

**PENGARUH LOKASI, TINGKAT SUKU BUNGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT
(Studi Empiris Pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera)**

Shobirin¹⁾, Azis Fathoni²⁾, Maria M Minarsih³⁾

¹⁾ Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang

^{2), 3)} Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRACT

Banking world today is very relying on strategic business location, competitive rates and provide good service quality. Business banking services is a service business that is based on the principle of trust so that the factors that determine the success of this business. This study aims to determine how much influence organizational culture, leadership, motivation and organizational commitment on organizational commitment. To determine the influence of organizational commitment to employee performance

The population in this study is all credit customers as much as 1992 BPR Arthanugraha Makmursejahtera customers. Samples taken a number of 95 people and the techniques used are simple random sampling. Statistical analysis was conducted on the multiple linear regression and hypothesis testing.

Based on the results of data analysis can be concluded; There is a significant positive influence on the decision-making between the location of loan Arthanugraha Makmursejahtera, this is evidenced in the statistical analysis where the value $t (2.790) > t \text{ table } (1,661)$ or $t \text{ sig } 0.006 < 0.05$, there is a significant positive effect between the interest rate on the decision-making of loan Arthanugraha Makmursejahtera, this is evidenced in the statistical analysis where the value $t (5.078) > t \text{ table } (1,661)$ or $\text{sig } t (0.000) < 0.05$, There is a significant positive effect between service quality to the decision-making of loan Arthanugraha Makmursejahtera, this is evidenced in the statistical analysis where the value $t (2.669) > t \text{ table } (1,661)$ or $\text{sig } t (0.009) < 0.05$. There is a significant positive effect between locations, the interest rate and the quality of services jointly to the decision-making of loan Arthanugraha Makmursejahtera, this is evidenced in the statistical analysis where $F \text{ count } (89.839) > F \text{ table } (2.705)$ or $\text{sig } F (0,000) < 0.05$. The coefficient of determination is equal to 0.739, which means the variation changes decision-making of loan Arthanugraha Makmursejahtera affected location, interest rates and quality of service equal to 73.9%, while the remaining 26.1% is influenced by other factors beyond the research

Keywords: Locations, Interest Rate, Quality of Service, Decision Making Loans

ABSTRAK

Dunia perbankan saat ini sangat bergantung pada lokasi usaha yang strategis, harga kompetitif dan memberikan kualitas pelayanan yang baik. layanan bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang didasarkan pada prinsip kepercayaan sehingga faktor-faktor yang menentukan keberhasilan bisnis ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya organisasi, kepemimpinan, motivasi dan komitmen organisasi terhadap komitmen organisasi. Untuk mengetahui pengaruh komitmen organisasi terhadap kinerja pegawai

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan kredit sebanyak 1.992 nasabah BPR Arthanugraha Makmursejahtera. Sampel yang diambil sejumlah 95 orang dan teknik yang digunakan adalah simple random sampling. Analisis statistik dilakukan pada regresi dan pengujian hipotesis linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan; Ada pengaruh positif yang signifikan terhadap pengambilan keputusan antara lokasi pinjaman Arthanugraha Makmursejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai $t(2,790) > t$ tabel (1.661) atau $t \text{ sig } 0.006 < 0.05$, ada yang signifikan efek positif antara tingkat bunga pada pengambilan keputusan pinjaman Arthanugraha Makmursejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai $t(5,078) > t$ tabel (1.661) atau $t \text{ sig } (0,000) < 0,05$, Ada signifikan positif efek antara kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan kredit Arthanugraha Makmursejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai $t(2,669) > t$ tabel (1.661) atau $t \text{ sig } (0,009) < 0,05$. Ada pengaruh positif yang signifikan antara lokasi, tingkat bunga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama untuk pengambilan keputusan pinjaman Arthanugraha Makmursejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik di mana F hitung (89,839) $> F$ tabel (2,705) atau $t \text{ sig } F(0000) < 0,05$. Koefisien determinasi sama dengan 0,739, yang berarti perubahan variasi pengambilan keputusan pinjaman Arthanugraha Makmursejahtera dipengaruhi lokasi, suku bunga dan kualitas layanan yang sama untuk 73,9%, sedangkan sisanya 26,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian

Kata kunci: Lokasi, Suku Bunga, Kualitas Layanan, Pengambilan Keputusan Kredit

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam bisnis perbankan di era globalisasi ini sangat ketat. Persaingan tersebut tidak hanya terjadi antar bisnis perbankan, tetapi persaingan juga datang dari lembaga keuangan lain yang berhasil mengembangkan produk-produk keuangan baru. Persaingan dan perkembangan yang cukup pesat pada usaha perbankan tersebut menjadikan masing-masing lembaga perbankan harus berlomba untuk memenangkan persaingan bisnis. Persaingan yang ketat dengan jasa perbankan sejenis menuntut perusahaan untuk terus berkembang dan konsumen menjadi prioritas utama di perusahaan ini. Manajemen sebuah jasa perbankan dituntut kecepatan dan ketepatan dalam merespon apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini. Sebagai perusahaan jasa, perusahaan jasa perbankan harus memperhatikan lokasi

usaha, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Perusahaan dalam melaksanakan penjualan tersebut dibutuhkan suatu lokasi yang strategis yang mudah di akses oleh konsumen. Menurut Raharjani (2005), strategi lokasi / tempat adalah salah satu determinan yang paling penting dalam perilaku konsumen, perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tempat di suatu kawasan / daerah yang dekat dengan keramaian dan aktiivitas masyarakat. Karena apabila terjadi kesalahan dalam memilih lokasi / tempat akan berpengaruh besar pada kelangsungan hidup pemilik siklus jual beli secara terus-menerus. Karena lokasi itu berperan menentukan tingkat kesuksesan usaha. Lokasi yang strategis memudahkan nasabah untuk mengakses jalan menuju kantor perbankan. Sehingga dibutuhkan lokasi yang mudah dijangkau oleh nasabah sehingga memudahkan nasabah dalam mendapatkan pelayanan

BPR Arthanugraha Makmursejahtera Semarang, merupakan salah satu perusahaan perbankan yang melakukan kegiatan usahanya di bidang penghimpunan dana dan perkreditan. Mengingat potensi yang cukup besar dari dalam penyaluran kredit, khususnya dalam pembiayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) maka BPR Arthanugraha Makmursejahtera Mranggen Demak menyiasati dengan membuka simpan pinjam yang khusus untuk melayani segmen Usaha Kecil dan Menengah.

Berdasarkan dapat dijelaskan pertumbuhan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera Mranggen Demak mengalami fluktuatif setiap bulannya, hal ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam pengambilan kredit setiap bulannya berubah-ubah jumlahnya, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya petugas sehingga pada saat pelanggan membutuhkan informasi harus mencari petugas terlebih dahulu. Kasir yang tersedia kurang mencukupi, sehingga

pelanggan harus harus antri pada saat membayar. Tempat parkir yang tidak mencukupi terutama pada hari-hari tertentu nasabah dating bersamaan. Permasalahan tingkat suku bunga adalah sering terjadi perubahan tingkat suku bunga, sehingga nasabah kadang merasa keberatan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah adalah Bagaimana meningkatkan keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera” kemudian muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera ?
2. Seberapa besar pengaruh tingkat suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera ?

4. Seberapa besar pengaruh lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera ?

II. TINJAUAN PUSTAKA

Lokasi

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan (Lupiyoadi, 2006). Sedangkan menurut Swastha (2001) mengemukakan bahwa lokasi (*place*) menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menjadikan produknya dapat diperoleh dan tersedia bagi konsumen.

Paul (2000) dalam Nugroho dan Paramitha (2009) berpendapat bahwa lokasi yang baik menjamin tersedianya akses cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk

mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen. Lokasi juga berpengaruh terhadap dimensi – dimensi pemasaran strategis seperti fleksibilitas, competitive positioning, manajemen permintaan dan fokus strategis.

Lokasi adalah tempat kedudukan bank yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan menabung karena ada unsur kedekatan dan mudah dijangkau transportasi (Fajriyah, 2013). Lokasi bank adalah tempat di mana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (Kashmir, 2008).

Tingkat Suku Bunga

Pengertian tingkat suku bunga (*interest rate*) menurut Samuelson dan Nordhaus (2005) adalah tingkat bunga adalah pembayaran yang dilakukan untuk penggunaan uang. Tingkat bunga adalah jumlah bunga yang

dibayarkan per unit waktu. Masyarakat harus membayar peluang untuk meminjam uang. Biaya untuk meminjam uang, diukur dalam rupiah per tahun untuk setiap rupiah yang dipinjam, adalah tingkat bunga. Perubahan suku bunga merupakan perubahan dalam permintaan uang (kredit). Kenaikan suku bunga mengakibatkan penurunan permintaan agregat / pengeluaran investasi, sebaliknya, peningkatan suku bunga akan mengakibatkan peningkatan permintaan agregat.

Penentuan tingkat bunga haruslah memperhatikan tingkat inflasi yang terjadi. Hal ini diungkapkan oleh Fisher dalam Mankiw (2003) bahwa: “tingkat bunga nominal akan berubah karena dua alasan yaitu karena tingkat bunga riil berubah atau karena tingkat inflasi berubah jadi tingkat bunga nominal besarnya adalah penjumlahan dari tingkat bunga riil ditambah tingkat inflasi”. Tingkat bunga nominal yang terdiri dari tingkat inflasi plus tingkat bunga riil dinyatakan pula oleh Nasution (2001).

Menurut Keynes, dalam Kuncoro (2001), menyatakan bahwa: Tingkat bunga terjadi karena adanya permintaan dan penawaran akan uang dari masyarakat, sedangkan perubahan naik-turunnya tingkat suku bunga memengaruhi keinginan untuk mengadakan investasi, misalnya pada surat berharga, dimana harga dapat naik atau turun tergantung pada tingkat bunga (bila tingkat bunga naik maka surat berharga turun dan sebaliknya), sehingga ada kemungkinan pemegang surat berharga akan menderita capital loss atau gain. Miller at all dikutip oleh Puspoprano (2004) menyatakan bahwa bunga adalah sejumlah dana, dinilai dalam uang yang diterima si pemberi pinjaman (kreditur) sedangkan suku bunga adalah rasio dari bunga terhadap jumlah pinjaman.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2007) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Stanton (2001),

pelayanan adalah kegiatan yang dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (*intangible*), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat penjualan produk atau jasa lain. Menurut Kotler (2009) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Menurut Lovelock (dalam Tjiptono, 2007) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu.

Keputusan Pengambilan Kredit

Menurut Kotler (2009) mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Pengambilan keputusan menurut Sutisna, (2005) adalah pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

Pengertian keputusan pembelian menurut Drumond (2005) yaitu mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.

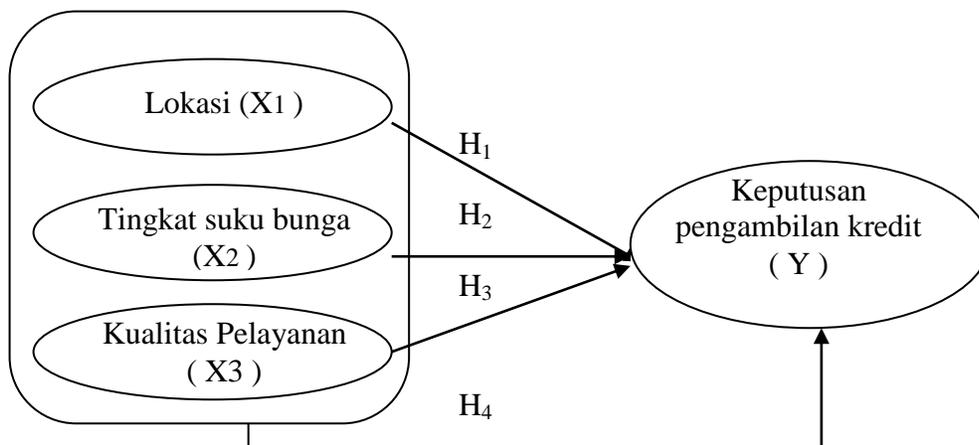
Kerangka Pemikiran Teoritis

Dunia jasa perbankan sekarang ini sangat bertumpu kepada lokasi usaha yang strategis, suku bunga yang

bersaing dan menyediakan kualitas pelayanan yang baik. Bisnis jasa perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasar pada azas kepercayaan

sehingga faktor-faktor tersebut yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Hipotesis

H1 = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera

H2 = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara tingkat suku bunga terhadap keputusan

pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera

H3 = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera

H4 = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi, tingkat suku bunga dan pelayanan secara

bersama-sama terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera

III. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah kredit BPR Arthanugraha Makmursejahtera sebanyak 1992 nasabah (Data Per Agustus 2015). Sedang sampel yang diambil sejumlah 95 nasabah. Sedangkan teknik yang digunakan adalah *proportional random sampling*.

Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian analisis data kuantitatif digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari jawaban kuesioner. Data primer adalah data langsung yang di peroleh dari responden tersebut kemudian diolah dan dilakukan pengujian hipotesa dengan menggunakan bantuan SPSS. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda, uji t dan Uji F.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Ringkasan Hasil Perhitungan Regresi
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.136	1.142		2.746	.007
Lokasi	.274	.080	.291	3.425	.001
Tk Suku Bunga	.331	.086	.356	3.847	.000
Kualitas Pelayanan	.265	.089	.294	2.963	.004

a. Dependent Variable: Kepts Pengambilan Kredit

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan analisis sebagai berikut :

$$Y = 3,136 + 0,274 X_1 + 0,331 X_2 + 0,265X_3$$

Dari hasil regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi (X_1), tingkat

suku bunga (X_2), kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan kredit (Y)

Pengujian Hipotesis

Uji t

1. Pengujian hipotesis lokasi terhadap keputusan pengambilan kredit

Dari hasil perhitungan t-hitung ($2,746$) > t-tabel ($1,661$) atau sig t ($0,001$) < $0,05$, dengan demikian H3 diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Agus Basuki, Ma'mun Sarma dan Budi Purwanto (2008), Sekar Raditie (2012) dan penelitian Archi Fitriani Yuananda (2012). Hal ini mengindikasikan bahwa lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan kredit. Secara teori lokasi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Agar konsumen bersedia menjadi langganan, mereka terlebih dahulu harus dapat mencoba atau meneliti barang-barang yang diproduksi oleh perusahaan, akan tetapi mereka tidak akan melakukan hal

tersebut jika kurang yakin terhadap barang itu. Lokasi merupakan salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut. Dengan lokasi yang strategis menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk membeli suatu produk akan menjadi tertarik dan mencoba produk sehingga konsumen melakukan pembelian

2. Pengujian hipotesis tingkat suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit

Dari hasil perhitungan t-hitung ($3,847$) > t-tabel ($1,661$) atau sig t ($0,000$) < $0,05$, dengan demikian H2 diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara Tingkat suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit Pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Agus Basuki, Ma'mun Sarma dan Budi Purwanto (2008), Fadli Pasaleori (2012), Sekar Raditie (2012) dan penelitian Archi Fitriani Yuananda

(2012). Dari segi makroekonomi, perubahan suku bunga akan berpengaruh terhadap perubahan harga barang yang dikonsumsi masyarakat. Suku bunga merupakan faktor yang penting dalam memberikan profitabilitas bagi perbankan dan perekonomian suatu negara. Fluktuasi suku bunga kredit juga akan mempengaruhi permintaan akan kredit tersebut. Misalkan dengan tingginya tingkat suku bunga kredit, hal ini akan sangat meresahkan para pengusaha, yang dengan demikian akan dapat mengurangi permintaan kredit para pengusaha kepada pihak perbankan karena dana yang ditawarkan sangat mahal. Dalam situasi seperti ini, pemerintah menghimbau kepada pihak perbankan untuk menurunkan tingkat suku bunga depositonya agar tingkat suku bunga kredit tidak terlalu besar.

3. Pengujian hipotesis kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit Dari hasil perhitungan t-hitung ($2,963 > t$ -

tabel ($1,661$) atau sig t ($0,004 < 0,05$), dengan demikian H3 diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit Pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Agus Basuki, Ma'mun Sarma dan Budi Purwanto (2008), Sekar Raditie (2012) dan penelitian Archi Fitriana Yuananda (2012). Hal ini mengindikasikan para perusahaan akan selalu berusaha memberikan kualitas pelayanan yang terbaik pada produk atau jasa mereka, kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan juga memegang peranan yang cukup penting dalam mendukung kesuksesan produk di pasar yang telah ditetapkan.

Uji F

Dari hasil perhitungan F-hitung ($89,839 > F$ -tabel ($2,705$) atau sig F ($0,000 < 0,05$), dengan demikian H4 diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara

lokasi (X_1), tingkat suku bunga (X_2), kualitas pelayanan (X_3) secara bersama-sama terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera, hal ini dikarenakan keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera yang meningkat dapat dicapai apabila semakin baik kualitas pelayanan, tingkat suku bunga dan lokasi

Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,739 yang berarti variasi perubahan keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera dipengaruhi lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan sebesar 73,9%, sedangkan sisanya 26,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian (misalnya fasilitas dan promosi).

V. PENUTUP

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pengambilan kredit pada

BPR Arthanugraha Makmursejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi lokasi (b_1) sebesar 0,230 dan t hitung (2,790) > t tabel (1,661) atau sig t 0,006 < 0,05 dengan demikian H1 diterima.

2. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara tingkat suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi tingkat suku bunga (b_2) sebesar 0,425 dan t hitung (5,078) > t tabel (1,661) atau sig t (0,000) < 0,05 dengan demikian H2 diterima.
3. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (b_3) sebesar 0,218 dan t hitung (2,669)

$> t$ tabel (1,661) atau sig t (0,009)
 $< 0,05$ dengan demikian H_3
diterima.

4. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana F hitung (89,839) $> F$ tabel (2,705) atau sig F (0,000) $< 0,05$ dengan demikian H_4 diterima.
5. Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,739 yang berarti variasi perubahan keputusan pengambilan kredit pada BPR Arthanugraha Makmursejahtera dipengaruhi lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan sebesar 73,9%, sedangkan sisanya 26,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian

Saran

1. Untuk meningkatkan keputusan pengambilan kredit dan berdasarkan hasil penelitian

menunjukkan lokasi mempunyai pengaruh yang sedang ditunjukkan nilai uji t hitung sebesar 3,425, sebaiknya pihak BPR Arthanugraha Makmursejahtera agar memprogramkan lagi strategi pemasaran yang lebih terpadu, misalnya memberikan keunggulan-keunggulan tambahan dari jenis produk serta lebih mengencarkan lagi kegiatan promosinya dengan menambah media periklanan melalui media elektronik dan media cetak.

2. Untuk meningkatkan keputusan pengambilan kredit dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan tingkat suku bunga mempunyai pengaruh yang paling tinggi ditunjukkan nilai uji t hitung sebesar 3,847, sebaiknya pihak BPR Arthanugraha Makmursejahtera menyediakan kemudahan dari segi proses, persyaratan dan keringanan uang muka dan tingkat bunga yang relatif lebih rendah.
3. Untuk meningkatkan keputusan pengambilan kredit dan

berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang rendah ditunjukkan nilai uji t hitung sebesar 2,993, sebaiknya pihak BPR Arthanugraha Makmursejahtera meningkatkan kualitas pelayanan, terutama mengenai pengelolaan SDM yang dimiliki agar kinerja optimum, misalnya mengadakan pelatihan dan pengembangan karyawan

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Basuki, Agus, Ma'mun Sarma dan Purwanto, Budi, 2008, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengusaha Kecil Menengah Untuk Menabung (Studi Kasus : BNI Cabang Cianjur Jawa Barat)*, Jurnal MPI Vo, 3 No,2 September 2008
- Drummond Graeme, Ensor John, 2005, *Introduction to Marketing Concepts*, Elsevier Butterworth – Heinemann Publications, Burlington
- Fadli Pasaleori, 2012, *Pengaruh Promosi Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Perolehan Dana Pihak Ketiga (Deposito BNI) Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang XX Wilayah 07*, Skripsi, Tidak Dipublikasikan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Hasanudin Makasar
- Fajriyah, 2013, *Pengaruh Promosi, Reputasi, dan Lokasi Strategis terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Haji Bank Mandiri Kcp tangerang Bintaro Sektor III*, Skripsi, FEB UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Ghozali, Imam, 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2009, *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, Yogyakarta
- Kasmir, 2008, *Pemasaran Bank (Edisi Revisi'')*., Kencana, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2009, *Dasar-dasar Pemasaran*, Erlangga, Jakarta,
- Kuncoro, Mudrajad, 2001, *Ekonomi Pembangunan : Teori, Masalah, dan Kebijakan*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta,

- Lupiyoadi, Rambat, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Salemba, Jakarta
- Mankiw, Gregory, 2003, *Teori Makro Ekonomi*, Alih bahasa Imam Nurmawan, Erlangga, Jakarta
- Nasution Mulia, 2001, *Ekonomi Moneter Uang dan Bank*, Penerbit Djembatan, Jakarta
- Nelson, K, and Somers, T, 2001, *The Impact of Critical Success Factors across the Stages of Enterprise Resource Planning Implementations*, in Proceedings of the 34th Hawaii International Conference on Systems Sciences, Maui, Hawaii, USA, 2-6,01,01, pp, 1-10,
- Nugroho dan Paramitha, 2009, *Perilaku Konsumen*, Prenada Media, Jakarta
- Nurgiyantoro, Burhan, 2000, *Statistik Terapan*, Erlangga, Jakarta
- Pasaleori, Fadli, 2012, *Pengaruh Promosi Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Perolehan Dana Pihak Ketiga (Deposito BNI) Pt, Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk, Cabang XX Wilayah 07*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Hasanuddin, Makasar
- Payne, Andrian, 2000, *Manajemen Jasa*, Liberty, Yogyakarta
- Puspoprano, Sawaldjo, 2004, *Keuangan Perbankan dan Pasar Keuangan (konsep, teori dan realita)*, Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta
- Raditie, Sekar, 2012, *Pengaruh Pelayanan, Lokasi dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Pada BRI Cabang Brigjen Sudiarto Semarang*, Skripsi, Tidak Dipublikasikan, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang
- Raharjani, Jeni, 2005, *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja*, Jurnal Studi Manajemen & Organisasi, Vol, 2 No, 1 Januari 2005
- Raharjo, Sugeng, 2012, *Pengaruh Suku Bunga, Pendapatan nasabah, Status Pekerjaan Nasabah, Jangka Waktu Kredit terhadap Jumlah Pengambilan Kredit Pada Nasabah Perusahaan Daerah Badan Kredit Kecamatan Eromoko Kabupaten Wonogiri*, Jurnal Ilmiah, STIE AUB Surakarta
- Samuelson, Paul A, dan Nordhaus, William D, 2005, *Ilmu Makroekonomi*, PT, Media Global Edukasi, Jakarta
- Stanton, 2001, *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta

- Sutisna. 2005. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Swasta, Basu, 2001, *Azas-azas Marketing*, Liberty, Yogyakarta
- Sudartik, 2009, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada PT BPR Semarang* Margatama Gunadana,, Skripsi, Universitas Negeri Semarang, Semarang
- Tjiptono, Fandy, 2007, *Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI, Yogyakarta
- Umar, Husien, 2003, *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*, PT, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta,
- Umar, Husien, 2006, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Yuananda, Archi Fitriani, 2012, *Pengaruh Pelayanan, lokasi dan promosi Terhadap Keputusan nasabah dalam menabung Pada PT. BPR Arto Moro Semarang*, Skripsi, Tidak Dipublikasikan, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang