153	valid
IDKT 4	0,3160	valid
Y (total)	1,000	

Sumber data : lampiran 5

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam analisis adalah uji reliabilitas dengan metode *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan instrumen (alat ukur) yang digunakan dalam suatu penelitian. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menghasilkan reliabilitas internal karena instrumen yang digunakan hanya dari variabel yang diteliti. Suatu instrumen yang dianggap andal apabila koefisien reliabilitas ( $r$  hitung) lebih dari  $r$  tabel atau jika nilai probabilitas ( $\alpha$ ) lebih dari 0,5 (Maholtra,1996 dalam Suratman,2001:27). sebagaimana terlihat pada tabel 4.10.

Tabel 4.10: Rekapitulasi Data Alpha masing-masing item

No.	Items	Alpha ( $\alpha$ )	Keterangan
1.	Y	0,5480	andal
2.	X1	0,8016	andal
3.	X2	0,8854	andal
4.	X3	0,8342	andal
5.	X4	0,7056	andal

Sumber data : lampiran 5

Hal ini berarti masing-masing instrumen yang digunakan dalam penelitian ini andal karena hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 10.0 diperoleh nilai alpha ( $\alpha$ ) lebih dari 0,5.

### 4.3 Analisis Data

#### 4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nyata variabel prosedur kredit ( $X_1$ ), syarat pinjaman ( $X_2$ ), sistem bagi hasil ( $X_3$ ) dan pelayanan ( $X_4$ ) terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Model analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.11: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien regresi	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	$r^2$	signifikan
Constraint	-20,741	-6,174	2,056		0,000
$X_1$	0,440	4,789	2,056	0,692	0,000
$X_2$	0,241	2,476	2,056	0,443	0,021
$X_3$	0,569	6,272	2,056	0,782	0,000
$X_4$	0,909	7,159	2,056	0,820	0,000
Adjusted R square =	0,826	$F_{hitung}$ =	35,526		
Multiple R =	0,850	$F_{tabel}$ =	2,68		
		Sig =	0,000		

Sumber data : Lampiran 2

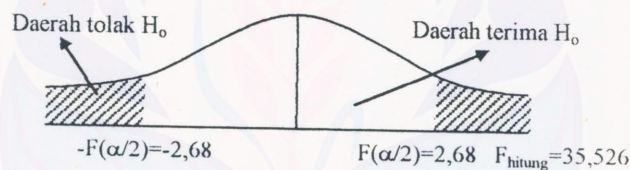
Berdasarkan analisis pada tabel 4.11 maka persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. nilai konstanta  $-20,741$ , menyatakan bahwa jika tidak ada variabel prosedur kredit ( $X_1$ ), syarat pinjaman ( $X_2$ ), sistem bagi hasil ( $X_3$ ) dan pelayanan ( $X_4$ ) maka nilai  $Y$  atau keputusan nasabah dalam pengambilan, maka kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari adalah sebesar  $-20,741$  atau berarti bahwa jika tidak ada variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan, maka tidak ada keputusan nasabah untuk mengambil kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari;
2. Koefisien regresi  $X_1 = 0,440$ , bernilai positif berarti jika terjadi kenaikan pada prosedur kredit sebesar satu satuan maka akan menaikkan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 44 satuan, dengan asumsi variabel syarat pinjaman ( $X_2$ ), sistem bagi hasil ( $X_3$ ) dan pelayanan ( $X_4$ ) tetap atau konstan.
3. Koefisien regresi  $X_2 = 0,241$ , bernilai positif berarti jika terjadi kenaikan pada syarat pinjaman sebesar satu satuan maka akan menaikkan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 24,1 satuan, dengan asumsi variabel sistem bagi hasil ( $X_3$ ) dan pelayanan ( $X_4$ ) tetap atau konstan.
4. Koefisien regresi  $X_3 = 0,569$ , bernilai positif berarti jika terjadi kenaikan pada sistem bagi hasil sebesar satu satuan maka akan menaikkan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 56,9 satuan, dengan asumsi variabel pelayanan ( $X_4$ ) tetap atau konstan.
5. Koefisien regresi  $X_4 = 0,909$ , bernilai positif berarti jika terjadi kenaikan pada prosedur kredit sebesar satu satuan maka akan menaikkan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 90,9 satuan dengan asumsi variabel prosedur kredit ( $X_1$ ), syarat pinjaman ( $X_2$ ), sistem bagi hasil ( $X_3$ ) tetap atau konstan.

#### 4.4 Analisis Koefisien Determinasi

##### 4.4.1 Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan syariah Daya Artha Mentari dapat dilakukan Uji F dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat kesalahan sebesar 5%. Hasil perhitungan pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 35,526 berada pada daerah penolakan  $H_0$  yang berarti menunjukkan bahwa secara serentak variabel  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $X_4$  berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 : Kurva normal uji F

Koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 0,826 (dalam print out SPSS ditunjukkan oleh nilai *adjusted R square*) menunjukkan besarnya proporsi yang diberikan oleh variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari.  $R^2$  sebesar 0,826, ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen sebesar 82,6% dan sisanya sebesar 11,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti.

##### 4.4.2 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen maka digunakan uji t, dari hasil perhitungan pada lampiran 2, maka dapat disajikan pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil Uji t terhadap Keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT.Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari.

Variabel Independen	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	$r^2$
Prosedur kredit	4.789	2,056	0.692
Syarat pinjaman	2.467	2,056	0.443
Sistem bagi hasil	6.272	2,056	0.782
Pelayanan	7.159	2,056	0.820

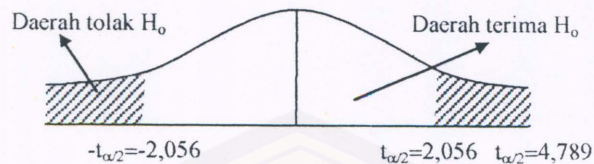
Sumber data : lampiran 2

Pengaruh masing-masing variabel independen (prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT.Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari) dapat dijelaskan pada penjelasan berikut ini.

