

PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PENDAPATAN USAHA TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT (STUDI KASUS PADA NASABAH BNI KCU UNDIP SEMARANG)

Yulita Martha Chrisanti¹, dan Saryadi²
yulitamartha624@gmail.com

ABSTRACT

This research was motivated by fact that there's a high demand of find distribution for capital that is safe, fast, and easy. BNI KCU UNDIP must pay attention to the interest rate that given, effect of service quality, and the customer's business income for making customers interest to use their service.

This study aims to determine the influence of interest rate, service quality, and business income towards credit decision-making at BNI KCU UNDIP. The sample in this reseach is 100 respondens who are debtors BNI KCU UNDIP. This study used purposive samplng as a sampling techniques of data collection using questionnaires. The analytical method used was simple and multiple regression analysis, the validity and reliability.

Based on the result analysis, variable the interest rate, quality of service, and business income have a positive influence of the credit making decision. Variable the quality of service have the most influence is as much as 0,355. Variable business income have influence of 0,279 and variable interest rates have influence of 0,123. Simultaneously a variable the interest rates, quality of service, and business income having contributions amounting to 36,3% of the credit decision-making.

The advice that can be provided, BNI KCU UNDIP should be able to maintain and improve the quality of service well, physically and human resources, maintain interest rates to be able to compete with similar bank and business income in accordance with the credit.

Keywords: interest rate, quality of service, business income, credit decision-making

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi persaingan antar bank yang semakin ketat dan meningkatkan kebutuhan masyarakat akan dana. Semakin tingginya kebutuhan masyarakat akan penyaluran dana untuk modal usaha yang aman, cepat, dan mudah sehingga masyarakat akan memilih bank yang sesuai dengan keinginannya. Dalam hal ini BNI KCU UNDIP harus memperhatikan suku bunga yang dibebankan, kualitas pelayanan yang diberikan bank, dan pendapatan usaha yang diperoleh oleh nasabah agar dapat menarik nasabah untuk mengambil kredit sehingga mampu bersaing dengan bank sejenis dalam menyalurkan kreditnya dengan maksimal.

¹Yulita Martha Chrisanti, Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, yulitamartha624@gmail.com

²Drs. Saryadi, M. Si., Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro

Tipe penelitian ini adalah penelitian *eksplanatory* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi kepustakaan. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan debitur BNI KCU UNDIP. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan berganda, dengan uji validitas dan reliabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pengambilan kredit. Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling besar yaitu 0,355. Variabel pendapatan usaha memiliki pengaruh sebesar 0,279 dan variabel suku bunga memiliki pengaruh sebesar 0,123. Secara simultan (bersama-sama) variabel suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha memiliki kontribusi sebesar 36,3% terhadap keputusan pengambilan kredit.

Saran yang bisa diberikan, BNI KCU UNDIP harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya dengan baik, secara fisik maupun sumber daya manusia, mempertahankan suku bunga agar mampu bersaing dengan bank sejenis, dan pendapatan usaha yang sesuai dengan beban kreditnya.

Kata Kunci: suku bunga, kualitas pelayanan, pendapatan usaha, keputusan pengambilan kredit

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis di bidang perbankan yang nampak akhir-akhir ini adalah persaingan dalam penyaluran kredit usaha, khususnya dalam pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Di Indonesia sendiri UMKM menempati jumlah mayoritas dari total unit usaha yang ada. Akan tetapi kebanyakan dari para pengusaha UMKM masih mengalami kesulitan dalam menjalankan usaha, dan secara garis besar kesulitan yang dihadapi berkisar masalah permodalan, persaingan pasar, dan bahan baku yang sulit didapat. Permodalan nampaknya menjadi alasan klasik yang menghadang perkembangan UMKM. Kebanyakan pelaku bisnis memutar usahanya dengan mengandalkan modal sendiri. Adapula sebagian kecil yang berusaha menambah modalnya dengan melakukan pinjaman ke Bank atau Lembaga Non Bank. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Iman dan Adi, 2009).

