

Bias Ananda Nandiri

S1 Manajemen, Universitas Putra Bangsa. Anandabias32@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk analisis pengaruh promosi, lokasi, pelayanan dan suku bunga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan kredit usaha rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Petanahan), baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan responden sebanyak 100 orang responden yang merupakan Nasabah Bank BRI Petanahan. Metode penelitian bersifat kuantitatif, data yang diperoleh berdasarkan jawaban dari responden pada kuesioner, yang kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya, sedangkan analisis datanya menggunakan analisis regresi linear ganda (uji t dan uji F), yang sebelumnya telah dilakukan uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Setelah dilakukan analisis data, diperoleh hasil dan kesimpulan sebagai berikut: (1) Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan. (2) Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan. (3) Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan. (4) Suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan. (5) Promosi, lokasi, pelayanan, dan suku bunga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan.

Kata Kunci: promosi, lokasi, pelayanan, suku bunga dan keputusan pengambilan pembiayaan.

Abstract

The purpose of this study is to analyze the effect of promotion, location, service and interest rates on the decision to make financing for people's business credit (KUR) (Study on Customers of Bank BRI Petanahan), either partially or simultaneously. This research is a survey research with 100 respondents who are customers of Bank BRI Petanahan. The research method is quantitative, the data obtained are based on the answers from the respondents to the questionnaire, which are then tested for validity and reliability, while the data analysis uses multiple linear regression analysis (t test and F test), which has previously been tested for analysis prerequisites including normality, multicollinearity tests, and heteroscedasticity.

After analyzing the data, the following results and conclusions were obtained: (1) Promotion had a significant effect on the decision to make KUR financing for customers BRI Unit Petanahan. (2) Location has a significant effect on the decision to make KUR financing for customers BRI Unit Petanahan. (3) Service does not have a significant effect on the decision to make KUR financing for customers BRI Unit Petanahan. (4) Interest rates have a significant effect on the decision to make KUR financing for customers BRI Unit Petanahan. (5) Promotion, location, service, and interest rates simultaneously have a significant effect on the decision to make KUR financing for customers BRI Unit Petanahan.

Keywords: promotion, location, service, interest rate and financing decision.

PENDAHULUAN

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang memiliki andil yang besar dalam perekonomian suatu negara, ketika perkembangan suatu industri perbankan baik, maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi suatu negara, di mana bank sebagai suatu lembaga keuangan yang berfungsi untuk menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat luas guna meningkatkan stabilitas nasional ke arah peningkatan masyarakat yang sejahtera serta perekonomian yang lebih baik. Berbagai upaya telah pemerintah lakukan untuk mendongkrak perekonomian Indonesia agar lebih baik lagi. Salah satu upaya pemerintah dengan memberikan tingkat suku bunga kredit yang rendah. Langkah tersebut dipilih mengingat bahwa masalah utama yang dihadapi

dalam sektor perekonomian Indonesia adalah masih kurangnya pemanfaatan pemberdayaan dan pengembangan usaha perekonomian masyarakat terutama masyarakat kecil dan menengah dalam menjalankan usahanya.

Kredit usaha rakyat yang disingkat KUR adalah kredit/pembiayaan kepada usaha mikro dalam bentuk pemberian modal kerja dan investasi yang didukung fasilitas penjaminan untuk usaha produktif. KUR adalah program yang dicanangkan oleh pemerintah namun sumber dananya berasal sepenuhnya dari dana bank. Pemerintah memberikan penjaminan terhadap resiko KUR sebesar 70% sementara sisanya sebesar 30% ditanggung oleh bank pelaksana.

Penjaminan KUR diberikan dalam rangka meningkatkan akses UMKM pada sumber pembiayaan dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Manfaat KUR adalah untuk meningkatkan dan memperluas akses wirausaha pada seluruh sektor usaha produktif kepada pembiayaan perbankan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan daya saing UMKM.

Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor (Tampinongkol dan Mandagie, 2018). Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa alasan konsumen memutuskan untuk melakukan pembiayaan KUR dikarenakan suku bunga yang rendah sebanyak 12 orang, berdasarkan pelayanan sebanyak 9 orang, berdasarkan lokasi yang terjangkau sebesar 4 orang, dan berdasarkan promosi sebanyak 4 orang. Suku bunga yang rendah merupakan faktor yang paling besar yang mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2011), promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam upaya mengkomunikasikan suatu produk kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk perusahaan. Aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh bagi bank untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya, karena promosi merupakan salah satu alat komunikasi dalam kegiatan pemasaran yang berperan dalam menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali manfaat dari suatu produk sehingga mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Promosi penjualan memberikan rangsangan yang dapat menarik perhatian nasabah sehingga akan mempengaruhi keputusannya dalam memilih bank tersebut. Oleh karena itu, alat-alat promosi diperlukan agar komunikasi lebih efektif dalam mencapai nasabah dan calon nasabah sasaran.

Lokasi menurut Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati (dalam Gugun, 2015:16) dapat didefinisikan sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari. Lokasi menurut Tjiptono (2015:345) Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Sedangkan menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:92) lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan atau instansi pendidikan berkaitan dengan di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Lokasi yang strategis dan akses yang mudah tentunya membuat para nasabah/calon nasabah cenderung lebih memilih untuk melakukan pengambilan pembiayaan KUR dari bank BRI Unit Petanahan. Di wilayah Petanahan hanya ada satu kantor unit tidak seperti wilayah di sekitar Petanahan yang memiliki 2 kantor unit, seperti wilayah kecamatan Puring dan Klirong ataupun Adimulyo. Satu kantor unit ini di rasa belum dapat melayani para nasabah dengan maksimal mengingat jumlah nasabah yang banyak, dan memerlukan 1 unit tambahan.

Menurut Kotler (2016), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Layanan yang dilakukan bank ikut berperan dalam memajukan usaha bank. Kualitas pelayanan yang baik akan meminimumkan keluhan nasabah terhadap bank. Penelitian yang dilakukan Diana dan Usman (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan terhadap keputusan meminjam memiliki hubungan yang signifikan.

Setiap transaksi uang khususnya di bank konvensional pasti terkait dengan bunga. Bunga merupakan suatu bentuk imbal jasa atau kompensasi pinjaman uang atas manfaat dari uang tersebut yang kedepannya digunakan untuk investasi. Jumlah atas pinjaman tersebut disebut dengan pokok utang, sedangkan persentase dari pokok utang yang dibayarkan sebagai imbal jasa (bunga) dalam suatu periode tertentu disebut dengan suku bunga. Tingkat suku bunga biasanya dinyatakan dalam persen untuk jangka waktu tertentu. Suku bunga merupakan harga yang harus dibayar untuk meminjam sejumlah uang dalam waktu tertentu dan dinyatakan dalam persentase. Menurut Kasmir (2016) mendefinisikan suku bunga sebagai harga yang harus dibayar bank kepada nasabah dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank.

Menurut Kasmir (2012: 154) Suku bunga merupakan salah satu indikator penting dalam kegiatan pemasaran jasa perbankan dan lembaga keuangan lainnya. Bunga bagi bank juga dapat di definisikan sebagai harga yang harus dibayar bank kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman).

Sejalan dengan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti apa saja yang mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan KUR dan hasil dari penelitian ini, akan dituangkan dalam penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan Dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Petanahan)”**.

KAJIAN TEORI

1. Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Menurut Tjiptono (2016:22) keputusan pengambilan pembiayaan merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Ada tiga indikator keputusan pengambilan pembiayaan menurut (Kotler 2018:70), yaitu:

- Kemantapan pada sebuah produk
- Kebiasaan dalam membeli produk
- Memberikan rekomendasi kepada orang lain

2. Promosi

Menurut Tjiptono (2015:387) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan

kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2016:272) indikator-indikator promosi diantaranya adalah:

- a. Pesan Promosi
- b. Media Promosi
- c. Waktu Promosi

3. Lokasi

Lokasi menurut Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati (dalam Gugun, 2015:16) dapat didefinisikan sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari. Indikator dari variabel lokasi adalah sebagai berikut:

- Keterjangkauan
- Kelancaran
- Kedekatan dengan kediamannya

4. Pelayanan

Menurut Kotler (2016) pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Adapun Indikator-indikator dari variabel pelayanan Menurut Tjiptono (2012 :74) adalah sebagai berikut:

- Bukti Fisik
- Kehandalan
- Daya Tanggap
- Jaminan
- Empati

5. Suku Bunga

Menurut Kasmir (2016) mendefinisikan suku bunga sebagai harga yang harus dibayar bank kepada nasabah dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank. Menurut Hasibuan (2013: 20) indikator tingkat suku bunga adalah:

- Kondisi perekonomian
- Kebijakan moneter Pemerintah
- Tingkat inflasi
- Tingkat persaingan antar bank
- Gejolak moneter internasional
- Situasi pasar modal nasional dan internasional

Subjek penelitian ini adalah nasabah KUR BRI Unit Petanahan

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah KUR BRI Unit Petanahan

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* yaitu metode *sampling* dengan tidak menggunakan metode acak. Adapun syarat-syarat yang digunakan dalam menentukan responden adalah minimal usia 20 tahun dan telah melakukan pembiayaan/pinjaman KUR. Oleh karena itu populasi yang tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2}{4(10\%)^2}$$

$$n > 96,04$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa pengambilan sampel minimal yaitu 96 orang.

Teknik Analisis Data

Analisis Deskriptif

Analisis Statistik

Alat Analisis Data

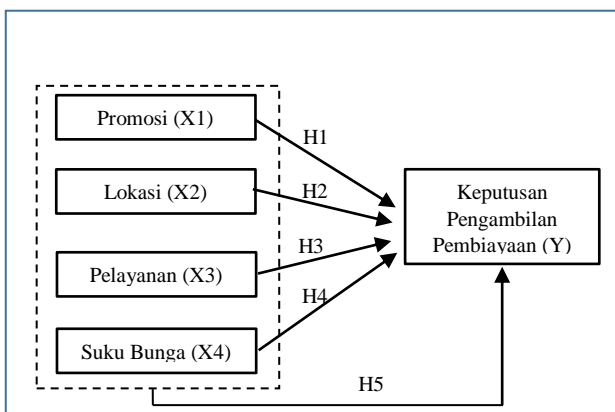
Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Asumsi Klasik (Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedastiditas dan Uji Normalitas)

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Hipotesis (Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi)

MODEL EMPIRIS



METODE

Obyek dan Subyek Penelitian

Objek penelitian ini adalah keputusan pengambilan pembiayaan pada nasabah BRI Unit Petanahan yang dipengaruhi oleh: promosi, lokasi, pelayanan, dan suku bunga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Sebaliknya, suatu instrumen dinyatakan tidak valid apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,05. Berdasarkan rumus $df = n-2$ atau $(100-2 = 98)$ dengan jumlah sampel (n) sebanyak 100 responden dan tingkat signifikansi sebesar 0,05 maka besarnya nilai r_{tabel} diperoleh 0,1966. Berikut hasil uji validitas penelitian ini:

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Promosi

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Sig.	Ket.
1	0,801	0,1966	0,000	Valid
2	0,849	0,1966	0,000	Valid
3	0,872	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Lokasi

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Sig.	Ket.
1	0,877	0,1966	0,000	Valid
2	0,884	0,1966	0,000	Valid
3	0,793	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Pelayanan

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Sig.	Ket.
1	0,830	0,1966	0,000	Valid
2	0,879	0,1966	0,000	Valid
3	0,875	0,1966	0,000	Valid
4	0,847	0,1966	0,000	Valid
5	0,831	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Suku Bunga

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Sig.	Ket.
1	0,685	0,1966	0,000	Valid
2	0,674	0,1966	0,000	Valid
3	0,534	0,1966	0,000	Valid
4	0,574	0,1966	0,000	Valid
5	0,624	0,1966	0,000	Valid
6	0,614	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Sig.	Ket.
1	0,756	0,1966	0,000	Valid
2	0,805	0,1966	0,000	Valid
3	0,801	0,1966	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel tersebut. Uji reliabilitas butir dilakukan dengan ketentuan, jika nilai hitung *Alpa Cronbach* > 0,60, maka variabel tersebut reliabel dan sebaliknya jika nilai hitung *Alpa Cronbach* < 0,60, maka variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	r _{kritis}	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket.
1	Promosi (X1)	0,60	0,793	Reliabel
2	Lokasi (X2)	0,60	0,810	Reliabel
3	Pelayanan (X3)	0,60	0,906	Reliabel
4	Suku Bunga (X4)	0,60	0,675	Reliabel
5	Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Y)	0,60	0,693	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi data dipakai. Pengujian dilakukan menggunakan bantuan program *SPSS 25.0*. Uji asumsi klasik meliputi:

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas.

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.507	1.972
	Customer Value	.624	1.603
	Citra Perusahaan	.488	2.050

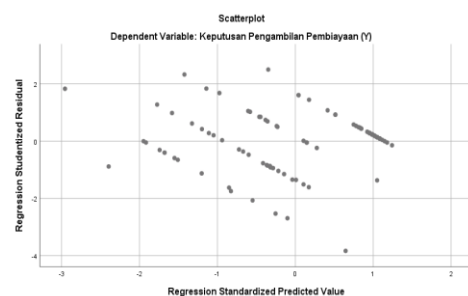
a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

2. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual di satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil analisis diperoleh sebagai berikut:

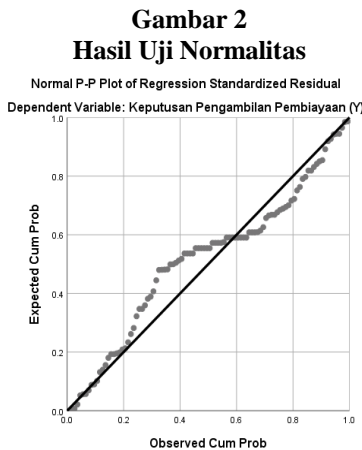
Gambar 1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah, 2022

3. Uji Normalitas

Analisis ini untuk menguji apakah data sebuah model regresi, antara variabel dependen dan variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal/mendekati normal. Normalitas dapat di deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik. Jika data (titik) menyebar mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.



Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil dari perhitungan regresinya adalah sebagai berikut:

Tabel 6
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.978	.728		2.717	.008
	Promosi (X1)	.386	.081	.384	4.745	.000
	Lokasi (X2)	.262	.059	.326	4.475	.000
	Pelayanan (X3)	.134	.041	.268	3.254	.002
	Suku Bunga (X4)	-.031	.022	-.082	-1.399	.165

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk menguji, signifikansi secara parsial pengaruh variabel bebas. Kriteria pengujian untuk uji t dalam penelitian ini adalah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$, maka H_a diterima. Dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan

nilai signifikan $> 0,05$, maka H_a ditolak, dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 atau 5%, sehingga dihasilkan angka t_{tabel} sebesar 1,985.

Tabel 7
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.978	.728		2.717	.008
	Promosi (X1)	.386	.081	.384	4.745	.000
	Lokasi (X2)	.262	.059	.326	4.475	.000
	Pelayanan (X3)	.134	.041	.268	3.254	.002
	Suku Bunga (X4)	-.031	.022	-.082	-1.399	.165

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

2. Uji Simultan (Uji f)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel *independen* (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y) dengan signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 8
Hasil Uji Simultan (Uji f)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	92.998	4	23.249	51.614	.000 ^b
	Residual	42.792	95	.450		
	Total	135.790	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Y)

b. Predictors: (Constant), Suku Bunga (X4), Pelayanan (X3), Lokasi (X2), Promosi (X1)

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji *R Square* analisis program SPSS for Windows version 25.0 dapat diterangkan dengan tabel berikut :

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.685	.672	.67115

a. Predictors: (Constant), Suku Bunga (X4), Pelayanan (X3), Lokasi (X2), Promosi (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Pembiayaan (Y)

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Pembahasan

Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka $t_{hitung} 4,745 > t_{tabel} 1,985$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa semakin baik promosi yang dilakukan oleh bank BRI Unit Petanahan, maka keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfian *et.all* (2016) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih KUR, Hal ini dapat penulis simpulkan bahwa gencar atau tidaknya sebuah promosi yang dilakukan penyedia jasa memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk memilih ataupun membeli produk ataupun jasa yang di tawarkan. Disarankan agar BRI Unit Petanahan lebih meningkatkan lagi kegiatan promosi agar masyarakat dapat mengambil kredit usaha rakyat yang ditawarkan oleh BRI Unit Petanahan.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka $t_{hitung} 4,475 > t_{tabel} 1,985$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa semakin baik Lokasi tempat berdirinya bank BRI Unit Petanahan maka keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ulfa (2018) menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan KUR. Hal ini dapat penulis simpulkan bahwa lokasi yang strategis memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk memilih ataupun membeli produk ataupun jasa. Penting bagi perusahaan untuk selalu menjaga lokasi tempat berdirinya Bank BRI Unit Petanahan salah satunya dengan cara menyediakan tempat parkir yang lebih luas serta fasilitas pendukung lainnya, hal ini bertujuan untuk meningkatkan keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan.

Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka $t_{hitung} 3,254 > t_{tabel} 1,985$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa semakin baik pelayanan yang nasabah terima maka keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan juga akan meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Diana dan Usman (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan terhadap keputusan meminjam memiliki hubungan yang signifikan. Disarankan agar BRI Unit Petanahan tetap menjaga dan meningkatkan pelayanan yang diberikan misalnya dengan cara: melayani pelanggan dengan SOP yaitu (5S: senyum, salam, sapa, sopan, santun), dan juga mempermudah dalam hal administrasi sehingga tidak berbelit-belit bagi setiap nasabah dalam mengambil kredit usaha rakyat.

Pengaruh Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Pengujian hipotesis keempat dilakukan untuk mengetahui pengaruh suku bunga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka $t_{hitung} - 1,399 < t_{tabel} 1,985$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,165 > 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa semakin menarik suku bunga yang ditawarkan bank BRI Unit Petanahan tidak mempengaruhi keputusan pengambilan pembiayaan nasabah bank BRI Unit Petanahan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Huda, dkk. (2019) menyatakan variabel tingkat suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember. Hal ini dapat penulis simpulkan bahwa dengan semakin rendah tingkat suku bunga yang di tawarkan maka keputusan nasabah dalam pengambilan kredit juga akan meningkat. Disarankan agar BRI Unit Petanahan dalam memberikan kredit usaha rakyat (KUR) hendaknya tetap memperhatikan suku bunga sesuai ketentuan pemerintah yang berlaku saat ini.

Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan, dan Suku Bunga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan

Pengujian hipotesis kelima dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi, lokasi, pelayanan, dan suku bunga secara simultan terhadap keputusan

pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan. Berdasarkan hasil uji F diperoleh F_{hitung} adalah $51,614 > F_{tabel} 2,46$, dengan tingkat signifikan 0,000. Karena signifikan lebih kecil dari 0,05 Hasil ini menyatakan bahwa hipotesis H4 diterima yang berarti variabel promosi, lokasi, pelayanan, dan suku bunga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan. Hasil ini menyatakan bahwa semakin baik promosi, lokasi, pelayanan, dan suku bunga maka keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan juga akan meningkat.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian di atas tentang pengaruh promosi, lokasi, pelayanan, dan suku bunga terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan, dengan responden sebanyak 100 orang responden maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan.
- Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan.
- Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan.
- Suku bunga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan.
- Promosi, lokasi, pelayanan, dan suku bunga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan.

Saran

- Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan pengambilan pembiayaan, oleh karena itu disarankan agar BRI Unit Petanahan lebih meningkatkan lagi kegiatan promosi agar masyarakat dapat mengambil kredit usaha rakyat yang ditawarkan oleh BRI Unit Petanahan.
- Lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan

pengambilan pembiayaan, oleh karena itu pihak perusahaan perlu selalu menjaga lokasi tempat berdirinya Bank BRI Unit Petanahan salah satunya dengan cara menyediakan tempat parkir yang lebih luas serta fasilitas pendukung lainnya, hal ini bertujuan untuk meningkatkan keputusan pengambilan pembiayaan KUR pada nasabah BRI Unit Petanahan.

- Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang paling kecil terhadap keputusan pengambilan pembiayaan, oleh karena itu disarankan agar BRI Unit Petanahan tetap menjaga dan meningkatkan pelayanan yang diberikan misalnya dengan cara: melayani pelanggan dengan SOP yaitu (5S: senyum, salam, sapa, sopan, santun), dan juga mempermudah dalam hal administrasi sehingga tidak berbelit-belit bagi setiap nasabah dalam mengambil kredit usaha rakyat.
- Suku bunga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan. Disarankan agar BRI Unit Petanahan dalam memberikan kredit usaha rakyat (KUR) hendaknya tetap memperhatikan suku bunga sesuai ketentuan pemerintah yang berlaku saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Agilwaseso. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suku Bunga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di PD BKK Palembang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 3, No. 4. Hal. 283
- Alfian, Jeni Kamase, dan Hasanuddin Damis. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Memilih Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Pangkep. Universitas Muslim Indonesia.
- Aprih, Santoso dan Sri Widowati, (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan pembelian, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, No. 2, FE-USM, Halaman 179-190.
- Astuti dan Mustikawati. 2013. Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*. Vol. 2 No. 1. Hal. 182-198.
- Boediono. 2014. *Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa

- Diana, Nafila Nur dan Usman, Nadjib. 2017. Pengaruh Suku Bunga, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia Terhadap Keputusan Meminjam Nasabah Usaha Mikro Di Surabaya.
- Diyatma, Aris Jatmika. 2017. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Produk Saka Bistro & Bar. e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1. ISSN : 2355-9357.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS..* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herman, Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Hasibuan. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- Huda, Badrul, Sukidin, dan Wahyuni, Sri. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember. Jember: Universitas Jember
- Husmawanti. 2011. Pengaruh Suku Bunga Deposito Berjangka terhadap Jumlah Tabungan Deposito Berjangka pada P.T. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Sungguminasa di Kabupaten Gowa.
- Iswandir. 2020. *Strategic Management Function Human Resources*. Jakarta: Universitas Suryadarma
- Kasmir. 2016. *Dasar-dasar perbankan*. Jakarta :PT.RajaGrafindo Persada.
- _____.2012.*Dasar-dasarperbankan, Edisi Revisi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____.2017. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management 13*. Pearson Prentice Hall,Inc: New Jersey.
- Lupiyoadi, R. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malikhatul Ulfa. 2018. Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi serta Pelayanan terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan Minat Nasabah sebagai Variabel Intervening pada BRI Syariah KCP Majapahit Semarang. Salatiga : IAIN Salatiga
- Mimi SA. 2015, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Ranch Market | Jurnal Ekonomi Volume XX, Nomor 0Simamora, Henry. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2011. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunariyah. 2013. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Yogyakarta: UPP STIM
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Manajemen dan strategi Merek*. Yogyakarta: CV Andi Offset Tjiptono (2012
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2016. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2017. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.