1. Pengaruh variabel prosedur kredit ( $X_1$ ) terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari.

Koefisien regresi prosedur kredit sebesar 0,440 Berarti apabila prosedur kredit semakin mudah maka keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari akan mengalami peningkatan. Besarnya koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) variabel prosedur kredit terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 0,692 atau persentase besarnya pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 69,2%. Hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 4,789 sedang  $t_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat kesalahan 5% (uji dua sisi) diketahui nilainya sebesar 2,056. Hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , signifikansi 0,000 dibawah 0,05 sehingga koefisien determinasi diatas dapat diterima. Pada pengujian ini menggunakan uji dua arah sehingga  $t_{hitung}$  ada pada daerah penolakan ( $H_0$  ditolak) berarti prosedur kredit secara parsial berpengaruh secara nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit

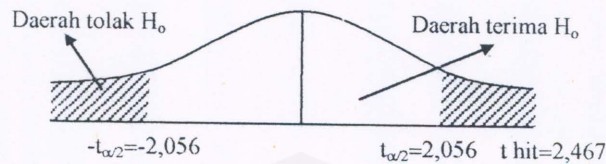
pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4.2 : kurva normal uji-t dua arah variabel prosedur kredit ( $X_1$ ) dengan  $\alpha = 0,05$

2. Pengaruh variabel syarat pinjaman ( $X_2$ ) terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari.

Koefisien regresi variabel syarat pinjaman sebesar 0,241 berarti apabila variabel syarat pinjaman yang ditetapkan lebih ringan maka hal ini akan menyebabkan peningkatan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Besarnya koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) variabel syarat pinjaman terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 0,443 atau persentase pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 44,3%. Hasil uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,467 sedang  $t_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat kesalahan 5% (uji dua sisi) diketahui nilainya sebesar 2,056. Kriteria pengujian adalah  $H_0$  ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ . Hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  (2,467) >  $t_{tabel}$  (2,056), maka  $H_0$  ditolak. Signifikansi 0,021 dibawah 0,05 sehingga koefisien determinasi diatas diterima. Pada pengujian ini menggunakan uji dua arah sehingga  $t_{hitung}$  ada pada daerah penolakan ( $H_0$  ditolak) berarti variabel syarat pinjaman secara parsial berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.3.

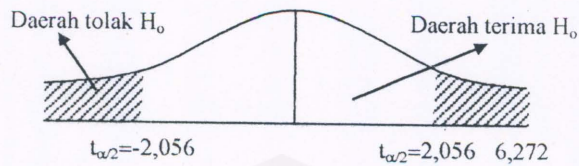


Gambar 4.3 : kurva normal uji-t dua arah variabel syarat pinjaman ( $X_2$ ) dengan  $\alpha = 0,05$

3. Pengaruh variabel sistem bagi hasil ( $X_3$ ) terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari.

Koefisien regresi variabel sistem bagi hasil sebesar 0,569 berarti apabila variabel sistem bagi hasil yang ditetapkan cukup tinggi maka hal ini akan menyebabkan peningkatan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Besarnya koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) variabel sistem bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 0,782 atau persentase pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 78,2%. Hasil Uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,272 sedang  $t_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat kesalahan 5% (uji dua sisi) diketahui nilainya sebesar 2,056. Kriteria pengujian adalah  $H_0$  ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ . Hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  (6,272) >  $t_{tabel}$  (2,056), maka  $H_0$  ditolak. Signifikansi 0,000 dibawah 0,05 sehingga koefisien determinasi diatas diterima. Pada pengujian ini menggunakan uji dua arah sehingga  $t_{hitung}$  ada pada daerah penolakan ( $H_0$  ditolak) berarti variabel sistem bagi hasil secara parsial berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut ini.

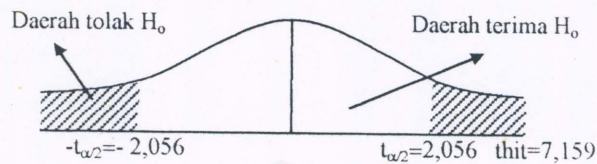




Gambar 4.4: kurva normal uji-t dua arah variabel sistem bagi hasil ( $X_3$ ) dengan  $\alpha = 0,05$

4. Pengaruh variabel pelayanan ( $X_4$ ) terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari.

Koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,909 berarti apabila variabel pelayanan yang diberikan memuaskan nasabah, maka hal ini akan menyebabkan peningkatan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Besarnya koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) variabel pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 0,820 atau persentase pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 82%. Hasil Uji t diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 7,159 sedang  $t_{tabel}$  dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau tingkat kesalahan 5% ( $\alpha/2 = 0,025$ ) diketahui nilainya sebesar 2,056. Kriteria pengujian adalah  $H_0$  ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ . Hasil perhitungan menunjukkan bahwa  $t_{hitung}$  (7,159) >  $t_{tabel}$  (2,056), maka  $H_0$  ditolak. Signifikansi 0,000 dibawah 0,05 sehingga koefisien determinasi diatas diterima. Pada pengujian ini menggunakan uji dua arah sehingga  $t_{hitung}$  ada pada daerah penolakan ( $H_0$  ditolak) berarti variabel pelayanan secara parsial berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.5 berikut ini.



Gambar 4.5: kurva normal uji-t dua arah variabel pelayanan ( $X_4$ ) dengan  $\alpha = 0,05$

#### 4.5 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada 30 orang responden dengan pertimbangan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Penentuan jumlah sampelnya didasarkan pada jumlah sampel minimal, artinya bahwa jumlah sampel yang diambil tidak boleh lebih kecil dari jumlah sampel minimal yang telah ditentukan.

##### 4.5.1 Interpretasi Variabel Prosedur Kredit ( $X_1$ )

Koefisien regresi  $X_1 = 0,440$  akan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari, atau jika variabel persepsi mengenai variabel prosedur kredit lebih mudah bagi nasabah maka akan menyebabkan peningkatan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 0,440.

##### 4.5.2 Interpretasi Variabel Syarat pinjaman ( $X_2$ )

Koefisien regresi  $X_2 = 0,241$  akan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari, atau jika variabel persepsi mengenai variabel syarat pinjaman lebih ringan bagi nasabah maka akan menyebabkan peningkatan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 0,241.

#### 4.5.3 Interpretasi Variabel Sistem bagi hasil ( $X_3$ )

Koefisien regresi  $X_3 = 0,569$  akan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Jika persepsi mengenai variabel sistem bagi hasil lebih ringan dibandingkan dengan lembaga perbankan lainnya maka akan menyebabkan peningkatan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 0,569.

#### 4.5.4 Interpretasi Variabel Pelayanan ( $X_4$ )

Koefisien regresi  $X_4 = 0,909$  akan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Atau jika variabel persepsi mengenai variabel pelayanan dapat memuaskan nasabah maka akan menyebabkan peningkatan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 0,909.