Menurut Dwiwinarno (2008 dalam Haryadi, 2010), ada beberapa faktor penghambat berkembangnya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) antara lain kurangnya modal dan kemampuan manajerial yang rendah. Meskipun permintaan atas usaha mereka meningkat karena terkendala dana maka seringkali tidak bisa untuk memenuhi permintaan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan untuk mendapatkan informasi tentang tata cara mendapatkan dana dan keterbatasan kemampuan untuk mendapatkan dana. Kebanyakan usaha skala kecil dalam menjalankan usaha tanpa adanya perencanaan, pengendalian, maupun juga evaluasi kegiatan usaha.

Komposisi pinjaman yang diberikan terdiri dari segmen korporasi 42,3% diikuti segmen kecil dan menengah 28,6% serta segmen konsumen sebesar 17,6% dari total pinjaman yang diberikan. Selain itu pinjaman yang diberikan juga disalurkan di luar negeri dengan komposisi 6,0% serta perusahaan anak yang memiliki komposisi 5,5%.

Segmen korporasi mengalami pertumbuhan sebesar 15,2% atau Rp. 18,2 triliun yang meningkat menjadi Rp. 119,7 triliun di Desember 2014 menjadi Rp. 137,9 triliun di Desember 2015. Pada segmen menengah juga terjadi pertumbuhan sebesar 26,8% dari Rp. 40,3 triliun di tahun 2014 menjadi Rp. 51,1 triliun di tahun 2015. Sedangkan segmen kecil mengalami peningkatan 4,2%.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan kepada 18 pemilik UMKM di wilayah Pedurungan, Semarang maka dapat diketahui bahwa kendala yang dihadapi dalam keputusan untuk mengambil kredit adalah karena suku bunga yang dibebankan terlalu tinggi, sehingga tidak sesuai dengan pendapatan usaha yang dihasilkan setiap bulannya. Adanya suku bunga yang terlalu tinggi membuat para UMKM ragu untuk mengambil kredit di lembaga keuangan atau bank. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh bank yang dirasa kurang memuaskan juga membuat para UMKM enggan untuk mengambil kredit pada bank/lembaga keuangan. Serta penerimaan pendapatan usaha oleh UMKM yang tidak menentu setiap bulannya membuat para UMKM ragu dengan kemampuannya membayar beban kredit setiap bulannya.

Realisasi penyaluran KUR dari PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) untuk KUR mikro mencapai Rp. 13,4 triliun dan KUR ritel Rp. 2,79 triliun sehingga total Rp. 16,2 triliun dengan realisasi pencapaian sebesar 54%. Realisasi penyaluran KUR dari PT Bank Mandiri Tbk (Bank Mandiri) untuk KUR mikro mencapai Rp. 675,4 miliar dan KUR ritel Rp. 2,83 triliun sehingga total Rp. 16,2 triliun dengan realisasi pencapaian sebesar 11,6%. Realisasi penyaluran KUR dari PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI) untuk KUR mikro mencapai Rp. 20 miliar dan KUR ritel Rp. 3,02 triliun sehingga total Rp. 3,04 triliun dengan realisasi pencapaian sebesar 10,1%. Realisasi penyaluran kredit usaha rakyat (KUR) hingga 31 Desember 2015 mencapai Rp. 22,7 triliun atau hanya 75,7% dari target yang dialokasikan pemerintah sebesar Rp. 30 triliun. Untuk menciptakan inovasi baru dan dalam upaya meningkatkan penyaluran kreditnya, pihak bank dan pemerintah harus bekerjasama untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan kredit.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti masalah ini dengan judul, **“Pengaruh Suku Bunga, Kualitas Pelayanan, dan Pendapatan Usaha Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit pada PT BNI Cabang Semarang”**.

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh antara tingkat suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT BNI Cabang UNDIP?
2. Adakah pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT BNI Cabang UNDIP?
3. Adakah pengaruh antara pendapatan usaha terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT BNI Cabang UNDIP?
4. Adakah pengaruh antara suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT BNI Cabang UNDIP?

KAJIAN TEORI

Kredit

Menurut Kasmir (2003: 72) kata kredit berasal dari Bahasa Yunani “*Credere*” maksudnya adalah apabila seseorang memperoleh kredit maka berarti mereka memperoleh kepercayaan. Sedangkan bagi pemberi pinjaman artinya memberikan kepercayaan kepada seseorang bahwa uang yang dipinjamkan pasti kembali.

