

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) pengaruh kepercayaan terhadap pengambilan keputusan debitur untuk menggunakan kredit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Sentra Kredit Kecil Yogyakarta, (2) pengaruh suku bunga terhadap pengambilan keputusan debitur untuk menggunakan kredit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Sentra Kredit Kecil Yogyakarta, (3) pengaruh pelayanan terhadap pengambilan keputusan debitur untuk menggunakan kredit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Sentra Kredit Kecil Yogyakarta, dan (4) pengaruh jenis produk kredit terhadap pengambilan keputusan debitur untuk menggunakan kredit di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Sentra Kredit Kecil Yogyakarta

Sampel dalam penelitian ini adalah debitur PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Sentra Kredit Kecil Yogyakarta meliputi wilayah DIY (Kotamadya Yogyakarta, Sleman, dan Bantul) dan Kabupaten Klaten. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disusun dengan skala Likert. Data dianalisis dengan menggunakan uji analisis statistik regresi berganda (*multiple regression*) secara simultan dan parsial.

Penelitian ini menggunakan dasar teori perilaku konsumen, pengambilan keputusan kredit yang mencakup pengertian dan langkah-langkah proses pengambilan keputusan kredit, kajian mengenai kredit, dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan kredit yang mencakup kepercayaan, suku bunga, pelayanan bagian kredit, dan jenis produk kredit.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kepercayaan, suku bunga, pelayanan bagian kredit, dan jenis produk kredit secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit di Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Sentra Kredit Kecil Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan nilai F_{hitung} 13.846 dengan nilai probabilitas (p) = 0,000 < 0,05). Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit yang ditunjukkan nilai t_{hitung} 2,722 dengan nilai beta sebesar 0,293 (p = 0,008 < 0,05). Suku bunga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit yang ditunjukkan nilai t_{hitung} 0,041 dengan nilai beta sebesar 0,005 (p = 0,967 > 0,05). Pelayanan bagian kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit yang ditunjukkan nilai t_{hitung} 2,132 dengan nilai beta sebesar 0,234 (p = 0,036 < 0,05). Produk kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit yang ditunjukkan nilai t_{hitung} 2,007 dengan nilai beta sebesar 0,208 (p = 0,048 < 0,05).

Kata Kunci: Pengambilan keputusan kredit, kepercayaan, suku bunga, pelayanan kredit, produk kredit.

ABSTRACT

This study aims to test the: (1) influence of trust in the debtor's decision to use credit at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Small Loan Center of Yogyakarta, (2) influence of interest rates on debtors decision to use credit at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Small Loan Center of Yogyakarta, (3) influence decision-making services to debtors to use credit at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Small Loan Center of Yogyakarta, and (4) influence the type of credit products to decision making debtors to use credit at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Small Loan Center of Yogyakarta

The sample in this study is a debtor of PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Small Loan Center covers an area of DIY Yogyakarta (Yogyakarta, Sleman and Bantul) and Klaten district. The number of samples taken as many as 100 people. Sampling through non-probability sampling methods with purposive sampling. The data was collected using a questionnaire prepared by Likert scale. Data were analyzed using multiple regression statistical analysis test (multiple regression) simultaneously and partial.

This study uses the basic theory of consumer behavior, credit decision making that includes understanding and measures of credit decision making process, studies on credit, and the factors that influence the decision-making that includes the trust of credit, interest rate, the service credit, and types of products credit.

The results showed that the confidence, interest rates, the service credit, and credit products simultaneously have positive and significant impact on credit decisions in PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Small Loan Center of Yogyakarta. This is shown by Fcount of 13,846 with a probability (p) = 0.000 < 0.05. The trust has positive and significant impact on credit decisions indicated tcount 2.722 beta value of 0.293 (p = 0.008 < 0.05). Interest rate does not significantly influence credit decisions indicated tcount beta value of 0.041 with 0.005 (p = 0.967 > 0.05). Service credit section has positive and significant impact on credit decisions indicated tcount 2.132 beta value of 0.234 (p = 0.036 < 0.05). Credit products have positive and significant impact on credit decisions in PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Small Loan Center Yogyakarta shown tcount 2.007 beta value of 0.208 (p = 0.048 < 0.05).

Keywords: Credit decision making, confidence, interest rates, credit services, loan products.