#### 4.5.5 Interpretasi Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui besarnya proporsi yang diberikan variabel bebas secara simultan (prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari). Nilai koefisien determinasi terletak antar 0 dan 1. Apabila  $R^2 = 1$ , maka garis regresi dari model tersebut memberikan sumbangan sebesar 100% terhadap perubahan variabel terikat (keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari). Apabila  $R^2 = 0$ , maka model tersebut tidak bisa mempengaruhi atau tidak memberikan sumbangan perubahan variabel terikat (keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari). Kecocokan model akan lebih baik bila semakin mendekati nilai satu.

Koefisien determinasi berganda yang dihasilkan dalam penelitian ini, adalah sebesar 0.826, hal ini memperlihatkan bahwa proporsi yang diberikan oleh variabel independen (prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan) secara serentak berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari) atau persentasenya sekitar 82,6%, sedangkan 11,4% sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk di dalam model persamaan regresi yang dibuat.

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh yang nyata dengan nilai sebesar 0,826 atau 82,6%. Pengaruh yang cukup besar ini menunjukkan bahwa variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan mempunyai peranan yang cukup penting terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari.

#### 4.5.6 Interpretasi Koefisien Determinasi Parsial ( $r^2$ )

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan mengetahui variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Hasil perhitungan koefisien determinasi parsial dapat dilihat pada lampiran 2.

Koefisien determinasi pada variabel prosedur kredit sebesar 0,692 artinya besarnya proporsi sumbangan variasi perubahan variabel prosedur kredit terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 69,2%. Koefisien determinasi pada variabel syarat pinjaman sebesar 0,443 artinya besarnya proporsi sumbangan variasi perubahan variabel syarat pinjaman terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 44,3%. Koefisien determinasi pada variabel syarat pinjaman sebesar 0,443 artinya besarnya proporsi sumbangan variasi perubahan variabel syarat pinjaman terhadap keputusan

nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 44,3%. Koefisien determinasi pada variabel sistem bagi hasil sebesar 0,782 artinya besarnya proporsi sumbangan variasi perubahan variabel sistem bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 78,2%. Koefisien determinasi pada variabel pelayanan besar 0,820 artinya besarnya proporsi sumbangan variasi perubahan variabel pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sebesar 82%.

Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari adalah variabel pelayanan ( $X_4$ ). Hal ini dapat dilihat dari koefisien determinasi parsial dari masing-masing variabel, dimana koefisien determinasi secara parsial variabel pelayanan memiliki nilai yang paling besar (0,820) yang diikuti oleh variabel yang bebas lainnya yang terstruktur yakni, variabel sistem bagi hasil memiliki nilai koefisien determinasi sebesar (0,782), variabel prosedur kredit memiliki nilai koefisien determinasi sebesar (0,692), dan yang terakhir variabel syarat pinjaman memiliki nilai koefisien determinasi terkecil diantara variabel bebas lainnya yakni sebesar (0,443).

#### 4.6 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memperoleh model regresi linier berganda yang tepat dan memenuhi standar, yaitu penduga parameter koefisien regresi harus memenuhi syarat *Best Linier Unbiased Estimator (BLUE)*. Hasil koefisien yang bersifat BLUE harus memenuhi asumsi homokedastisitas, tidak ada multikolinearitas dan tidak ada autokorelasi. Untuk membuktikan bahwa asumsi tersebut terpenuhi, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik

#### 4.6.1 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti terjadi interkorelasi antara variabel independen yang menunjukkan adanya lebih dari satu hubungan linier yang signifikan. Apabila koefisien korelasi variabel yang bersangkutan nilainya terletak diluar batas-batas penerimaan (*critical value*) maka koefisien korelasi bermakna dan terjadi multikolinearitas. Apabila koefisien korelasi variabel yang bersangkutan nilainya terletak didalam batas-batas penerimaan (*critical value*) maka koefisien korelasi tidak bermakna dan tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan hasil analisis *Collinearity Statistic* diketahui bahwa akan terjadi multikolinearitas jika besar VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar dari 4 atau 5 dan sebaliknya tidak terjadi multikolinearita apabila nilai VIF lebih kecil dari 4 atau 5 (Hines dan Douglas, 1991:20). Pada tabel 4.13 dapat diketahui bahwa variabel independen dalam penelitian ini mempunyai nilai VIF kurang dari 4 atau 5. Hal ini berarti variabel independen dalam penelitian ini bersifat non multikolinearitas atau tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.13: *Collinearity Statistic*

Model 1	VIF	keterangan
Constant		
X <sub>1</sub>	1,103	VIF < 4 atau 5
X <sub>2</sub>	1,073	Tidak ada
X <sub>3</sub>	1,082	multikolinearitas
X <sub>4</sub>	1,049	

Sumber data : Lampiran 2

#### 4.6.2 Uji Autokorelasi

Autokorelasi berarti terjadi korelasi antar variabel pengganggu ( $e_i$ ) dengan variabel dependen. Pada pengujian ini, untuk mengetahui adanya autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson dengan melihat nilai  $d_l$  dan  $d_u$  pada tabel Durbin-

Watson. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

1. jika hipotesis  $H_0$  menyatakan tidak ada serial korelasi positif, maka apabila :

- $d < d_l$  : menolak  $H_0$ ;  
 $d > d_u$  : menerima  $H_0$ ;  
 $d_l \leq d \leq d_u$  : pengujian tidak menyakinkan.

2. jika hipotesis  $H_0$  menyatakan tidak ada serial korelasi negatif, maka apabila :

- $d > 4 - d_l$  : menolak  $H_0$ ;  
 $d < 4 - d_u$  : menerima  $H_0$ ;  
 $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$  : pengujian tidak menyakinkan.

Berdasarkan hasil perhitungan uji Durbin-Watson diketahui nilai DW sebesar 2,092 dan nilai tersebut dibandingkan dengan nilai DW tabel untuk  $n = 30$ ,  $k = 4$ , *significance points of  $d_l$  and  $d_u = 5\%$* , maka nilai  $d_u = 1,74$  dan  $d_l = 1,14$ . Sesuai dengan kriteria yang dimiliki oleh pengujian Durbin-Watson, maka dapat dibandingkan antara nilai DW hitung dengan DW tabel dengan perhitungan sebagai berikut.