Dalam Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam

meminjam antara bank dan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Kredit ini merupakan penyaluran dana yang dilakukan oleh bank konvensional kepada nasabah.

Menurut Ismail (2010: 27), jenis kredit yang diberikan oleh bank dilihat dari segi tujuan penggunaannya dibagi menjadi dua jenis yaitu :

1. Kredit Produktif : Kredit Investasi, Kredit Modal Kerja (KMK), Kredit Perdagangan, Kredit Ekspor Impor, Kredit Konstruksi.
2. Kredit Konsumtif : Kredit Pemilikan Rumah (KPR), Kredit Pembelian Mobil, Motor, serta barang-barang elektronik.

Suku Bunga

Menurut Sunariyah (Kasmir: 2003) suku bunga adalah harga dari pinjaman. Suku bunga dinyatakan sebagai persentase uang pokok per unit waktu. Bunga merupakan suatu ukuran harga sumber daya yang digunakan oleh debitur yang harus dibayarkan kepada kreditur.

Bunga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar oleh bank dan atau nasabah sebagai balas jasa atas transaksi antara bank dan nasabah. Harga menurut Reidenbach (Ismail: 2010) merupakan sejumlah uang yang diterima oleh penjual untuk barang atau jasa di tempat produksi atau di dalam aktivitas usaha. Harga bukanlah apa yang diminta oleh penjual, akan tetapi merupakan apa yang benar-benar diterimanya.

Menurut Kasmir (2003: 82), pembebanan suku bunga oleh bank adalah dengan memperhatikan jenis kredit yang dibiayai, kemudian juga yang menjadi pertimbangan bank dalam menentukan pembebanan suku bunga adalah tingkat resiko dari masing-masing jenis kredit.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kasmir (2003: 216) pengertian pelayanan nasabah atau *customer service* secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Menurut Kasmir (2003: 216), untuk meningkatkan kepercayaan nasabahnya bank perlu menjaga citra positif di mata masyarakat. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.

Menurut Parasuraman yang dikutip Fandy Tjiptono (2005:70) mengemukakan bahwa pelayanan memiliki lima dimensi pokok, kelima dimensi pokok tersebut meliputi :

1. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu keyakinan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf ; bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*Emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggannya.

Pendapatan Usaha

Menurut Winardi (Prasetijo, Ristiyanti, dan Prof. John J.O.I Ilhalauw: 2005), pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh seseorang dari jasa-jasa produksi yang diserahkan pada suatu waktu tertentu atau yang diperoleh dari harta kekayaan. Dari definisi ini berarti pendapatan bersumber

dari potensi diri atau kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan dari kekayaan yang dimilikinya. Pendapatan dapat digolongkan menjadi :

1. Pendapatan berupa uang
2. Pendapatan berupa barang
3. Lain-lain penerimaan uang dan barang

Keputusan Pengambilan Kredit

Keputusan pengambilan kredit nasabah (Philip Kotler: 2000) adalah suatu tindakan yang memilih satu alternatif dari serangkaian alternatif yang ada. Pemilihan dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pengambilan kredit ini merupakan proses membuat keputusan untuk mengambil satu dari alternatif yang tersedia.

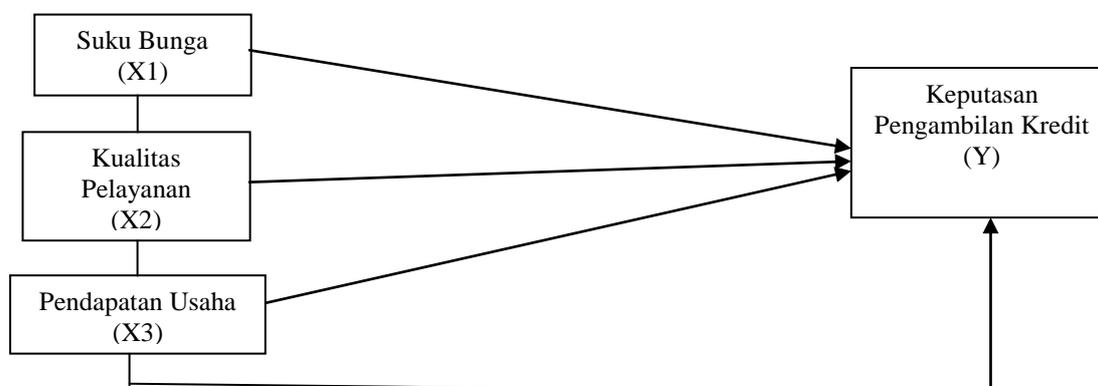
Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit adalah :

