
Pengaruh bunga, citra-merek dan kualitas layanan kredit usaha rakyat BRI terhadap keputusan nasabah di surabaya

JBB
8, 1

✉Nafilla Nurdiana¹

STIE Perbanas Surabaya, Jl. Nginden Semolo 34-36, Surabaya 60118 Jawa Timur, Indonesia

91

ABSTRACT

This study aims to describes (1) whether the interest rate of KUR of Bank BRI has a significant effect on the decision to borrow micro business customers in Surabaya (2) whether the brand image of KUR of Bank BRI has a significant effect on the decision of borrowing micro business customers in Surabaya (3) whether the service quality of the KUR of Bank BRI has significant influence to the decision of borrowing micro business customers Surabaya (4) whether the interest rate, brand image, and service quality have a significant effect on the decision of borrowing micro business customers in Surabaya. The population in this study are customers of Bank BRI Surabaya. The selected sample is the micro business customers in Surabaya using the KUR product from Bank BRI Surabaya, which is calculated using purposive sampling and run into 110 respondents. The data were collected using methods used in this study is through o questionnaires. The sample was taken using a multiple linear regression method. The results show that interest rates, brand image, and quality of services of KUR of Bank BRI, both partially and simultaneously have a significant influence on the decision to borrow micro business customers in Surabaya. These results explain that changes in interest rates, brand image and the quality of services offered by Bank BRI through small business loans can have an impact on the decision of micro business customers residing in Surabaya for lending.

Received 19 April 2018

Revised 18 Juli 2018

Accepted 31 Oktober 2018

JEL Classification:

M31

DOI:

10.14414/jbb.v8i1.1553

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan (1) apakah tingkat bunga KUR Bank BRI memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan untuk meminjam nasabah usaha mikro di Surabaya (2) apakah citra merek KUR Bank BRI memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan peminjam nasabah usaha mikro di Surabaya (3) apakah kualitas layanan KUR Bank BRI memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan peminjam nasabah usaha mikro Surabaya (4) apakah suku bunga, citra merek, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan tentang keputusan meminjam pelanggan bisnis mikro di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Surabaya. Sampel yang dipilih adalah pelanggan bisnis mikro di Surabaya menggunakan produk KUR dari Bank BRI Surabaya, yang dihitung dengan menggunakan purposive sampling dan berjalan ke 110 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Sampel diambil dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa suku bunga, citra merek, dan kualitas layanan KUR Bank BRI, baik secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk meminjam pelanggan usaha mikro di Surabaya. Hasil ini menjelaskan bahwa perubahan suku bunga, citra merek, dan kualitas layanan yang ditawarkan oleh Bank BRI melalui pinjaman usaha kecil dapat berdampak pada keputusan pelanggan usaha mikro yang berada di Surabaya untuk memberikan pinjaman.

Keywords:

Interest, Brand Image, Services Quality, Decision.

1. PENDAHULUAN

Menurut UU No.20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah, dinyatakan bahwa usaha mikro merupakan kegiatan usaha yang mampu

Journal of
Business and Banking

ISSN 2088-7841

Volume 8 Number 1

Mei - Oktober 2018

pp. 91 – 107

© STIE Perbanas Press
2015

memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, serta dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Selain itu, usaha mikro adalah salah satu pilar utama ekonomi nasional yang harus memperoleh kesempatan utama, dukungan, perlindungan dan pengembangan seluas-luasnya sebagai wujud keberpihakan yang tegas kepada kelompok usaha ekonomi rakyat, tanpa mengabaikan peranan Usaha Besar dan Badan Usaha Milik Negara.

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur pada UU No.20 tahun 2008 yaitu usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300 Juta. Kriteria tersebut ditujukan untuk usaha mikro serta menengah. Perkembangan Usaha Mikro saat ini di Indonesia sangat dibutuhkan sebagai pendongkrak perekonomian Indonesia.

Selama ini, usaha mikro, kecil, dan menengah telah terbukti memberikan peran dan kontribusi yang signifikan dalam perekonomian nasional, baik pada saat normal maupun pada krisis ekonomi. Hal ini berarti bahwa Usaha Mikro mampu berperan dan berfungsi sebagai pengaman, baik dalam menyediakan alternatif kegiatan usaha produktif (sektor riil), alternatif penyaluran kredit (sektor moneter), maupun dalam hal penyerapan tenaga kerja. Namun demikian, untuk mewujudkan peran Usaha Mikro tersebut masih diperlukan berbagai persyaratan yang tidak hanya harus dipenuhi oleh pemerintah sendiri, melainkan juga oleh berbagai stakeholder di masyarakat.

Usaha Mikro di Surabaya memiliki berbagai faktor hambatan, seperti kurang kondusifnya iklim berusaha, keterbatasan akses kredit dari bank serta kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap kredit yang diberikan oleh bank. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) merupakan program prioritas dalam mendukung kebijakan dalam pemberian kredit/ pembiayaan kepada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Salah satu yang menjadi faktor penghambat bagi Usaha Mikro untuk memulai bisnis adalah karena tingkat suku bunga yang dibebankan oleh pihak bank. Sebagian masyarakat beranggapan bahwa tingkat suku bunga yang dibebankan masih terlalu tinggi, sehingga nantinya akan memberatkan pelaku Usaha Mikro itu sendiri. Suku bunga merupakan harga dari pinjaman. Kebijakan suku bunga tinggi, selain mengakibatkan kesenjangan antara dana yang diterima bank dari masyarakat dan dana yang berhasil disalurkan kembali dalam bentuk pemberian kredit kepada masyarakat yang jumlahnya jauh melebihi dana masuk, mengakibatkan pula kesenjangan antara investasi dan tabungan selama suku bunga masih terus tinggi (Khalwaty 2000:163). Suku bunga dinyatakan sebagai presentase uang pokok per unit waktu. Bunga merupakan suatu ukuran harga sumber daya yang digunakan oleh debitur yang harus dibayarkan kepada kreditur (Sunariyah 2004 : 80).

Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam mengambil kredit dari bank. Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan mengambil kredit adalah suku bunga, suku bunga merupakan salah satu indikator penting dalam kegiatan pemasaran jasa perbankan

dan lembaga keuangan lainnya. Bunga di definisikan sebagai imbalan yang diberikan oleh bank kepada pihak nasabah yang membeli dan menjual produk dari bank tersebut. Tinggi rendahnya suku bunga yang diberikan akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam meminjam kredit.

Selain faktor suku bunga, faktor selanjutnya yaitu citra merek. Citra merek umumnya didefinisikan segala hal yang terkait dengan merek yang di ingat konsumen. Citra merek yang merupakan persepsi konsumen terhadap merek secara menyeluruh ini dibentuk oleh informasi yang diterima dan pengalaman konsumen atas merek tersebut (Tatik Suryani,2013:86). Konsumen akan mengungkapkan kesan dan keyakinannya terhadap merek tertentu. Faktor yang terakhir adalah kualitas layanan, dimana layanan merupakan suatu upaya atau proses yang dilakukan secara sadar dan terencana yang dilakukan oleh suatu badan usaha kredit dalam persaingan dengan memberikan perjanjian layanan kepada nasabah, sehingga tercapai kepuasan optimal bagi nasabah.

Salah satu bank yang ikut serta dalam membantu program pemerintah yaitu Bank Rakyat Indonesia. Bank BRI merupakan bank komersial yang memfokuskan usahanya pada usaha mikro, kecil dan menengah. Misi pelayanan bagi masyarakat ekonomi lemah dan usaha kecil tidak pernah bergeser sejak pendiriannya. Jaringan BRI unit yang tersebar di pedesaan, juga perkotaan, yang didukung staf dan karyawan berpengalaman melayani masyarakat kecil selama era Bimbingan Masal (Bimas), menjadi aset sangat berharga dalam memikul peran ini. Kinerja BRI unit yang terus meningkat membuktikan bahwa *microfinance* dapat tumbuh dan berkembang menurut kaidah-kaidah bisnis perbankan yang sehat dan tangguh. Operasionalisasi BRI unit secara komersial ini pun menjadi daya saing BRI menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Jika dilihat dari tabel 1, maka pertumbuhan total KUR maupun jumlah rekening akan meningkat tajam (bila data 2015 diekivalenkan selama 1 tahun. Hal ini yang menjadi daya tarik untuk diteliti. Oleh karena itu hasil penelitian ini akan dituangkan dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Suku Bunga, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia terhadap Keputusan Meminjam Nasabah Usaha Mikro di Surabaya"

Tabel 1
Realisasi KUR di Indonesia Periode 2013-2015

Keterangan	2013	2014	2015 *)
Total Outstanding KUR (Rp)	649.345.000	740.938.000	302.320.000
Total KUR Nasional (Rp)	46.559.177.000.000	50.293.199.000.000	22.772.931.000.00
Pertumbuhan KUR Nasional		8,02%	-54,72%
NPL Total KUR Nasional		3,23%	6,09%
Jumlah Rekening	22.646.000	26.316.000	9.179.000

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan, Data diolah

*) : Agustus - Desember 2015 (4 bulan)

Sumber: Data Diolah

2. KERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Pengertian Kredit Usaha Rakyat

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, dimana pada tahun 2016 bunga KUR sebesar 9%.

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, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat realisasi penyaluran Kredit Usaha Rakyat (KUR) mencapai Rp. 87,7 triliun hingga November 2016. Realisasi tersebut setara dengan 80,3 persen dari target Rp. 109,21 triliun.

Suku Bunga

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. Bunga bagi bank juga dapat didefinisikan sebagai harga yang harus dibayar bank kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank bagi nasabah yang memperoleh pinjaman (Kasmir, 2012:154).

Suku bunga yang baik memiliki indikator yaitu tingkat suku bunga yang telah ditentukan, pinjaman bunga rendah dan tingkat suku bunga yang didasarkan pada pasar (Fatemeh dan Alireza, 2015). Dalam perbankan, terdapat dua harga yang selalu ada dalam praktik perbankan yaitu harga beli dan harga jual. Penerapan bunga yang terdapat pada bank konvensional dapat dipisahkan menjadi dua jenis yaitu suku bunga simpanan dan suku bunga pinjaman. Bunga pinjaman dan simpanan akan mempunyai keterkaitan yang sangat erat. Pada kondisi terdapat kenaikan suku bunga simpanan, maka kenaikan suku bunga simpanan akan berpengaruh pada kenaikan suku bunga kredit. Bunga simpanan dan kredit akan saling mempengaruhi dalam industri perbankan.

Suku bunga dapat berfungsi sebagai daya tarik bagi para penabung yang mempunyai dana lebih untuk di investasikan, suku bunga dapat digunakan sebagai alat moneter dalam rangka mengendalikan penawaran dan permintaan uang yang beredar dalam suatu perekonomian dan pemerintah dapat memanfaatkan suku bunga untuk mengontrol jumlah uang beredar. Pemerintah dapat mengatur sirkulasi uang dalam suatu perekonomian (Sunariyah, 2004 : 81).

Citra Merek

Merek (*brand*) menjadi elemen yang penting bagi perusahaan. Merek bukan hanya sebuah nama, logo, atau simbol tetapi merek memiliki peranan yang jauh lebih besar daripada itu. Merek dapat berperan sebagai payung representasi produk barang atau jasa yang ditawarkan, dapat berperan sebagai perusahaan, dapat berperan sebagai orang, atau bahkan dapat berperan sebagai negara. Produk tanpa merek akan menjadi komoditas, tetapi sebaliknya, produk yang diberikan merek akan memiliki nilai lebih tinggi bagi pelanggan.

Citra merek (*brand image*) umumnya didefinisikan segala hal yang terkait dengan merek yang ada di benak ingatan konsumen. Citra merek mempresentasikan keseluruhan persepsi konsumen terhadap merek yang terbentuk karena informasi dan pengalaman konsumen terhadap suatu merek. Citra terhadap merek mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian. "Konsumen yang mempunyai citra positif terhadap merek cenderung memilih merek tersebut dalam pembelian" (Tatik Suryani, 2013:86). Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya.

Sikap positif dan keunikan asosiasi merek terdiri dari 3 hal dalam benak konsumen yaitu adanya keinginan, kemudian keyakinan bahwa merek tertentu dapat memenuhi keinginannya dan yang terpenting adalah keyakinan konsumen bahwa merek tersebut memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan merek lainnya. "Citra Merek terdiri dari dua komponen yaitu *brand association* atau asosiasi merek dan *favorability, strength & uniqueness of brand association* atau sikap positif, kekuatan dan keunikan merek" (Erna Ferrinadewi 2008:166). Sebuah citra merek yang baik yaitu memiliki perbedaan dengan produk lain, memiliki citra produk yang baik dan produk dapat dipercaya (Erfan Severi *et al.*, 2014)

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan jasa khususnya industri perbankan. Berbeda dengan produk, penilaian konsumen terhadap kualitas jasa terjadi selama proses penyampaian jasa tersebut. *Experience quality* adalah kualitas yang hanya bisa dievaluasi konsumen setelah membeli atau mengkonsumsi jasa, sedangkan *credence quality* adalah kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan, meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa. Perbedaan antara *experience quality* dan *credence quality* sangat bersifat subjektif, karena sulit bagi seseorang untuk menilai kualitas jasa.

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:216), terdapat lima dimensi kualitas jasa yaitu *Reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) dan *tangibles* (produk fisik). Nilai yang diberikan oleh pelanggan didasari oleh faktor kualitas jasa, dimana kualitas produk (jasa) adalah sejauh mana produk (jasa) memenuhi spesifikasinya. Jadi, kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.

Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya. Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relative, yaitu bergantung pada perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi.

Pengaruh Suku Bunga Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia terhadap Keputusan Meminjam

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shobirin *et. al* (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas layanan secara bersama-sama untuk pengambilan keputusan pinjaman kredit, selain itu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Usman *et. al*. (2014) juga menyatakan bahwa suku bunga berpengaruh positif terhadap keputusan memilih produk perbankan. Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa suku bunga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan kredit dari bank. Semakin tinggi tingkat suku bunga yang ditawarkan oleh bank maka akan semakin tinggi pula risiko nasabah tidak jadi meminjam dana, dan sebaliknya ketika suatu suku bunga yang ditawarkan oleh bank rendah, maka calon debitur akan tertarik untuk meminjam dana dari bank yang menawarkan suku bunga lebih rendah.

Hipotesis 1 : Diduga suku bunga kredit usaha rakyat bank rakyat indonesia berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam nasabah usaha mikro di surabaya

Pengaruh Citra Merek Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia Terhadap Keputusan Meminjam

Citra merek yang diciptakan merupakan salah satu elemen penting sebagai wujud dari versi kesungguhan standart kualitas yang dimiliki oleh para pemilik atau para pelaku usaha. Beberapa keunggulan dan keunikan tersendiri dari sebuah produk akan membuat citra merek sendiri akan mulai dirasakan oleh konsumen dan akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk atau jasa. Tujuan penting dari merek dan produk adalah untuk membangun citra merek yang kuat sehingga mampu dikenal konsumen dan menghasilkan keuntungan yang besar pada jangka waktu yang panjang dan jangka pendek.

Menurut Onigbinde Isaac Oladepo *et al* (2015) menyatakan bahwa citra merek, periklanan, promosi penjualan dan penjualan personal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa cara produk di promosikan ditambah dengan integritas suatu merek yang baik dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan mempromosikan produk tersebut kepada orang lain.

Sebuah produk yang memiliki citra merek positif secara tidak langsung akan menciptakan kepuasan dan kepercayaan konsumen pada suatu produk, sehingga untuk selanjutnya konsumen akan menggunakan produk itu secara sendirinya karena mulai merasakan manfaatnya secara langsung seperti usaha mikro yang nantinya akan lebih berkembang. Apabila masyarakat sudah mulai percaya akan suatu produk maka dia akan menggunakan produk.

Hipotesis 2 : Diduga citra merek kredit usaha rakyat bank rakyat indonesia berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam nasabah usaha mikro di surabaya

Pengaruh Kualitas Layanan Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia Terhadap Keputusan Meminjam

**JBB
8, 1**

Pada saat ini dunia perbankan berlomba-lomba memberikan layanan yang *excellent* kepada nasabahnya, dengan layanan lebih dan sesuai yang di harapkan oleh nasabah, sehingga membuat para nasabah enggan meninggalkan produk, beberapa penelitian yang di lakukan pada tahun 2014 Muhammad Usman dan Nabeel Usman melakukan penelitian dengan judul "*Reasons and Causes that Prevent Customers from Buying Consumer Banking Products in Pakistan*", yang menghasilkan bahwa variabel suku bunga, layanan, jaminan terhadap pinjaman, prosedural terbukti berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembelian produk perbankan hal tersebut sama halnya yang di lakukan oleh Agilwaseso (2014) bahwa layanan mampu mempengaruhi keputusan nasabah dalam meminjam kredit dan membuat nasabah merasa loyal terhadap produk itu.

97

Pada dasarnya ketika mereka merasa bahwa mereka sangat diuntungkan dengan layanan yang diberikan, begitu pula dengan keputusan meminjam kredit, apabila layanan yang di berikan di tangkap calon debitur sebagai hal yang positif dan membuat mereka puas, maka mereka akan setuju untuk melakukan proses peminjaman dana kepada bank bersangkutan, sebaliknya ketika layanan yang diberikan suatu bank buruk.

Hipotesis 3 : Diduga kualitas layanan kredit usaha rakyat bank rakyat indonesia berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam nasabah usaha mikro di surabaya

Pengaruh Suku Bunga, Citra Merek dan Kualitas Layanan Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia Terhadap Keputusan Meminjam

Menurut Philip Kotler (2007:223) keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk. Seseorang yang mengambil keputusan harus mempunyai pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli dan kemudian memilih untuk membeli, maka dia ada dalam posisi membuat keputusan pembelian.

Dari definisi di atas dapat diketahui apabila terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian suatu produk atau merek. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang atau produk yang ditawarkan.

Hipotesis 4 : Diduga suku bunga, citra merek dan kualitas layanan kredit usaha rakyat bank rakyat indonesia bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam nasabah usaha mikro di Surabaya

3. METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Dalam pengambilan sampel, diperlukan suatu prosedur guna mempermudah peneliti dalam menentukan sampel

serta teknik apa yang akan digunakan. Jogiyanto (2008:76) menyatakan bahwa *purposive sampling* dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dapat berdasarkan pertimbangan (*judgement*) tertentu atau jatah (*quota*) tertentu. Teknik sampling ini digunakan pada penelitian-penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel berdasarkan syarat yang ditentukan oleh peneliti. Berikut adalah kriteria yang diberikan oleh peneliti yaitu : (1) Berusia minimal 19 tahun, (2) nasabah usaha mikro atau sedang menjalankan usaha mikro, (3) berdomisili di Surabaya

Data Penelitian

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan untuk pengumpulan data adalah : (1) data primer, data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan cara menyebarkan kuisioner langsung kepada responden pelaku usaha mikro di Surabaya yang menggunakan Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia, (2) Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran kuisioner, yakni tahap pertama dengan membagikan lembar kuisioner kepada responden yang telah ditentukan, kemudian tahap kedua dengan menjelaskan bagaimana cara pengisian kuisioner kepada responden, tahap ketiga yaitu responden mengisi pernyataan kuisioner yang tersedia dan tahapan terakhir adalah responden mengembalikan kuisioner yang telah terjawab kepada peneliti kemudian peneliti mengolah dan menganalisis data yang sudah ada pada kuisioner

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu keputusan meminjam dan variabel independen suku bunga, citra merek, dan kualitas layanan.

Definisi Operasional variabel

Suku Bunga

Suku bunga merupakan salah satu variabel dalam perekonomian yang senantiasa diamati secara cermat karena dampaknya yang luas juga mempengaruhi secara langsung kehidupan masyarakat sehari-hari dan mempunyai dampak penting pada perekonomian. Suku bunga yang dimaksud adalah suku bunga dari Bank BRI kepada nasabah yang mengajukan pinjaman Kredit Usaha Rakyat. Untuk mengukur tingkat suku bunga indikator yang digunakan adalah (1) tingkat suku bunga yang diberikan oleh bank, (2) pinjaman bunga rendah, (3) tingkat suku bunga yang didasarkan pada pasar.

Tingkat suku bunga selalu menjadi ukuran bagi masyarakat dalam menentukan preferensinya antara menabung (*saving*) atau menginvestasikan dana yang dimilikinya. Namun pada saat kondisi tingkat suku bunga tinggi, maka hal ini akan mempengaruhi peredaran uang di masyarakat, karena mereka cenderung untuk menabung sebab hal ini dapat menguntungkan mereka. Sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan uang yang beredar berkurang.

Citra Merek

Citra merek adalah penilaian mengenai merek Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia yang dibentuk berdasarkan informasi yang diperoleh nasabah dan pengalaman nasabah terhadap merek tersebut yang berpengaruh pada calon konsumen. Indikator citra merek dapat diukur dengan (1) memiliki perbedaan dengan produk yang lain, (2) memiliki citra produk yang baik, (3) produk dapat dipercaya.

Citra merek (*brand image*) umumnya didefinisikan segala hal yang terkait dengan merek yang ada di benak ingatan konsumen. Citra merek mempresentasikan keseluruhan persepsi konsumen terhadap merek yang terbentuk karena informasi dan pengalaman konsumen terhadap suatu merek. Citra terhadap merek mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian. "Konsumen yang mempunyai citra positif terhadap merek cenderung memilih merek tersebut dalam pembelian" (Tatik Suryani, 2013:86). Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya.

Kualitas Layanan

Kualitas Layanan merupakan pendapat responden nasabah mikro yang menggunakan KUR Bank Rakyat Indonesia mengenai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan nasabah atas layanan yang mereka terima, bisa juga sebagai suatu proses yang terencana yang dilakukan oleh suatu bank kepada nasabahnya guna menciptakan kualitas yang baik, kualitas layanan dalam suatu bank sangat penting, dengan kualitas layanan yang baik di mana apa yang di harapkan oleh nasabah dapat diberikan secara lebih dan optimal. Indikator untuk mengukur variabel kualitas layanan yaitu (1) *tangible* atau bukti fisik, (2) *reliability* atau keandalan, (3) *responsiveness* atau ketanggapan, (4) *assurance* atau jaminan dan (5) *empathy* atau perhatian.

Keputusan Meminjam

Keputusan meminjam kredit merupakan pendapat responden nasabah mikro yang berpotensi Kredit Usaha Rakyat atas suatu keputusan debitur (pihak peminjam dana) untuk melakukan proses peminjaman di suatu bank, yang mana bank akan mencatatnya dengan perjanjian yang sudah ditentukan berdasarkan ketentuan yang berlaku di bank tersebut. Keputusan meminjam dapat diukur dengan indikator sebagai berikut : (1) mencari informasi tentang produk, (2) evaluasi akan produk yang dibutuhkan, (3) keputusan pembelian produk, (4) perilaku pasca pembelian produk.

Alat Analisis

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen yang diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen. Rumus persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y : keputusan meminjam

a : konstanta
 $B_{1,2,3}$: koefisien regresi
 X_1 : suku bunga
 X_2 : citra merek
 X_3 : kualitas layanan
e : standart eror

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan riset secara langsung dengan membagikan kuisioner berdasarkan kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dengan cara sebagai berikut :

1. Memberikan kuisioner kepada responden yang telah ditentukan.
2. Menjelaskan kepada responden bagaimana cara pengisian kuisioner tersebut.
3. Meminta responden untuk mengisi kuisioner tersebut.
4. Meminta responden untuk mengembalikan kuisioner yang telah diisi.

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

(1). Analisis deskriptif : Imam Ghozali (2005:19) menyatakan bahwa analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standart deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan *skewness* (kemiringan distribusi). Uji deskriptif akan dijelaskan mengenai distribusi masing-masing variabel. Uji deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai responden mengenai responden dalam penelitian dan hasil penelitian di lapangan yang berkaitan dengan Pengaruh Suku Bunga, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia Terhadap Keputusan Meminjam Nasabah Usaha Mikro di Surabaya. Hasil dan analisisnya pada tabel 2 dan tabel 3 serta pembahasannya.

(2). Uji Normalitas : Menurut Ghozali (2013:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk sampel kecil. Uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov juga dapat digunakan untuk menguji normalitas residual. Hasil dan analisisnya pada tabel 2 dan tabel 3 serta pembahasannya.

(3). Uji Multikolinearitas : Menurut Ghozali (2013:105), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik, tidak akan terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika, variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Jika nilai tolerance <0,10 atau nilai VIF >10 maka menunjukkan adanya gejala multikolinearitas. Hasil dan analisisnya pada tabel 2 dan tabel 3 serta pembahasannya.

(4). Uji autokorelasi : Menurut Ghozali (2013:110), uji autokorelasi menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem autokorelasi. Uji DW hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan

mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel diantara variabel independen. Hasil dan analisisnya pada tabel 2 dan tabel 3 serta pembahasannya.

(5) Uji Heterokedastisitas : Imam Ghozali (2013:139) menyatakan bahwa model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heterokedastisitas. Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap, maka disebut dengan homoskedastisitas, namun jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Dasar analisis nya adalah jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Hasil dan analisisnya pada tabel 2 dan tabel 3 serta pembahasannya.

(6). Koefisien Determinasi : Menurut Imam Ghozali (2005:83) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai kemampuan model determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel independen amat terbatas. Hasil dan analisisnya pada tabel 2 dan tabel 3 serta pembahasannya.

(6.) uji t : Hasil uji t ini digunakan untuk menyimpulkan apakah secara parsial variabel bebas dan mediasi berpengaruh signifikan terhadap variabel tergantung.

Dibawah ini merupakan hasil uji variabel suku bunga, citra merek dan kualitas layanan :

Uji t

Berdasarkan tabel 2, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -0,758 + 0,431 X_1 + 0,273 X_2 + 0,441 X_3 + 2,285$$

Persamaan regresi linier berganda diatas menjelaskan bahwa :

(1) konstanta sebesar -0,758 menunjukkan apabila ada suku bunga, citra merek dan kualitas layanan sebesar nol, maka keputusan meminjam kredit usaha rakyat Bank Rakyat Indonesia sebesar -0,758 , (2) koefisien regresi Suku Bunga akan meningkatkan 0,431 menyatakan bahwa setiap penambahan satu poin suku bunga akan meningkatkan Keputusan Meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia sebesar 0,431 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Sebaliknya jika penurunan satu poin suku bunga akan menurunkan keputusan meminjam sebesar 0,431 dengan anggapan variabel lainnya tetap. (3) koefisien regresi citra

Tabel 2
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized		t	Sig.
		Coefficients	Std. Error	Coefficients	Beta		
1	(Constant)	-.758	2.285			-.332	.741
	TOTAL_SB	.431	.127	.299		3.391	.001
	TOTAL_CM	.273	.104	.227		2.626	.010
	TOTAL_KL	.441	.079	.487		5.574	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_KM

Sumber : Diolah

merek akan meningkatkan 0,273 menyatakan bahwa setiap penambahan satu poin citra merek akan meningkatkan Keputusan Meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia sebesar 0,273 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Sebaliknya jika penurunan satu poin citra merek akan menurunkan keputusan meminjam sebesar 0,273 dengan anggapan variabel lainnya tetap. (4) koefisien regresi kualitas layanan akan meningkatkan 0,441 menyatakan bahwa setiap penambahan satu poin kualitas layanan akan meningkatkan Keputusan Meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia sebesar 0,441 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Sebaliknya jika penurunan satu poin kesesuaian akan menurunkan keputusan meminjam sebesar 0,441 dengan anggapan variabel lainnya tetap. Dimana dalam penelitian ini variabel kualitas layanan merupakan variabel yang paling dominan/besar pengaruhnya terhadap Keputusan Meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia, selanjutnya dipengaruhi oleh suku bunga dan diikuti oleh citra merek. Dimana untuk menentukan mana yang paling dominan diurutkan dari yang terbesar sampai yang terkecil dilihat dari nilai koefisien regresi yang dimiliki masing-masing variabel.

Uji F

Dilihat dari hasil Uji F diatas terdapat F hitung 20,375 dengan nilai signifikansi 0,000 nilai signifikan (< 0,05). Apabila angka probabilitas signifikan (< 0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dari hasil output tersebut menyatakan variabel bebas yaitu suku bunga, citra merek dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Meminjam (Tabel 3).

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suku bunga, citra merek dan kualitas layanan terhadap Keputusan Meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Surabaya. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan yang akan dibahas pada pembahasan ini.

Pengaruh Suku Bunga terhadap Keputusan Meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Surabaya

Hipotesis pertama ini digunakan untuk mengetahui apakah suku bunga mempunyai pengaruh terhadap keputusan meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia. Dimana suku bunga didefinisikan sebagai suatu bentuk imbal jasa atau kompensasi pinjaman uang atas manfaat dari uang tersebut yang kedepannya digunakan untuk investasi. Bunga bagi bank juga dapat didefinisikan sebagai harga yang harus dibayar

Tabel 3
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	143.172	3	47.724	20.375	.000 ^a
Residual	178.016	76	2.342		
Total	321.187	79			

a. Prediactors: (Constant), TOTAL_KL, TOTAL_CM, TOTAL_SB

b. Dependent Variable: TOTAL_KM

Sumber: Diolah

bank kepada nasabah dan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank bagi nasabah yang memperoleh pinjaman (Kasmir, 2012:154). Dapat diketahui bahwa suku bunga berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam yang telah diuji pada analisis Uji t.

Pada hasil analisis Uji t, diketahui bahwa suku bunga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan meminjam, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi terhadap keputusan meminjam sebesar 0,001 ($< 0,05$) yang menyatakan bahwa suku bunga (H_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Surabaya yang telah terbukti kebenarannya. Dengan demikian, semakin menarik tingkat suku bunga Kredit Usaha Rakyat yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia maka semakin tinggi keputusan meminjam nasabah usaha mikro di Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Shobirin *e. al* (2016) hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa variabel bebas Suku Bunga memiliki pengaruh positif dan signifikan untuk pengambilan keputusan pinjaman kredit

Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Surabaya

Hipotesis kedua ini digunakan untuk mengetahui apakah Citra Merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia. Dimana Citra Merek didefinisikan sebagai segala hal yang terkait dengan merek yang ada di benak ingatan konsumen. Citra Merek mempresentasikan keseluruhan persepsi konsumen terhadap merek yang terbentuk karena informasi dan pengalaman konsumen terhadap suatu merek. "Konsumen yang mempunyai citra positif terhadap merek cenderung memilih merek tersebut dalam pembelian" (Tatik Suryani, 2013:86). Citra yang dibentuk harus jelas dan memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan pesaingnya. Dapat diketahui bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam yang telah di uji pada analisis Uji t.

Pada hasil analisis Uji t, diketahui bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi terhadap keputusan meminjam sebesar 0,010 ($< 0,05$) menyatakan bahwa citra merek (H_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam nasabah usaha mikro pada Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Surabaya telah terbukti kebenarannya. Dengan demikian, semakin tinggi atau semakin bagus citra merek yang dimiliki Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Surabaya maka semakin tinggi juga keputusan meminjam nasabah usaha mikro.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Onigbinde Isaac Oladepo *et. al* (2015) hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Lagos State, Nigeria.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Surabaya

Hipotesis ketiga ini digunakan untuk mengetahui apakah kualitas layanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank BRI. Dimana kualitas layanan didefinisikan sebagai perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relative, yaitu bergantung pada perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Dapat diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam yang telah di uji dengan analisis Uji t.

Pada hasil analisis Uji t didapatkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi terhadap keputusan meminjam sebesar 0,000 (<0,05) yang menyatakan bahwa Kualitas Layanan (H_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Surabaya yang telah terbukti kebenarannya. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas layanan yang dimiliki Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Surabaya maka akan semakin tinggi pula keputusan meminjam nasabah usaha mikro.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu Muhammad Usman *et. al* (2014) hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa bahwa layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk perbankan di Lahore, Pakistan.

Pengaruh Suku Bunga, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia di Surabaya

Hipotesis keempat ini digunakan untuk mengetahui apakah suku bunga, citra merek, dan kualitas layanan bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan meminjam Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia. Dimana suku bunga, citra merek dan kualitas layanan didefinisikan sebagai variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan nasabah usaha mikro di Surabaya.

Dapat diketahui bahwa suku bunga, citra merek dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan meminjam yang telah diuji pada analisis uji t. Dengan demikian, semakin menarik tingkat suku bunga, citra merek, dan kualitas layanan Kredit Usaha Rakyat yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia maka akan semakin tinggi keputusan meminjam nasabah usaha mikro di Surabaya.

5. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan :

(1) Variabel Suku Bunga terhadap Keputusan Meminjam memiliki hubungan yang signifikan, dengan demikian semakin menarik tingkat Suku Bunga Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia yang diberikan maka akan semakin tinggi Keputusan Meminjam Nasabah Usaha Mikro di Surabaya.

(2) Variabel Citra Merek terhadap Keputusan Meminjam memiliki hubungan yang signifikan, dengan demikian semakin bagus atau semakin tinggi Citra Merek Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia yang diberikan maka akan semakin tinggi Keputusan Meminjam Nasabah Usaha Mikro di Surabaya.

(3) Variabel Kualitas Layanan terhadap Keputusan Meminjam memiliki hubungan yang signifikan, dengan demikian semakin tinggi Kualitas Layanan Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia yang diberikan maka akan semakin tinggi Keputusan Meminjam Nasabah Usaha Mikro di Surabaya.

(4) Variabel Suku Bunga, Citra Merek dan Kualitas Layanan Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Meminjam Nasabah Usaha Mikro di Surabaya, dengan demikian hipotesis ke empat yang menyatakan bahwa suku bunga, citra merek dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan meminjam nasabah usaha mikro di Surabaya diterima.

Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih memiliki keterbatasan yaitu : (1) Terdapat beberapa responden yang terburu-buru saat mengisi kuesioner sehingga dalam pengumpulan data kuesioner kurang maksimal, (2) Peneliti merasa sedikit kesulitan untuk menanyakan satu-persatu pada nasabah yang menggunakan Kredit Usaha Rakyat Bank Rakyat Indonesia, (3) Peneliti merasa kesulitan saat meminta responden untuk meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner, (4) Kuesioner pada penelitian ini dibuat dengan mengadopsi beberapa penelitian dari luar negeri sehingga beberapa item pernyataan di kuisisioner tidak dapat dipahami responden dengan baik

Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah disimpulkan, maka peneliti dapat memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang diberikan adalah sebagai berikut : (1) Saran untuk Bank Rakyat Indonesia di Surabaya, penelitian ini diharapkan dapat membantu Bank Rakyat Indonesia dalam menentukan tingkat suku bunga kredit yang nantinya akan diberikan kepada calon nasabah, karena tingkat suku bunga merupakan salah satu hal yang cukup penting dalam pertimbangan nasabah sebelum pengambilan kredit, karena sampai saat ini nasabah masih mempertimbangkan untuk mengambil kredit dari bank yang menawarkan bunga kredit rendah.

(2) Bank Rakyat Indonesia diharapkan lebih meningkatkan citra merek dan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah karena citra merek merupakan hal yang tidak kalah penting dalam pengambilan keputusan meminjam kredit, nasabah percaya bahwa kredit yang memiliki citra

merek yang baik akan menjamin jalannya usaha mereka dan tidak meragukan. Selain itu, kualitas layanan juga merupakan hal yang penting karena kualitas layanan adalah hal yang dirasakan langsung oleh nasabah saat pengambilan keputusan meminjam kredit. Dimana apabila citra merek dan kualitas layanan memiliki nilai yang tinggi di nasabah maka mereka akan terus menggunakan produk itu di kemudian hari..

DAFTAR RUJUKAN

- Erna Ferrinadewi. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen "Implikasi pada Strategi Pemasaran"*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Ervan Severi, Kwek Choon Ling. "The Mediating Effects of Brand Association, Brand Loyalty, Brand Image and Perceived Quality on Brand Equity". *Asian Social Science*. Vol. 9, No. 3; 2013.
- Fatemeh Faramarzpour, Alireza Mahmoudzadeh. "The Effect of Marketing of Bank Services on Customer's Preference of Private Bank : Case Study of Mellat and Tejarat Banks in Khorasan Razavi Province". *International Journal of Management, Accounting and Economics*. Vol. 2, No. 3, March, 2015.
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- , 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jogiyanto. 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Kasmir. 2012. *Dasar-dasar perbankan*, Edisi Revisi. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada
- Khalwaty, Tajul. 2000. *Inflasi dan Solusinya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip and Kevin Lane. 2007. *Manajemen pemasaran*, Jilid 2, Edisi Duabelas. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Lijan Poltak Sinambela. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Malholtra Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran*. Edisi Keempat, Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks
- Merna M. M. Tomponu. " Analisis Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Sikap Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di KFC Bahu Mall Manado". *Jurnal EMBA*. Vol. 2 No. 3 September 2014, Hal. 610-621. 2014
- Muhammad Usman, Nabeel Taj Ghouri. "Reasons and Causes that Prevent Customers from Buying Consumer Banking Products in Pakistan". *International Journal of Accounting and Financial Reporting*., Vol. 4, No. 2. 2014

Onigbinde Isaac Oladepo, Odunlami Samuel Abimbola., "The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision. A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria". *British Journal of Marketing Studies*. Vol. 3, No. 4, pp.97-109, May 2015

**JBB
8, 1**

Rosady Ruslan. 2010. *Metode Penelitian. Public Relations dan Komunikasi*.

Satriyo Agilwaseso, Saryadi, Sri Suryoko. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suku Bunga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di PD BKK Pematang". *Diponegoro Journal Of Social And Political Science*.

107

Shobirin, Azis Fathoni, Maria M Minarsih. 2016. "Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit". *Journal of Management*. Vol. 2, No. 2 Maret.

Sunariyah. 2004. *Pengetahuan Pasar Modal*. Edisi ke empat.

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Koresponden Penulis

Penulis 1 dapat dikontak pada e-mail: nafiladiana@gmail.com