$$d > d_u$$

$$d < 4 - d_u$$

$$4 - d_u > d > d_u$$

$$4 - 1,74 > 2,092 > 1,74$$

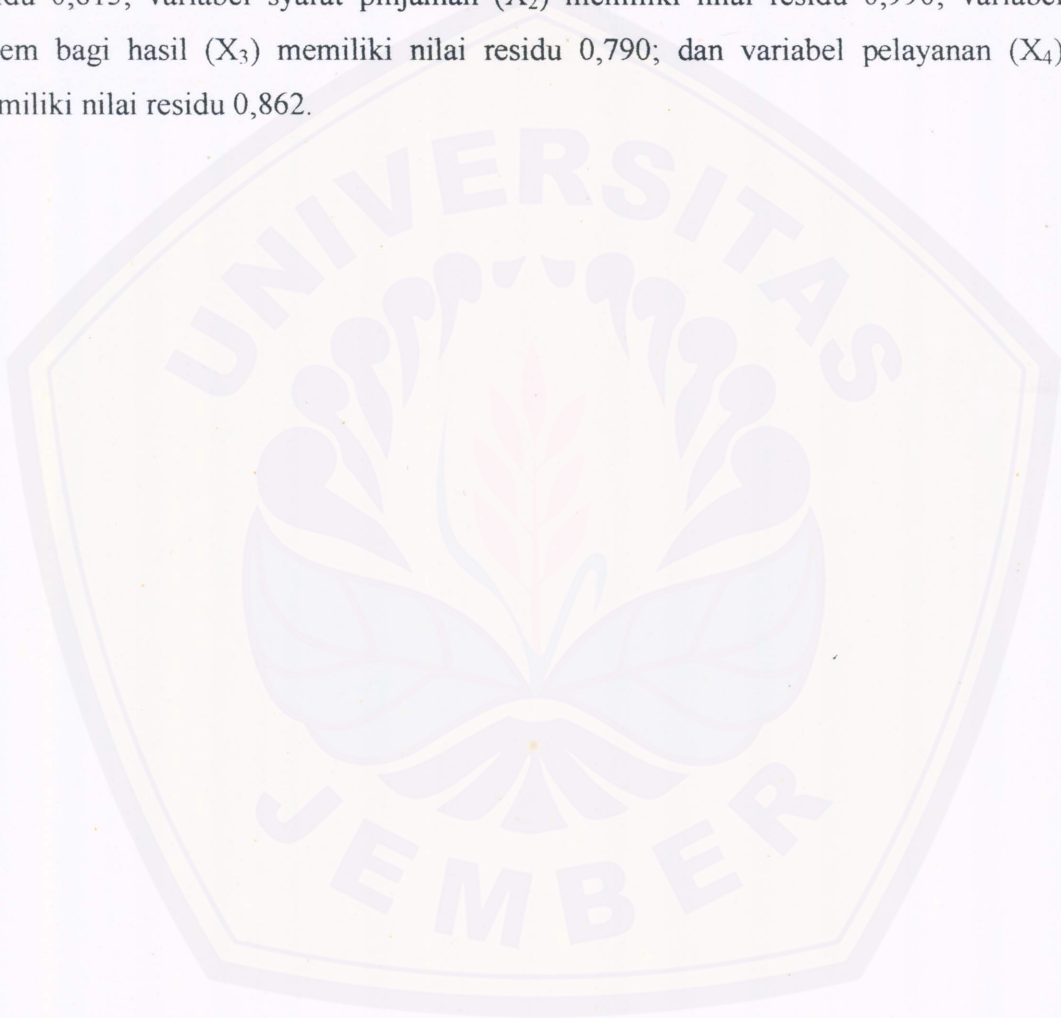
$$2,26 > 2,092 > 1,74$$

Dari hasil tersebut, maka berarti  $H_0$  diterima. Jadi model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.6.3 Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas berarti bahwa tidak boleh terjadi korelasi antara variabel sisa atau residu ( $Y_{ei}$ ) dengan masing-masing variabel bebas, dimana masing-masing variabel bebas dilakukan perjenjangan. Untuk melihat terjadi tidaknya asumsi ini dapat dilihat pada uji *Spearman's*. Dalam melihat terjadi heterokedastisitas atau tidak,

bisa melihat nilai signifikansi variabel bebas untuk residualnya, dimana nilai signifikasinya kurang dari tingkat toleransi kesalahan ( $p < 0,05$ ) maka ada gejala heterokedastisitas, demikian juga sebaliknya. Pada lampiran 2 terlihat bahwa nilai residu semuanya lebih besar dari 0,05. Variabel prosedur kredit ( $X_1$ ) memiliki nilai residu 0,813; variabel syarat pinjaman ( $X_2$ ) memiliki nilai residu 0,990; variabel sistem bagi hasil ( $X_3$ ) memiliki nilai residu 0,790; dan variabel pelayanan ( $X_4$ ) memiliki nilai residu 0,862.





## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada data sampel penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Secara simultan, menunjukkan bahwa variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari. Besarnya pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari secara simultan dapat diketahui dari nilai adjusted  $R^2$  yang dihasilkan, yaitu sebesar 0,826. Hal ini berarti bahwa perubahan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari dipengaruhi oleh variabel-variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan sebesar 82.6%, sedangkan 11.4% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi yang diperoleh. Pengaruh secara simultan ini dapat dibuktikan dari hasil uji F yang diperoleh, yaitu sebesar 35,526 dengan signifikansi 0,000 pada level 5%. Hasil uji F ini lebih besar dari  $F_{tabel}$  yakni sebesar 2,68 yang membuktikan bahwa variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan secara simultan berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari.
2. Secara parsial, besarnya pengaruh masing-masing variabel independen dapat diketahui dari nilai koefisien determinasi parsial dari masing-masing variabel tersebut. Variabel yang paling dominan berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari adalah pelayanan. Hal ini terlihat dari koefisien determinasi parsial masing-masing variabel. Nilai koefisien determinasi parsial variabel pelayanan lebih besar dibandingkan dengan ketiga variabel bebas yang lain,

yakni sebesar 0,820 (82%). Nilai koefisien determinasi parsial dari ketiga variabel bebas lainnya yakni variabel sistem bagi hasil sebesar 0,782 (78,2%), variabel prosedur kredit sebesar 0,692 (69,2%), dan variabel syarat pinjaman sebesar 0,443 (44,3%).