- a. Faktor Internal
 1. Faktor pribadi : usia, dan tahap siklus hidup, situasi ekonomi, gaya hidup, pendapatan.
 2. Faktor psikologis (Kotler, 2005: 213), di mana variabel psikologis ini dapat dibedakan menjadi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap.
- b. Faktor Eksternal
 1. Faktor sosial adalah faktor lingkungan sekitar nasabah yang terdiri dari kelompok rujukan dan keluarga.
 2. Faktor suku bunga dan pelayanan dari bank atau lembaga keuangan yang menawarkan kredit bagi nasabah.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2010:93). Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Ada pengaruh antara Suku Bunga (X1) terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y)
2. Ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y)
3. Ada pengaruh antara Pendapatan Usaha (X3) terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y)
4. Ada pengaruh antara Suku Bunga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Pendapatan Usaha (X3) terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y)

Kerangka pemikiran digambarkan pada gambar berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini termasuk dalam tipe penelitian yang bersifat penjelasan atau *Eksplanatory Research*. *Eksplanatory Research* ditujukan untuk menjelaskan kedudukan variable-variabel yang lain (Sugiyono, 2009: 11).

Penggunaan tipe penelitian ini sesuai dengan tujuan utama dari penelitian ini yaitu menguji rumusan hipotesis penelitian untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh variable suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT BNI Cabang UNDIP.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009: 80). Populasi dari penelitian ini meliputi seluruh nasabah Bank Negara Indonesia yang mengambil kredit usaha kecil pada tahun 2016 pada Bank Negara Indonesia Cabang UNDIP Semarang. Dalam penelitian ini ukuran populasi yang diambil tidak teridentifikasi atau tidak diketahui dengan pasti. Dalam populasi ini responden adalah orang yang memiliki usaha kecil atau menengah (UMKM) sehingga kredit yang diperoleh digunakan merupakan kredit usaha.

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sejumlah 100 sampel. Menurut Emory (1996:221) karena populasi yang tidak terbatas, jadi sampel 100 orang yang diambil dari populasi berjumlah 5000 secara kasar mempunyai ketepatan estimasi yang sama dengan 100 sampel yang diambil dari 200 juta populasi. Oleh karena itu dalam penelitian ini jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 orang.

Teknik Analisis Data

a. Analisis Data Kualitatif

Yaitu suatu teknik analisis yang pengolahan datanya dalam bentuk uraian atau penggambaran tentang gejala atau fenomena yang sedang diteliti, terutama mengenai tingkat suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha dengan tetap mengacu pada teori-teori yang melandasi penelitian ini.

b. Analisis Data Kuantitatif

Yaitu analisa data yang mendasarkan pada perhitungan dan pengukuran variabel-variabel yang digunakan disertai dengan penjelasan terhadap hasil yang telah diperoleh dari perhitungan tersebut menggunakan metode statistik atau perhitungan dengan menggunakan angka-angka atau rumus-rumus sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan bahwa suatu pengujian benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Jogiyanto, 2007: 122). Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS yang dilihat berdasarkan *corrected item-total correlation*.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas sebenarnya merupakan alat untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau konstruk (Ghozali 2005:41). Sama dengan uji validitas, uji reliabilitas dalam penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

3. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi merupakan suatu alat statistik yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel ini.

4. Analisis Regresi

a. Analisa Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh langsung masing-masing variabel bebas (tingkat suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha) terhadap variabel terikat (keputusan pengambilan kredit).

b. Analisa Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh tingkat suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pengambilan kredit, maka digunakan analisis regresi linear berganda.

