

**PENGARUH LOKASI, TINGKAT SUKU BUNGA, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT PEMILIKAN RUMAH (Studi Empiris Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang)**

**Ifik Sofiyanto<sup>1)</sup>, Aziz Fathoni<sup>2)</sup>, Andi Tri Haryono<sup>3)</sup>**

<sup>1)</sup> Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang

<sup>2),3)</sup> Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang

**ABSTRACT**

*This research is motivated by their business phenomenon, namely a decrease defrosting performance KPR BTN month from January to December in 2011 and 2015. This study aims to analyze the influence of location, interest rates, and quality of service to customer satisfaction mortgages. The population in this study were all loan customers of PT. State Savings Bank (Persero) Semarang branch. Samples taken a number of 100. The statistical analysis was conducted on the multiple linear regression and hypothesis testing.*

*Based on the results of data analysis can be concluded; 1) There is a significant positive effect on customer satisfaction among locations mortgages on PT. State Savings Bank (Persero) Branch of Semarang, this is evidenced  $t (3.928) > t$  table (1.661) or  $t \text{ sig } 0.000 < 0.05$ . 2) There is a significant positive effect between interest rates on customer satisfaction mortgages on PT. State Savings Bank (Persero) Branch of Semarang, this is evidenced  $t (3.758) > t$  table (1.661) or  $\text{sig } t (0.000) < 0.05$ . 3) There is a significant positive effect between service quality on customer satisfaction mortgages on PT. State Savings Bank (Persero) Branch of Semarang, this is evidenced  $t (3.450) > t$  table (1.661) or  $\text{sig } t (0.009) < 0.05$ . 4) There is a significant positive effect between locations, the interest rate and quality of service together on customer satisfaction mortgages on PT. State Savings Bank (Persero) Branch of Semarang, this is evidenced  $F \text{ count } (129.839) > F$  table (2,699) or  $\text{sig } F (0,000) < 0.05$ . 5) Coefficient of determination amounted to 0,795, which means a variation change customer satisfaction mortgages on PT. State Savings Bank (Persero) Semarang branch locations affected, the interest rate and the quality of service of 79.5%, while the remaining 20.5% is influenced by other factors beyond the research*

**Keywords: Locations, Interest Rate, Service Quality, Customer Satisfaction**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena bisnis mereka, yaitu penurunan pencairan kinerja KPR BTN bulan dari Januari sampai Desember tahun 2011 dan 2015. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lokasi, suku bunga, dan kualitas pelayanan kepada hipotek kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan pinjaman dari PT. Bank Tabungan Negara Cabang (Persero) Semarang. Sampel yang diambil sejumlah 100. Analisis statistik dilakukan pada regresi dan pengujian hipotesis linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan; 1) Ada pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan antara lokasi hipotek di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan  $t(3,928) > t \text{ tabel}(1,661)$  atau  $t \text{ sig}(0,000) < 0,05$ . 2) Ada pengaruh positif yang signifikan antara suku bunga hipotek kepuasan pelanggan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan  $t(3,758) > t \text{ tabel}(1,661)$  atau  $t \text{ sig}(0,000) < 0,05$ . 3) Ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas layanan pada hipotek kepuasan pelanggan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan  $t(3,450) > t \text{ tabel}(1,661)$  atau  $t \text{ sig}(0,009) < 0,05$ . 4) Ada pengaruh positif yang signifikan antara lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan bersama-sama pada hipotek kepuasan pelanggan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan hitung  $F(129,839) > F \text{ tabel}(2,699)$  atau  $F \text{ sig}(0,000) < 0,05$ . 5) Koefisien determinasi sebesar 0,795, yang berarti perubahan variasi hipotek kepuasan pelanggan pada PT. Bank Tabungan Negara lokasi cabang (Persero) Semarang terpengaruh, tingkat suku bunga dan kualitas layanan dari 79,5%, sedangkan sisanya 20,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian

Kata kunci: Lokasi, Suku Bunga, Kualitas Jasa, Kepuasan Pelanggan.

## **I. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini dunia perbankan di Indonesia memasuki masa persaingan yang sangat kompetitif. Hal ini disebabkan banyaknya bank yang beroperasi di Indonesia baik yang beroperasi secara lokal maupun yang beroperasi berskala internasional. Sektor perbankan memiliki peran yang strategis dalam memberikan sumbangsih terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dewasa ini, bank-bank yang mampu bertahan melewati masa krisis moneter maupun bank-bank yang baru beroperasi mulai berlomba-lomba untuk memberikan layanan yang terbaik kepada nasabahnya melalui berbagai macam produk perbankan seperti produk dana, produk pinjaman atau produk jasa lainnya. Pada pasar kredit perbankan, bank memiliki beberapa jenis kredit yang umum ditawarkan kepada nasabah antara lain kredit: korporasi, kredit modal kerja, investasi, kredit konsumtif, dan kredit mikro.

Salah satu produk pada jenis Kredit Konsumtif yang utama adalah fasilitas Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Rumah pada saat ini sudah menjadi suatu kebutuhan pokok bagi semua lapisan masyarakat di Indonesia. Bagi sebagian orang, rumah juga bisa menjadi suatu peluang bisnis karena mereka bisa menjualnya kembali yang tentunya dengan harga yang lebih tinggi dari harga perolehan sebelumnya. Karena itu, banyak bank di Indonesia, baik itu bank umum maupun BPR memiliki fasilitas KPR pada unit bisnisnya.

Persaingan yang semakin ketat antar bank yang menawarkan produk KPR di Semarang mengharuskan *Sales Centre Consumer Loan Semarang* lebih jeli dalam menentukan strategi pemasaran terutama dalam hal menentukan segmen pasar, target pasar dan memposisikan produk dan bank-bank pesaing gencar melakukan promosi produk baik itu dari segi pelayanan, bunga serta proses kredit

untuk menarik minat calon nasabah menggunakan produk KPR mereka.

### **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 Seberapa besar pengaruh lokasi, tingkat suku bunga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah ?

## **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 (Lupiyadi, 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 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 suku bunga menurut Sunariyah (2004) dalam Saputra

(2012) adalah harga dari pinjaman. Suku bunga dinyatakan sebagai persentase uang pokok per unit waktu. Menurut Manurawati dan artiono dalam matematika keuangan, “Suku bunga suatu jasa yang berbentuk uang yang diberikan oleh seorang peminjam atau pembeli terhadap orang yang meminjamkan modal atau penjual atas persetujuan bersama”.

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.

Pelayanan adalah merupakan tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

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.

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. Kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Tjiptono (2007) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan

pelanggan/konsumen. Deming dalam Tjiptono (2007) mendefinisikan kualitas menurut konteks, persepsi *customer* dan kebutuhan serta kemauan customer

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler (2007) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang diberikan oleh sebuah produk sepadan dengan harapan pembeli. Umar (2003) menyatakan ” *everyone knows what (satisfaction) is until asked to give a definition then it seems, nobody knows*” bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli, di mana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Menurut Supranto (2006) kepuasan pelanggan adalah kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2008) didefinisikan sebagai evaluasi

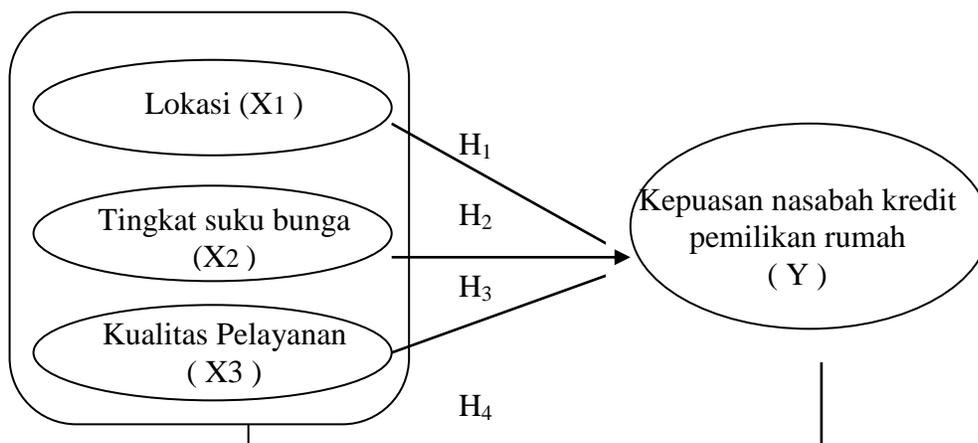
yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya atau sesuai dengan yang diharapkan.

### 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. Untuk itulah maka perusahaan perlu menilai faktor-faktor apa saja yang akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah. Kerangka pemikiran digunakan untuk mengetahui variabel-variabel manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang. Dalam hal ini, kerangka pemikirannya adalah

**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**



### Hipotesis

H1 = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi terhadap

kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank

Tabungan Negara (Persero)  
Cabang Semarang

H2 = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara tingkat suku bunga terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang

H3 = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang

H4 = Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi, tingkat suku bunga dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang

### III. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan nasabah kredit PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang sebanyak 2574 orang. Sedang sampel yang diambil sejumlah 100 nasabah. Sedangkan teknik yang digunakan adalah *convenience sampling*. 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

#### Analisis Regresi Berganda

**Tabel 1**  
**Ringkasan Hasil Perhitungan Regresi**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.094	1.021		2.051	.043
	Lokasi	.299	.076	.299	3.928	.000
	Tk Suku Bunga	.321	.086	.340	3.758	.000
	Kualitas Pelayanan	.300	.087	.324	3.450	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel 1 dapat dijelaskan analisis sebagai berikut :

$$Y = 2,094 + 0,229 X_1 + 0,321 X_2 + 0,300X_3$$

Dari hasil regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi ( $X_1$ ), tingkat suku bunga ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah (Y)

### Uji t

1. Pengujian hipotesis lokasi terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah Dari hasil perhitungan t-hitung (3,928) > t-tabel (1,661) atau sig t (0,000) < 0,05, dengan demikian H1 diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara lokasi terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang. 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 bahwa lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah. 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 kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah

Dari hasil perhitungan  $t$ -hitung ( $3,758$ )  $>$   $t$ -tabel ( $1,661$ ) atau  $\text{sig } t$  ( $0,000$ )  $<$   $0,05$ , dengan demikian  $H_2$  diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara Tingkat suku bunga terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang. 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 kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah

Dari hasil perhitungan  $t$ -hitung ( $3,450$ )  $>$   $t$ -tabel ( $1,661$ ) atau  $\text{sig } t$  ( $0,000$ )  $<$   $0,05$ , dengan demikian  $H_3$  diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap

kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang. 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 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.

#### **Koefisien Determinasi**

Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,795 yang berarti variasi perubahan kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang dipengaruhi lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan sebesar 79,5%, sedangkan sisanya 20,5% dipengaruhi oleh faktor lain

diluar penelitian seperti produk, kepercayaan dan lain sebagainya.

#### **Kesimpulan**

1. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi lokasi ( $b_1$ ) sebesar 0,299 dan  $t$  hitung (3,928)  $> t$  tabel (1,661) atau  $\text{sig } t$  0,000  $<$  0,05 dengan demikian  $H_1$  diterima.
2. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara tingkat suku bunga terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi tingkat suku bunga ( $b_2$ ) sebesar 0,321 dan  $t$  hitung (3,758)  $> t$  tabel (1,661) atau  $\text{sig } t$  (0,000)  $<$  0,05 dengan demikian  $H_2$  diterima.

3. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi kualitas pelayanan ( $b_3$ ) sebesar 0,300 dan  $t$  hitung (3,450)  $>$   $t$  tabel (1,661) atau  $\text{sig } t$  (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 kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana  $F$  hitung (129,839)  $>$   $F$  tabel (2,699) atau  $\text{sig } F$  (0,000)  $<$  0,05 dengan demikian  $H_4$  diterima.

### **Saran**

1. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah

dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan lokasi mempunyai pengaruh yang sedang ditunjukkan nilai uji  $t$  hitung sebesar 3,928, sebaiknya pihak PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang agar memprogramkan lagi strategi pemasaran yang lebih terpadu, misalnya memberikan keunggulan-keunggulan tambahan dari jenis produk serta lebih menggencarkan lagi kegiatan promosinya dengan menambah media periklanan melalui media elektronik dan media cetak.

2. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan tingkat suku bunga mempunyai pengaruh yang paling tinggi ditunjukkan nilai uji  $t$  hitung sebesar 3,758, sebaiknya pihak PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang menyediakan kemudahan dari segi proses, persyaratan dan keringanan uang muka dan tingkat bunga yang relatif lebih rendah.

3. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah kredit pemilikan rumah dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang rendah ditunjukkan nilai uji t hitung sebesar 2,450, sebaiknya pihak PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Semarang meningkatkan kualitas pelayanan, terutama mengenai pengelolaan SDM yang dimiliki agar kinerja optimum, misalnya mengadakan pelatihan dan pengembangan karyawan

#### DAFTAR PUSTAKA

- 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
- 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
- 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
- Nasution Mulia, 2001, *Ekonomi Moneter Uang dan Bank*, Penerbit Djambatan, 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
- 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
- Samuelson, Paul A, dan Nordhaus, William D, 2005, *Ilmu Makroekonomi*, PT, Media Global Edukasi, Jakarta
- Sutisna. 2005. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Swasta, Basu, 2001, *Azas-azas Marketing*, Liberty, Yogyakarta
- 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.