## 5.2 Saran

Saran-saran yang dapat diajukan setelah mengetahui hasil analisis data dari penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Pihak bank, khususnya PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari agar sebaiknya melakukan program perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan agar dapat lebih mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari sehingga diharapkan dengan pelayanan yang maksimal mampu mempertahankan dan meningkatkan prestise lembaga perbankan ini yang telah terbentuk di masyarakat atau nasabah, khususnya di Bangil – Pasuruan, disamping itu pihak bank diharapkan untuk mampu meningkatkan kemampuan variabel-variabel yang lain (prosedur kredit, syarat pinjaman, dan sistem bagi hasil) mengingat bahwa variabel tersebut juga mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari Bangil-Pasuruan.
2. Pihak peneliti selanjutnya, agar didapatkan hasil penelitian yang lebih sempurna dan optimal maka sebaiknya pada penelitian selanjutnya digunakan sampel yang lebih banyak agar lebih representatif, obyek penelitian yang lebih beragam, serta alat analisis yang juga lebih beragam dan akurat sehingga kontribusinya benar-benar mampu membantu perusahaan atau lembaga perbankan dalam menentukan strategi pemasaran produk perbankan yang ada sehingga dapat mencapai pasar sasaran yang tepat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 1997. **Analisis Regresi : Teori, Kasus dan Solusi**. BPFE. Yogyakarta
- Arifin, Zainul. 1990. **Memahami Bank Syariah Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek**. Alvabet. Jakarta
- Azwar, Saifuddin. 1997. **Reliabilitas dan Validitas**. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- F. Engel, James, D. Blackwell Roger and W. Miniard Paul. 1994. **Perilaku konsumen**. Jilid 1. Edisi keenam. Binarupa Aksara. Jakarta
- Fathoni, Achmad. 1999. **Analisis minat masyarakat untuk menabung di tabungan Mudharabah Bank Perkreditan Rakyat Syariah Artha Sinar Mentari Wuluhan-Jember**. Fakultas Ekonomi UNEJ. Jember
- Gujarati, Damodar. 1995. **Ekonometrika Dasar**. Erlangga. Jakarta
- Hayati, Meutia. 1999. **Analisis beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Arthaswasembada Mojosari-Mojokerto**. Fakultas Ekonomi UNEJ. Jember
- Hadiwidjaya, dan Rivai Wirasmita. 1991. **Analisis Kredit**. Cetakan I. Pionir Jaya. Bandung
- Kotler, Phillip. 1997. **Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol**. Jilid 1. Edisi revisi. Prehallindo. Jakarta
- Kotler, Phillip. 1997. **Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian**. Buku dua. Edisi Kedelapan. Salemba empat. Jakarta
- Mulyono, Pudjo Teguh. **Manajemen Perkreditan bagi Bank Komersil**. BPFE. Yogyakarta
- R. Cooper, Donald dan C. William Emory. 1996. **Metode Penelitian Bisnis**. Terjemahan Ellen Gunawan dan Imam Nurmawan. Jilid Pertama. Edisi kelima. Erlangga. Jakarta
- R. Cooper, Donald dan C. William Emory. 1998. **Metode Penelitian Bisnis**. Terjemahan Widyono Soetjipto dan Uka Wikarya. Jilid kedua. Edisi kelima. Erlangga. Jakarta

- Supranto, J. 1989. **Statistik Teori dan Aplikasi**. Jilid Kedua. Edisi kelima. Erlangga. Jakarta
- Suratman, Hendro. 2001. **Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Pembelian Sepeda Motor Honda atau Jialing di Kota Surabaya**. Tesis. Program Pasca Sarjana Program Studi Magister Manajemen UNEJ. Jember
- Soeratno, dan Lincoln, Arsyad. 1995. **Metode Penelitian : Untuk Ekonomi dan Bisnis**. UPP AMP YKPN. Yogyakarta
- Suyatno, Thomas. 1994. **Kelembagaan Perbankan**. Edisi Kedua. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. **Metode Penelitian Survei**. LP3ES. Jakarta
- Siswanto.1999. **Analisa Perilaku Konsumen untuk Menabung pada BPRS Bhakti Makmur Indah Sidoarjo**. Fakultas Ekonomi UNIBRAW. Malang
- Sriwulandari, Retno.1999. **Pengaruh Sikap Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Kredit pada BPR Surya Abadi Bersaudara Malang**. Fakultas Ilmu Administrasi UNIBRAW. Malang
- Santoso, Singgih. 2001. **Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik**. PT. Elex Media Komputindo Gramedia. Jakarta
- Swastha, Basu dan Irawan. 1998. **Manajemen Pemasaran Modern**. Liberty. Jakarta
- Swastha, Basu dan Handoko, Hani T. 1997. **Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen**. Edisi Ketiga. BPFE UGM. Yogyakarta
- Tarmuji. 1999. **Analisis hubungan antara atribut jasa BMT dengan kebutuhan nasabah dalam memilih lembaga simpan pinjam di Banyuwangi**. Fakultas Ekonomi UNEJ. Jember
- Widyaningsih, Kristianti. 2000. **Analisis beberapa faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam memanfaatkan jasa kredit pada Perum Pegadaian Cabang Bondowoso**. Fakultas Ekonomi UNEJ. Jember
- Windyah Sari, Anissa. 2002. **Pengaruh media Iklan terhadap perilaku konsumen dalam memilih merk produk Rokok Sampoerna A Mild di Kota Kecamatan Banyuwangi**. Fakultas Ekonomi UNEJ. Jember



**DAFTAR LAMPIRAN 1**

## LAMPIRAN 1.1

**Penyajian Data Mentah (*Raw Data*)  
Variabel Prosedur Kredit ( $X_1$ )**

No.	Kuesioner variabel prosedur kredit ( $X_1$ )				Total Skor
	1	2	3	4	
1.	5	4	5	5	19
2.	4	4	4	5	17
3.	5	4	5	4	18
4.	4	4	4	4	16
5.	5	4	4	4	17
6.	5	5	4	4	18
7.	4	5	5	5	19
8.	5	5	3	4	17
9.	4	4	5	3	16
10.	5	5	5	5	20
11.	5	4	4	5	18
12.	5	4	4	3	16
13.	4	5	5	5	19
14.	4	4	5	5	18
15.	4	4	4	4	16
16.	5	5	4	4	18
17.	5	5	5	5	20
18.	5	4	5	5	19
19.	4	5	5	5	19
20.	4	4	4	4	16
21.	5	4	4	4	17
22.	4	4	4	4	16
23.	4	4	5	5	18
24.	5	5	3	4	17
25.	5	5	5	5	20
26.	5	5	5	5	20
27.	5	5	5	3	18
28.	5	5	5	5	20
29.	4	5	3	5	17
30.	5	5	5	5	20

## LAMPIRAN 1.2

**Penyajian Data Mentah (*Raw Data*)  
variabel Syarat Pinjaman ( $X_2$ )**

No.	Kuesioner variabel Syarat Pinjaman ( $X_2$ )				Total Skor
	1	2	3	4	
1.	4	4	4	4	16
2.	5	5	5	3	18
3.	4	3	4	5	16
4.	5	5	4	4	18
5.	5	5	5	4	19
6.	5	4	4	4	17
7.	4	5	5	5	19
8.	5	5	4	5	19
9.	4	4	4	5	17
10.	4	4	5	5	18
11.	5	4	4	4	17
12.	5	4	5	5	19
13.	5	4	4	5	18
14.	5	4	4	4	17
15.	5	5	4	4	18
16.	4	4	4	4	16
17.	4	4	5	5	18
18.	5	5	5	5	20
19.	4	4	5	5	18
20.	5	5	5	5	20
21.	5	3	5	5	18
22.	4	4	4	5	17
23.	4	5	5	5	19
24.	4	4	4	4	16
25.	5	5	4	4	19
26.	5	5	5	5	20
27.	4	5	5	5	18
28.	4	4	4	4	16
29.	4	4	4	4	16
30.	5	5	5	5	20

## LAMPIRAN 1.3

**Penyajian Data Mentah (*Raw Data*)**  
**Variabel Sistem Bagi Hasil ( $X_3$ )**

No.	Kuesioner variabel Sistem Bagi Hasil ( $X_3$ )				Total Skor
	1	2	3	4	
1.	4	4	4	5	17
2.	4	3	4	4	15
3.	3	4	4	4	15
4.	4	3	4	4	15
5.	5	5	5	5	20
6.	5	3	5	5	18
7.	4	3	5	5	17
8.	4	4	4	4	16
9.	5	4	5	4	18
10.	4	2	5	5	16
11.	5	3	5	5	18
12.	4	4	4	4	16
13.	4	4	4	5	17
14.	4	3	4	4	15
15.	3	4	4	4	15
16.	4	4	4	5	17
17.	5	4	5	5	19
18.	4	4	4	4	16
19.	4	3	5	5	17
20.	4	4	5	4	17
21.	4	4	4	4	16
22.	4	2	5	5	16
23.	4	4	4	4	16
24.	5	3	5	4	17
25.	5	4	5	5	19
26.	5	4	5	4	18
27.	4	4	4	4	16
28.	5	3	5	5	18
29.	5	5	5	5	20
30.	4	4	4	4	16



## LAMPIRAN 1.4

**Penyajian Data Mentah (*Raw Data*)**  
**Variabel Pelayanan ( $X_4$ )**

No.	Kuesioner Variabel Pelayanan ( $X_4$ )				Total Skor
	1	2	3	4	
1.	5	5	5	4	19
2.	4	5	5	4	18
3.	5	4	5	5	19
4.	5	5	5	5	20
5.	5	5	5	5	20
6.	5	5	4	5	19
7.	4	4	4	4	16
8.	5	5	4	4	18
9.	5	5	5	5	20
10.	5	5	5	5	20
11.	5	4	4	4	17
12.	4	5	5	5	19
13.	4	4	5	5	18
14.	4	5	4	5	18
15.	5	4	5	5	19
16.	5	5	4	5	19
17.	4	4	5	5	18
18.	5	5	5	5	20
19.	4	4	5	5	18
20.	5	4	5	5	19
21.	4	5	5	4	18
22.	5	5	4	4	18
23.	5	5	5	5	20
24.	5	4	4	5	18
25.	4	4	5	5	18
26.	5	4	5	5	19
27.	5	5	5	5	20
28.	5	5	4	5	19
29.	5	5	5	5	20
30.	4	5	5	5	19

## LAMPIRAN 1.5

**Penyajian Data Mentah (*Raw Data*)**  
**Variabel Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit (Y)**

No.	Kuesioner Variabel Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit (Y)				Total Skor
	1	2	3	4	
1.	4	4	5	5	18
2.	4	4	4	4	16
3.	4	4	4	5	17
4.	5	5	4	4	18
5.	5	5	5	5	20
6.	4	4	4	4	16
7.	5	5	5	5	20
8.	4	4	4	4	16
9.	5	5	5	5	20
10.	5	5	5	5	20
11.	4	4	4	5	17
12.	4	4	4	4	16
13.	3	5	5	5	18
14.	4	4	4	4	16
15.	4	4	4	4	16
16.	5	4	5	4	18
17.	5	5	5	5	20
18.	5	5	5	5	20
19.	3	5	5	5	18
20.	5	5	5	4	19
21.	5	4	4	5	18
22.	3	4	4	4	15
23.	5	5	5	4	19
24.	4	4	4	5	17
25.	5	5	5	5	20
26.	5	5	5	5	20
27.	4	4	5	5	18
28.	5	4	5	5	19
29.	5	5	5	5	20
30.	4	5	5	5	19



## **DAFTAR LAMPIRAN 2**

Lampiran 2

Hasil Perhitungan Statistik Linier Berganda Dengan SPSS versi 10.0

Regression

Variables Entered/Removed<sup>d</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan (X4), Sistem Bagi Hasil (X3), Syarat Pinjaman (X2), Prosedur Kredit (X1) <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,922 <sup>a</sup>	,850	,826	,67

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X4), Sistem Bagi Hasil (X3), Syarat Pinjaman (X2), Prosedur Kredit (X1)

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64,176	4	16,044	35,526	,000 <sup>a</sup>
	Residual	11,290	25	,452		
	Total	75,467	29			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X4), Sistem Bagi Hasil (X3), Syarat Pinjaman (X2), Prosedur Kredit (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-20,741	3,359		-6,174	,000
	Prosedur Kredit (X1)	,440	,092	,389	4,789	,000
	Syarat Pinjaman (X2)	,241	,098	,198	2,467	,021
	Sistem Bagi Hasil (X3)	,569	,091	,505	6,272	,000
	Pelayanan (X4)	,909	,127	,567	7,159	,000

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

**Regression**

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan (Y)	18,13	1,61	30
Prosedur Kredit (X1)	17,97	1,43	30
Syarat Pinjaman (X2)	17,90	1,32	30
Sistem Bagi Hasil (X3)	16,87	1,43	30
Pelayanan (X4)	18,77	1,01	30

**Correlations**

		Keputusan (Y)	Prosedur Kredit (X1)	Syarat Pinjaman (X2)	Sistem Bagi Hasil (X3)	Pelayanan (X4)
Pearson Correlation	Keputusan (Y)	1,000	,497	,314	,560	,551
	Prosedur Kredit (X1)	,497	1,000	,126	,251	-,078
	Syarat Pinjaman (X2)	,314	,126	1,000	-,080	,189
	Sistem Bagi Hasil (X3)	,560	,251	-,080	1,000	-,046
	Pelayanan (X4)	,551	-,078	,189	-,046	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan (Y)	,	,003	,046	,001	,001
	Prosedur Kredit (X1)	,003	,	,253	,090	,342
	Syarat Pinjaman (X2)	,046	,253	,	,337	,158
	Sistem Bagi Hasil (X3)	,001	,090	,337	,	,404
	Pelayanan (X4)	,001	,342	,158	,404	,
N	Keputusan (Y)	30	30	30	30	30
	Prosedur Kredit (X1)	30	30	30	30	30
	Syarat Pinjaman (X2)	30	30	30	30	30
	Sistem Bagi Hasil (X3)	30	30	30	30	30
	Pelayanan (X4)	30	30	30	30	30

**Variables Entered/Removed<sup>d</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan (X4), Sistem Bagi Hasil (X3), Syarat Pinjaman (X2), Prosedur <sup>a</sup> Kredit (X1)		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Durbin-Watson		
					R Square Change	F Change	df1		df2	Sig. F Change
1	,922 <sup>a</sup>	,850	,826	,67	,850	35,526	4	25	,000	2,092

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X4), Sistem Bagi Hasil (X3), Syarat Pinjaman (X2), Prosedur Kredit (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4	16,044	35,526	,000 <sup>a</sup>
	Residual	25	,452		
	Total	29			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X4), Sistem Bagi Hasil (X3), Syarat Pinjaman (X2), Prosedur Kredit (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations		Collinearity Statistics											
					B	Std. Error	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Tolerance	VIF								
1	(Constant)																			
	Prosedur Kredit (X1)																			
	Syarat Pinjaman (X2)																			
	Sistem Bagi Hasil (X3)																			
	Pelayanan (X4)																			

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Correlations

Spearmen's rho	Keputusan (Y)	Keputusan (Y)	Prosedur Kredit (X1)	Syarat Pinjaman (X2)	Sistem Bagi Hasil (X3)	Pelayanan (X4)	Unstandardized Residual
Correlation Coefficient	1,000	,478**	,332	,120	,085	,182	-,002
Sig. (2-tailed)		,008	,528	,110	,699	,699	,990
N	30	30	30	30	30	30	30
Correlation Coefficient	,478**	,008	,332	,120	,085	,182	-,002
Sig. (2-tailed)		,303	,528	,110	,699	,699	,990
N	30	30	30	30	30	30	30
Correlation Coefficient	,332	,073	,332	,120	,085	,182	-,002
Sig. (2-tailed)		,303	,528	,110	,699	,699	,990
N	30	30	30	30	30	30	30
Correlation Coefficient	,073	,303	,332	,120	,085	,182	-,002
Sig. (2-tailed)		,303	,528	,110	,699	,699	,990
N	30	30	30	30	30	30	30
Correlation Coefficient	,555**	,001	,298	,085	,656	,335	,335
Sig. (2-tailed)		,303	,528	,110	,699	,699	,990
N	30	30	30	30	30	30	30
Correlation Coefficient	,546**	,002	,182	,086	,074	,1000	-,033
Sig. (2-tailed)		,303	,528	,110	,699	,699	,990
N	30	30	30	30	30	30	30
Correlation Coefficient	,365*	,045	,045	,045	,051	-,033	1,000
Sig. (2-tailed)		,813	,813	,813	,790	,862	,862
N	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the .01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the .05 level (2-tailed).



**Casewise Diagnostics<sup>a</sup>**

Case Number	Std. Residual	Keputusan (Y)	Predicted Value	Residual
1	-,622	18	18,42	-,42
2	,039	16	15,97	2,62E-02
3	,237	17	16,84	,16
4	,965	18	17,35	,65
5	-1,303	20	20,88	-,88
6	-,090	16	16,06	-6,03E-02
7	1,278	20	19,14	,86
8	-1,166	16	16,78	-,78
9	1,762	20	18,82	1,18
10	,475	20	19,68	,32
11	,046	17	16,97	3,07E-02
12	-1,864	16	17,25	-1,25
13	,013	18	17,99	8,81E-03
14	-,257	16	16,17	-,17
15	-,659	16	16,44	-,44
16	,033	18	17,98	2,23E-02
17	,642	20	19,57	,43
18	,412	20	19,72	,28
19	,013	18	17,99	8,81E-03
20	1,396	19	18,06	,94
21	2,169	18	16,54	1,46
22	-1,281	15	15,86	-,86
23	-,062	19	19,04	-4,17E-02
24	,553	17	16,63	,37
25	,283	20	19,81	,19
26	-,582	20	20,39	-,39
27	-1,191	18	18,80	-,80
28	-,635	19	19,43	-,43
29	-,226	20	20,15	-,15
30	-,378	19	19,25	-,25

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	15,86	20,88	18,13	1,49	30
Residual	-1,25	1,46	-2,49E-15	,62	30
Std. Predicted Value	-1,528	1,843	,000	1,000	30
Std. Residual	-1,864	2,169	,000	,928	30

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)



**DAFTAR LAMPIRAN 3**

Empiran 3.1

Uji Realibilitas dan Validitas variabel Prosedur Kredit (X<sub>1</sub>)

Reliability

\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
PERT1	4,1000	,8030	30,0
PERT2	4,1333	,7303	30,0
PERT3	4,0667	,9444	30,0
PERT4	4,1333	,8193	30,0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	16,4333	6,8747	2,6220	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
T1	12,3333	3,9540	,7126	,7047
T2	12,3000	4,2862	,6796	,7273
T3	12,3667	4,3092	,4268	,8562
T4	12,3000	3,9414	,6954	,7122

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0                      N of Items = 4

Alpha = ,8016

mpiran 3.2

Uji Realibilitas dan Validitas variabel Syarat Pinjaman (X<sub>2</sub>)

Reliability

\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
PERT1	4,2000	,7611	30,0
PERT2	4,1667	,7466	30,0
PERT3	4,0667	,7397	30,0
PERT4	4,1333	,7761	30,0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	16,5667	6,8057	2,6088	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PERT1	12,3667	3,7575	,8367	,8186
PERT2	12,4000	3,9034	,7948	,8357
PERT3	12,5000	3,9828	,7709	,8450
PERT4	12,4333	4,2540	,6089	,9062

Reliability Coefficients

Number of Cases = 30,0

Number of Items = 4

Alpha = ,8854

Diagram 3.3

Uji Realibilitas dan Validitas variabel Sistem bagi Hasil (X<sub>3</sub>)

Reliability

\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
PERT1	4,0000	,7878	30,0
PERT2	4,1333	,6814	30,0
PERT3	4,1333	,7761	30,0
PERT4	4,3333	,6065	30,0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	16,6000	5,4897	2,3430	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	12,6000	3,3517	,5260	,8580
2	12,4667	2,9471	,8882	,6903
3	12,4667	2,7402	,8357	,7047
4	12,2667	3,9954	,4646	,8665

Reliability Coefficients

Cases = 30,0

N of Items = 4

Alpha = ,8342

Diagram 3.4

Uji Realibilitas dan Validitas variabel Pelayanan (X<sub>1</sub>)

Reliability

\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
PERT1	4,5000	,6297	30,0
PERT2	4,5667	,5040	30,0
PERT3	4,1667	,5921	30,0
PERT4	4,4000	,4983	30,0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	17,6333	2,6540	1,6291	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	13,1333	1,6368	,3852	,7184
2	13,0667	1,5126	,7158	,5129
3	13,4667	1,6368	,4400	,6763
4	13,2333	1,7713	,4784	,6522

Reliability Coefficients

Cases = 30,0 N of Items = 4

alpha = ,7056

Diagram 3.5

Uji Realibilitas dan Validitas variabel Keputusan Nasabah (Y)

Reliability

\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
PERT1	4,3333	,9223	30,0
PERT2	4,3667	,6149	30,0
PERT3	4,5667	,5040	30,0
PERT4	4,4667	,6814	30,0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	17,7333	3,3057	1,8182	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	13,4000	1,8345	,2484	,6034
2	13,3667	2,3782	,2897	,5104
3	13,1667	2,1437	,6153	,3153
4	13,2667	2,2023	,3160	,4901

Reliability Coefficients

Cases = 30,0

N of Items = 4

alpha = ,5480



## **DAFTAR LAMPIRAN 4**



**KUESIONER**

Kepada Yth.  
Responden ( Nasabah PT. BPRS Daya Artha Mentari )  
Di  
Tempat

Dengan Hormat,

Kuesioner ini dimaksudkan untuk bahan penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan saya di Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Dengan rendah hati, saya mohon kesediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini apa adanya, dan atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Ninien Inayati Aminullah

No. Responden ( )

**KUESIONER UNTUK RESPONDEN**

1. Nama :
2. Umur :
3. Alamat :
4. Pekerjaan :
5. Pendidikan :

Berilah tanda silang (X) pada masing-masing pilihan yang sesuai dengan pendapat anda pada kolom yang tersedia.

a). Apakah Bapak/Ibu tercatat sebagai nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari ?

1. Ya
2. Tidak

b). Pernahkah Bapak/Ibu mengambil kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari ?

1. Pernah
2. Tidak pernah

c). Berapa lama jangka waktu kredit yang anda ambil pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Daya Artha Mentari ?

1. < 1 tahun
2. 1-2 tahun

Petunjuk pengisian jawaban untuk kuesioner

SS : Sangat setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b><u>VARIABEL PROSEDUR KREDIT</u></b>						
1.	Menurut anda apakah prosedur secara administrasi dalam pengajuan kredit pada PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari ini cukup mudah?					
2.	Apakah jangka waktu pengajuan kredit anda membutuhkan waktu yang relatif cepat?					
3.	Menurut anda, apakah realisasi kredit/ pencairan kredit anda selalu tepat waktu ?					
4.	Apakah jangka waktu pengembalian kredit pada PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari ini dapat dikatakan fleksibel ?					
<b><u>VARIABEL SYARAT PINJAMAN</u></b>						
1.	Menurut anda, apakah syarat pinjaman (jaminan) mutlak harus ada dalam pengajuan kredit pada PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari ini ?					
2.	Berkaitan dengan syarat pinjaman (jaminan), menurut anda apakah syarat pinjaman yang diberlakukan pada PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari ini cukup ringan ?					
3.	Dalam pengambilan kredit apakah menurut anda setiap nasabah harus memiliki kemampuan untuk mengembalikan kreditnya ?					
4.	Bagaimana menurut anda, apakah besar kecilnya perolehan kredit pada PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari tergantung pada besar kecilnya syarat pinjaman (jaminan kredit) ?					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b><u>VARIABEL SISTEM BAGI HASIL</u></b>						
1.	Apakah anda telah mengetahui sistem bagi hasil yang ada di PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari ini ?					
2.	Bagaimana menurut anda, apakah sama antara sistem bagi hasil dengan sistem suku bunga ?					
3.	Dari pengetahuan tentang sistem bagi hasil yang anda ketahui, menurut anda apakah sistem bagi hasil ini menguntungkan anda dalam pengambilan kredit ?					
4.	Berdasarkan sistem bagi hasil, apakah sistem ini cukup mencerminkan keadilan bagi anda ?					
<b><u>VARIABEL PELAYANAN</u></b>						
1.	Dalam rangka pengambilan kredit, menurut anda apakah seharusnya setiap nasabah meminta penjelasan terlebih dahulu kepada pihak bank ( PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari ) ?					
2.	Apakah pihak bank (PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari) senantiasa memberikan penjelasan yang jelas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pengambilan kredit ?					
3.	Bagaimana menurut anda , apakah penjelasan yang telah diberikan oleh pihak bank (karyawan PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari) dirasa cukup memberikan pengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit anda pada lembaga ini ?					

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
4.	Bagaimana menurut anda, apakah sikap karyawan PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari cukup memuaskan dalam melayani nasabahnya ?					
	<b><u>VARIABEL KEPUTUSAN</u></b> <b><u>PENGAMBILAN KREDIT</u></b>					
1.	Menurut anda, apakah dalam mengambil kredit pada PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari menggunakan pertimbangan tertentu ?					
2.	Apakah variabel prosedur kredit, syarat pinjaman, sistem bagi hasil dan pelayanan yang memuaskan termasuk dalam pertimbangan pengambilan kredit anda pada PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari ?					
3.	Apakah anda merasa yakin untuk mengambil kredit pada PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari ?					
4.	Bagaimana menurut anda, apakah anda berkeinginan untuk tetap menjadi nasabah PT. BPR Syariah Daya Artha Mentari di masa yang akan datang ?					



SURAT KETERANGAN  
No : 118/B/BPRS-DAM/VI/2002

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dra. Dewi Mumpuni Yudowati  
Jabatan : Direktur  
Alamat : Jl. Jaksa Agung Suprpto Bangil-Pasuruan

Menerangkan yang di bawah ini :

Nama : Ninien Inayati Aminullah  
Nim : 980810201-381  
Jurusan : Ekonomi / Manajemen  
Universitas : Universitas Negeri Jember  
Alamat : Jl. P. Sudirman VII/I Pasuruan

Adalah benar-benar telah mengadakan riset pada PT. BPR Syari'ah Daya Artha Mentari dengan judul Skripsi " Analisis Variabel-variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, agar dapat di gunakan semestinya.

Pasuruan, 01 Juni 2002  
PT. BPRS Daya Artha Mentari

  
Dra. Dewi Mumpuni Y.  
- Direktur