5. Koefisien Determinasi

Digunakan untuk mengukur presentase variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X).

6. Uji Signifikansi

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005).

b. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Penelitian

No	Uji Hipotesis	Hasil				Keterangan Hipotesis
		Korelasi	Determinasi	t Hitung	F Hitung	
1	Tingkat suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit	0,319	10,2%	3,334	-	Ha diterima
2	Kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit	0,435	19%	4,789	-	Ha diterima
3	Pendapatan usaha terhadap keputusan pengambilan kredit	0,315	9%	3,287	-	Ha diterima

4	Kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan	0,362	13,1%	3,848	-	Ha diterima
5	Tingkat suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha terhadap keputusan pengambilan kredit	0,603	36,3%	-	18,282	Ha diterima

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil penelitian, variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki kontribusi paling besar jika dibandingkan dengan variabel suku bunga (X1) dan pendapatan usaha (X3) terhadap keputusan pengambilan kredit pada BNI KCU Undip Pleburan. Hal ini dapat dilihat pada hasil koefisien determinasi variabel kualitas pelayanan sebesar 19 persen. Kontribusi terbesar berikutnya yaitu variabel suku bunga yang memiliki koefisien determinasi sebesar 10,2 persen. Kemudian variabel pendapatan usaha yang memiliki koefisien determinasi sebesar 9 persen. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh paling besar yaitu 0,355. Variabel pendapatan usaha (X3) memiliki pengaruh sebesar 0,279 dan variabel suku bunga (X1) memiliki pengaruh sebesar 0,279.

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa seluruh nilai t hitung dari setiap variabel > t tabel (1,9842). Pengaruh yang terbesar pada uji t adalah pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit. Hasil pengujian uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh antara tingkat suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha terhadap keputusan pengambilan kredit dengan nilai F hitung (18,282) > F tabel (2,699). terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan telah terbukti. Hal ini terbukti bahwa pengaruh *brand awareness* terhadap loyalitas pelanggan akan lebih tinggi apabila melalui kepuasan pelanggan dan pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan akan lebih tinggi apabila melalui kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sebagai variabel penguat terciptanya loyalitas pada pelanggan. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan lebih tinggi pengaruhnya dibandingkan pengaruh *brand awareness* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha terhadap keputusan pengambilan kredit di BNI KCU Undip Pleburan adalah sebagai berikut :

1. Sebagian besar responden menganggap bahwa suku bunga yang diberikan oleh BNI KCU Undip Pleburan tergolong cukup tinggi.
2. Responden menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan BNI KCU Undip Pleburan sudah baik dan responden menyatakan puas dengan pelayanan yang diterimanya.
3. Sebagian besar responden menyatakan bahwa antara pendapatan usaha dengan kredit yang diberikan BNI KCU Undip Pleburan sudah sesuai. Sehingga responden tidak terbebani dan mengurangi resiko kredit macet.
4. Responden menyatakan bahwa tingkat keputusan pengambilan kredit pada BNI KCU Undip Pleburan tergolong tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak mengalami kesulitan dalam mempertimbangkan dan menentukan BNI KCU Undip Pleburan sebagai bank yang akan diajukan aplikasi permohonan kredit.

5. Berdasarkan uji korelasi diperoleh keeratan hubungan antara variabel suku bunga dengan keputusan pengambilan kredit sebesar 0,319. Sehingga kekuatan hubungan linier antara variabel suku bunga dengan keputusan pengambilan kredit tergolong rendah.
6. Berdasarkan uji korelasi atau tingkat keeratan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit adalah sebesar 0,435 sehingga kekuatan asosiasi linier antara variabel kualitas pelayanan dan keputusan pengambilan kredit tergolong sedang.
7. Uji korelasi atau tingkat keeratan antara pendapatan usaha terhadap keputusan pengambilan kredit adalah sebesar 0,315 sehingga diperoleh kekuatan asosiasi linier antara variabel pendapatan usaha dan keputusan pengambilan kredit yang tergolong rendah.
8. Suku bunga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan pendapatan usaha (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit. Berdasarkan uji korelasi yang dilakukan bahwa suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha secara bersama-sama mempunyai tingkat korelasi yang tergolong kuat dengan keputusan pengambilan kredit sebesar 0,603. Berdasarkan uji determinasi menunjukkan bahwa suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit di BNI KCU Undip leburan sebesar 36,3%.

SARAN

1. Sebaiknya BNI KCU Undip Pleburan lebih menekan bunga pinjaman/kredit yang dibebankan sehingga dapat bersaing dengan bank pesaingnya. Suku bunga yang ditetapkan jangan melebihi bank pesaing tetapi harus tetap memperhatikan ketentuan yang berlaku. Suku bunga pinjaman harus lebih besar daripada suku bunga tabungan agar bank tetap memperhatikan kelangsungan hidup bank dan tidak rugi.
2. Perlu adanya evaluasi lagi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh BNI KCU Undip terutama tentang kemampuan menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah, mampu meningkatkan kemampuan dalam memahami keinginan nasabah, mampu memberikan perhatian pribadi kepada nasabah dan menciptakan loyalitas nasabah. Sebaiknya media komunikasi yang berupa brosur harus lebih menarik dan memuat keterangan tentang produk/jasa yang lebih jelas sehingga informasi dapat tersampaikan dengan maksimal.
3. Bank harus memperhatikan tingkat kemampuan nasabahnya melalui pendapatan usaha yang diterima nasabah tiap bulannya. Sebagian besar responden yang mengambil kredit pada BNI KCU Undip Pleburan merupakan pedagang, sehingga penghasilan tiap bulannya tidak pasti. Sehingga bank perlu terlebih dahulu memperhatikan kisaran/rata-rata pendapatan yang diperoleh oleh nasabahnya tersebut.
4. Penelitian ini belum komprehensif, karena faktor keputusan pengambilan kredit yang diteliti hanya suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan peneliti meneliti faktor lain selain suku bunga, kualitas pelayanan, dan pendapatan usaha misalnya jangka waktu pengambilan kredit dan lokasi bank.

DAFTAR PUSTAKA

Astiko dan Sunardi. (1996). *Manajemen Perkreditan*. Penerbit Andi: Yogyakarta

Caruana, Robert, Arthur H. Money dan Pierre R. Berthon. (2000). *Service Quality And Satisfaction-The Moderating Role Of Value*. European Journal of Marketing

Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
Universitas Diponegoro
Jalan Profesor Haji Soedarto, Sarjana Hukum Tembalang Semarang Kotak Pos 1269
Telepon (024) 76480648

Email: administrasi.bisnis@undip.ac.id

- Cooper, D.R. dan Pamela S. Schindler. 2000. *Business Research Methodes*, New York:McGraw-Hill International Editions.
- Ellitan, Lenna. (2001). *Strategi Mendongkrak Kualitas Pelayanan. Jurnal Ekonomi Kajian Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
- Hasibuan, Malayu S.P. (2009). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ismail, Drs. (2010). *Manajemen Perbankan: Dari Teri Menuju Aplikasi*. Jakarta: Kencana
- Kasmir. (2003). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo
- Kasmir. (2004). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo
- Kasmir. (2010). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT RajaGrafindo
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milinieum, Edisi Kesepuluh, Edisi Bahasa Indonesia*. PT. Prenhallindo: Jakarta
- Kotler, Philip. (2007). *Manajemen Pemasaran 1*. PT. Prenhallindo: Jakarta
- Nopirin. (2000). *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro dan Makro*. Balai Pustaka Fakultas Ekonomi: Yogyakarta
- Prasetijo, Ristiyanti dan Prof. John J.O.I Illhalauw. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Rahardja, Manurung. (2006). *Teori Ekonomi Mikro, Edisi Ketiga*. LP Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia: Jakarta
- Rambat Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba 4: Jakarta
- Republik Indonesia. (1998). *Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1999 Tentang Perubahan UU No. 7/1992 tentang Perbankan*
- Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia*
- Sawir, A. (2001). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Soekartawi. (2002). *Prinsip Ekonomi Pertanian*. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Sudharto, P. Hadi. (2007). *Perilaku Konsumen*. Penerbit UNDIP: Semarang
- Sugiyono. (2006). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta