

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROSEDUR KREDIT, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGAMBIL KREDIT PADA
LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK (LKBB)
DI KECAMATAN SALAM**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:
Anaga Bramantyo
12812141056

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROSEDUR KREDIT, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGAMBIL
KREDIT PADA LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK (LKBB) DI
KECAMATAN SALAM**

SKRIPSI

Oleh:

ANAGA BRAMANTYO

NIM. 12812141056

Telah disetujui dan disahkan
Pada tanggal 10 Januari 2017

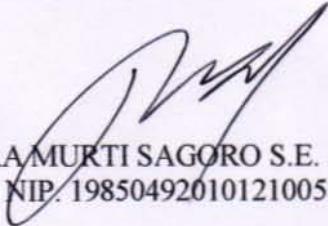
Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Program Studi Akuntansi

Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui
Dosen Pembimbing


ENDRA MURTI SAGORO S.E. ,M.SC.
NIP. 19850492010121005

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROSEDUR KREDIT, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGAMBIL KREDIT PADA LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK (LKBB) DI KECAMATAN SALAM

Yang disusun oleh:

ANAGA BRAMANTYO

NIM. 12812141056

Telah dipertahankan di depan Dewan Pengaji pada tanggal 20 Januari 2017 dan
dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama Lengkap	Kedudukan	Tanda Tangan	Tanggal
Dhyah Setyorini, M.Si., Ak	Ketua Pengaji		23.02.2017
Endra Murti Sagoro,S.E., M.Sc.	Sekretaris Pengaji		23.02.2017
Adeng Pustikaningsih,S.E., M.Si.	Pengaji Utama		23.02.2017

Yogyakarta, 24 Januari 2017

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan,

Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 10024

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anaga Bramantyo

NIM : 12812141056

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas layanan, Prosedur Kredit dan Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB (lembaga Keuangan Bukan Bank) di Kecamatan Salam.

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai kutipan/acuan dengan tulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 27 Desember 2016



Anaga Bramantyo

NIM: 12812141056

MOTTO

“Berhentilah membuat rencana, melangkahlah”

(Bob Sadino)

“Gantungkan Cita–Cita Mu Setinggi Langit, Bermimpilah Setinggi Langit, Jika Engkau Jatuh, Engkau Akan Jatuh Di Antara Bintang - Bintang”

(Ir. Soekarno)

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak Darsono dan Ibu Febriana Swilosari yang telah merawatku sejak kecil, memberi semangat dan doa yang terus mengalir. Terima kasih banyak.
2. Seluruh keluarga dan sanak saudara yang memberikan dukungan kepada penulis.

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, PROSEDUR KREDIT DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGAMBIL
KREDIT PADA LKBB (LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK) DI
KECAMATAN SALAM**

Oleh:
Anaga Bramantyo
12812141056

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB di Kecamatan Salam (2) pengaruh prosedur kredit terhadap keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB di Kecamatan Salam, (3) pengaruh Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB di Kecamatan Salam, (4) dan kualitas layanan, prosedur kredit, dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB di Kecamatan Salam.

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kausal asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 1197 UMKM yang tercatat di Disperindakop dan UMKM Kabupaten Magelang dengan sampel penelitian sebanyak 300 UMKM. Teknik pengambilan sampel dengan *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Layanan terhadap Keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB di Kecamatan Salam dengan t_{hitung} (5,972) lebih besar daripada t_{tabel} yaitu (1,967) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan Prosedur Kredit terhadap keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB di Kecamatan Salam dengan t_{hitung} (7,214) lebih besar daripada t_{tabel} (1,967) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB di Kecamatan Salam dengan t_{hitung} (6,288) lebih besar dari t_{tabel} yaitu (1,967) dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada LKBB di Kecamatan Salam dengan F_{hitung} (28,796) lebih besar daripada F_{tabel} (2,635) dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05 yaitu 0,000.

Kata Kunci: Kualitas layanan, Prosedur Kredit, Promosi, Keputusan Mengambil Kredit.

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, CREDIT PROCEDURES, AND
PROMOTION ON MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE
DECISION IN TAKING CREDIT ON NON-BANK FINANCIAL
INSTITUTION IN SALAM**

By:
ANAGA BRAMANTYO
12812141056

ABSTRACT

This purpose of this research was to determine (1) the effect of the quality of service of the decision of MSMEs in taking credit to NBFIs in Salam (2) the effect of credit procedures against decisions of SMEs in taking credit to NBFIs in Salam, (3) the effect of promotion on the decision of MSMEs in taking credit on NBFIs in Salam, (4) the effect of quality service, credit procedures, and promotion simultaneously to the decisions of MSMEs in taking credit to NBFIs in Salam.

The type of this research was causal associative. The population of this study was 1197 MSMEs that listed in DISPERINDAKOP and sample used in this study was 300 MSMEs in Magelang Regency. Sampling technique that is used in this study was simple random sampling. Data collection technique used in this study was questionnaires. Analysis prerequisite test including normality test, linearity test, test multicollinearity, and heteroscedasticity test. The data analysis technique used was simple linear regression and multiple linear regression.

The results showed that (1) there is a positive and significant effect of Quality Service on MSMEs in taking credit decisions on NBFIs in Salam with t_{counted} (5,972) larger than t_{table} (1,967) and the significance value less than 0.05 that is 0.000, (2) there is a positive and significant effect of Credit Decision on MSMEs decision in taking credit on NBFIs in Salam with t_{counted} (7.214) greater than t_{table} (1.967) and the significance value less than 0.05 that is 0.000, (3) there is positive and significant effect of promotion on MSMEs in taking credit decisions on NBFIs in Salam with t_{counted} (6.288) greater than t_{table} (1.967) with the significance value less than 0.05 that is 0.000, (4) there is positive and significant effect of quality of service, credit Procedures, and Promotion simultaneously on MSMEs decision in taking credit on NBFIs in Salam with F_{counted} (28.796) greater than the F_{table} (2.635) and have significance value less than 0.05 that is 0.000.

Key Words: *Service Quality, Credit Procedures, Promotion, Credit Taking Decision.*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SwT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas layanan, Prosedur Kredit dan Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB (lembaga Keuangan Bukan Bank) di Kecamatan Salam”. Tugas skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian prasyarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

Dalam menyusun Tugas Akhir Skripsi ini, penulis tentunya banyak menemukan kendala dan hambatan. Akan tetapi, berkat bimbingan, dukungan dan pengarahan dari berbagai pihak akhirnya Tugas Akhir Skripsi ini dapat selesai dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Abdullah Taman, SE., Akt., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Endra Murti Sagoro, M.Sc., Dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.

5. Adeng Pustikaningsih, S.E, M.Si., Narasumber yang telah memberikan koreksi dan pendapatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.
6. Mimin Nur Aisyah., M.Sc., Ak., Dosen pembimbing akademik yang selalu memberi nasehat selama masa perkuliahan.
7. Segenap Dosen dan Staf Universitas Negeri Yogyakarta Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi.

Semoga semua amal kebaikan mereka dicatat sebagai amalan terbaik oleh Allah SwT. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Yogyakarta, 27 Desember 2016



Anaga Bramantyo
NIM: 12812141056

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Kajian Teori	12
1. Keputusan Mengambil Kredit	12
a. Pengertian Keputusan.....	12
b. Pengertian Kredit.....	13
c. Pengertian UMKM	15
2. Kualitas Layanan	19
3. Prosedur Kredit	27
4. Promosi.....	29
5. Lembaga Keuangan Bukan Bank	32
B. Penelitian yang Relevan.....	34
C. Kerangka Berpikir.....	37
D. Paradigma Penelitian.....	40
E. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Desain Penelitian.....	42
B. Waktu dan Tempat Penelitian	44

C. Variabel Penelitian	44
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
E. Populasi dan Sampel	47
F. Teknik Pengumpulan Data	48
G. Instrumen Penelitian	49
H. Uji Coba Instrumen Penelitian	50
1. Uji Validitas Data	50
2. Uji Reliabilitas Data	54
I. Metode Analisis Data	54
1. Analisis Statistik Deskriptif	54
2. Uji Prasyarat Analisis	54
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Linearitas	55
c. Uji Heteroskedastisitas	55
d. Uji Multikolinearitas	56
J. Uji Hipotesis	56
1. Regresi Linear Sederhana	56
2. Regresi Linear Berganda	58
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Deskripsi Data Penelitian	60
B. Deskripsi Data	62
1. Deskripsi Variabel Keputusan Mengambil Kredit	62
2. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan	67
3. Deskripsi Variabel Prosedur Kredit	71
4. Deskripsi Variabel Promosi	75
C. Uji Prasyarat Analisis Data	79
1. Uji Normalitas	79
2. Uji Linearitas	79
3. Uji Multikolinearitas	80
4. Uji Heteroskedastisitas	81
D. Uji Hipotesis	82
1. Regresi Linear Sederhana	82
2. Regresi Linear Berganda	86
E. Pembahasan Hasil Penelitian	88
F. Keterbatasan Penelitian	93
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	95
 DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Skala Likert	49
2. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	49
3. Hasil Pengujian Validitas Butir-butir Pertanyaan	51
4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel	53
5. Karakteristik Responden	60
6. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Keputusan Mengambil Kredit	64
7. Distribusi Kecenderungan Variabel Keputusan Mengambil Kredit	66
8. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kualitas Layanan.....	68
9. Distribusi Kecenderungan Variabel Kualitas layanan	70
10. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Prosedur kredit	72
11. Distribusi Frekuensi Variabel Prosedur Kredit	74
12. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Promosi	77
13. Distribusi Kecenderungan Variabel Promosi.....	78
14. Uji Normalitas.....	79
15. Uji Linearitas.....	80
16. Uji Multikolinearitas	81
17. Uji Heteroskedastisitas.....	82
18. Rangkuman Hasil Regresi Hipotesis Pertama.....	83
19. Rangkuman Hasil Regresi Hipotesis Kedua	84
20. Rangkuman Hasil Regresi Hipotesis Ketiga	85
21. Rangkuman Hasil Regresi Hipotesis Keempat	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Paradigma Penelitian.....	40
2. Diagram Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Mengambil Kredit.....	65
3. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan data variabel Keputusan Mengambil Kredit....	66
4. Diagram Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan	69
5. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan data variabel Kualitas Layanan	70
6. Diagram Distribusi Frekuensi Variabel Prosedur Kredit	73
7. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan data variabel Prosedur Kredit	74
8. Diagram Distribusi Frekuensi Variabel Promosi	77
9. <i>Pie Chart</i> Kecenderungan data variabel Promosi	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	98
2. Data Uji Coba Instrumen	105
3. Hasil Uji Coba Instrumen.....	110
4. Data Responden	121
5. Data Deskriptif Variabel	154
6. Uji Prasyarat Analisis Data	159
7. Uji Hipotesis	163
8. Dokumen Foto Penelitian.....	170

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian di Indonesia saat ini semakin berkembang yang membuat adanya peningkatan kebutuhan pendanaan untuk konsumsi maupun investasi masyarakat. Permasalahan kebutuhan pendanaan/modal banyak dihadapi oleh masyarakat khususnya bagi pelaku UMKM. Sulitnya UMKM dalam mendapatkan modal membuat perkembangan UMKM menjadi terhambat.

Di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting bagi perekonomian negara, ditinjau dari segi jumlah usaha dan segi penciptaan lapangan pekerjaan. Selain itu UMKM juga mempunyai peran penting dalam pertumbuhan PDB dan ekspor nonmigas, khususnya ekspor barang-barang manufaktur (Tambunan, 2001). Hal ini terbukti pada masa krisis ekonomi tahun 90-an, ketika banyak industri gulung tikar, namun kebanyakan UMKM tetap bertahan dan eksis.

Rata-rata idealnya UMKM pada suatu negara yaitu sebesar 4 persen dari total jumlah penduduk. "Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menyebutkan jumlah wirausahawan Indonesia hanya 1,9 persen dari 250 juta penduduk" (Pratama, 2013). Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa negara kita masih sangat kurang jumlah UMKM. Banyak kendala yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia sehingga mereka

kurang berkembang. Banyak UMKM yang tidak mampu bertahan lama dikarenakan kesulitan dalam persaingan bisnis dan ada juga UMKM yang *stagnan* tidak bisa mengembangkan usahanya. Persoalan umum yang dihadapi UMKM yaitu:

Keterbatasan adanya modal dan investasi, UMKM masih banyak yang kesusahan dalam mencari tambahan modal yang di sebabkan oleh beberapa hal salah satunya sulitnya mencari pinjaman Bank ataupun lembaga penyedia pinjaman modal lainnya dikarenakan laporan yang digunakan oleh UMKM masih menggunakan laporan keuangan yang sederhana sehingga sulit digunakan untuk akses pinjaman ke lembaga keuangan. Masih kurangnya pengetahuan tentang cara untuk dapat meminjam pada lembaga keuangan Bank atau lembaga keuangan lainnya menjadi salah satu hambatan pelaku atau pemilik UMKM dalam mencari pinjaman modal.

Kesulitan yang dihadapi selanjutnya adalah Kesulitan dalam pemasaran, selain terkendalanya faktor modal, UMKM sebagai usaha yang berbentuk kecilmenengah sehingga jaringannya terbatas untuk memperluas pemasaran. Pemasaran yang dilakukan oleh UMKM masihlah sederhana, kebanyakan UMKM dalam memasarkan produknya masih menggunakan cara dari orang ke orang atau mulut ke mulut.

Keterbatasan distribusi, pengadaan bahan baku dan input lainnya, yang juga sebagian besar dipengaruhi oleh ketersediaannya modal,keterbatasannya melihat peluang pasar yang ada, hal ini disebabkan

akses yang dimiliki UMKM untuk memantau pasar khususnya peluang pasar masih sangat kecil yang disebabkan salah satunya faktor pengetahuan pengusaha dan belum adanya alat yang memadai (seperti internet, aplikasi pemasaran dll), keterbatasannya pekerja yang mempunyai keahlian yang memadai, hal ini disebabkan kualitas SDM yang ada masihlah sangat rendah,keterbatasan komunikasi, belum adanya penguasaan teknologi yang memadai karena kebanyakan pemilik UMKM tidak mendapat pendidikan yang cukup tinggi,pembebanan biaya yang tinggi akibat dari prosedur administrasi dan birokrasi yang kompleks khususnya dalam pengurusan ijin usaha dan ketidakpastian akibatperaturan dan kebijakan yang jelas.

Masalah utama yang dihadapi UMKM untuk mengembangkan dan menumbuhkan bisnisnya yaitu berasal dari tidak adanya modal yang memadai, oleh karena itu UMKM memerlukan pendanaan modal yang dapat diperoleh dari pemberian kredit pada bank dan lembaga keuangan bukan bank.Alasan UMKM memerlukan pendanaan kredit berdasarkan pemilik dan pengurus UMKM sendiri.Persepsi pemilik UMKM dalam memilih pendanaan kreditnya berdasarkan pengetahuan yang dimiliki terhadap prosedur pemberian kredit,jaminan yang dibutuhkan dalam pemberiankredit, bunga dalam pemberian, promosi yang dilakukan dan kualitas pelayanan yang ada, Menurut Murti Sumarni dan John Soeprihanto(2005) faktor-faktor yang mempengaruhi kredit adalah Faktor Lokasi, Kualitas Layanan dan Prosedur Kredit dari bank atau lembaga

keuangan yang menawarkan kredit bagi nasabah.Banyak lembaga keuangan bukan bank dan lembaga keuangan bank yang menyediakan jasa pinjaman kredit. Di daerah pedesaan khususnya di Kecamatan Salam. Dari segi lokasi lembaga keuangan bukan bank lebih dekat dan banyak dibandingkan dengan lembaga keuangan bank, selain itu kualitas pelayanan yang ada juga tidak kalah. Prosedur kredit yang ada pada lembaga keuangan bukan bank dinilai simpel dan mudah dipahami oleh calon peminjam atau nasabah.

Lembaga keuangan bukan bank adalah lembaga diluar lembaga perbankan yang menyediakan pinjaman modal bagi masyarakat khususnya pelaku usaha.Menurut Surat Keputusan Menteri Keuangan RI No. KEP-38/MK/IV/1972, Lembaga keuangan bukan bank (LKBB) adalah semua lembaga (badan) yang melakukan kegiatan dalam bidang keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana dengan cara mengeluarkan surat-surat berharga, kemudian menyalurkan kepada masyarakat terutama untuk membiayai investasi perusahaan-perusahaan.Adanya lembaga keuangan bukan bank diharapkan dapat mendorong pengembangan pasar uang dan pasar modal dalam membantu permodalan sejumlah perusahaan atau UMKM yang dimiliki pengusaha golongan ekonomi lemah. Kegiatan yang dilakukan LKBB antara lain: menghimpun dana dengan cara mengeluarkan surat-surat berharga, memberikan kredit jangka menengah dan panjang, melakukan penyertaan modal di perusahaan-perusahaan atau proyek yang dimiliki pemerintah

ataupun swasta, melakukan usaha lain di bidang keuangan setelah mendapatkan persetujuan dari Menteri Keuangan, menjadi perantara bagi perusahaan-perusahaan untuk mendapatkan tenaga ahli di bidang keuangan. Lembaga keuangan bukan bank (LKBB) terdiri dari: perusahaan perasuransian, koperasi kredit, perusahaan umum pegadaian, dana pensiun, dan perusahaan sewa guna (Kasmir ,2008:2).

Di Kecamatan Salam Kabupaten Magelang terdapat 1.197 UMKM yang tercatat di Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kabupaten Magelang. Mayoritas penduduk di daerah tersebut bekerja sebagai petani dan pengusaha. Usaha-usaha yang ada adalah usaha gula kelapa, tempe, batu bata, bengkel, kusen, permen tape, depo pasir, batu split dan mebel. Sentral usaha terbesar kecamatan salam ini adalah pusat pembuatan gula kelapa dan tempe. Hampir setiap ibu-ibu rumah tangga bekerja sebagai pembuat gula kelapa dan tempe. Biasanya mereka menjual hasil gula kelapa dan tempebuatannya ke Kota Muntilan dan kota-kota yang ada di sekitarnya, bahkan sampai keluar Jawa.

Hasil pengamatan yang sudah dilakukan oleh peneliti di Kecamatan Salam, untuk mengatasi masalah utama yang sering dihadapi UMKM yaitu mengenai kurangnya tersedianya modal, biasanya UMKM melakukan pinjaman kredit ke lembaga bank dan lembaga keuangan bukan bank(LKBB).Saat ini tercatat ada 608 koperasi yang ada di daerah Kabupaten Magelang, 34 diantaranya ada di Kecamatan Salam (sumber Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kabupaten Magelang). Dari

banyaknya koperasi dan lembaga keuangan lannya, lembaga bank terutama BPR menjadi alternatif utama UMKM dalam melakukan pinjaman kreditnya, hal ini didasari akan kualitas pelayanan dari lembaga bank yang dinilai lebih baik dari lembaga keuangan bukan bank. Pada lembaga keuangan bank yang didominasi oleh bank–bank besar sudah sangat baik dalam melayani nasabahnya, antara lain adanya satpam yang bertugas menjaga dan memberitahu langkah–langkah nasabah yang akan melakukan suatu transaksi pada bank tersebut, bukan hanya itu kualitas teller atau petugas yang dilatih sedemikian rupa untuk dapat berbicara dan menarik hati pelanggan dengan tampilan dan tutur kata yang baik membuat masyarakat terutama UMKM lebih memilih untuk melakukan pinjaman kredit di bank.

Faktor yang lain adalah masih banyak UMKM yang masih sangat kurang pengetahuannya tentang pinjaman kredit yang ada pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB). Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) menjadi salah satu penyebab kurangnya pengetahuan tentang lembaga keuangan bukan bank tersebut. Promosi yang dilakukan oleh lembaga keuangan bank menjadi daya tarik yang baik kepada masyarakat, biasanya banyak *event–event* yang diadakan oleh lembaga keuangan bank bertujuan untuk menarik minat dari masyarakat. Promosi lain yang dilakukan oleh lembaga keuangan bank antara lain memasang iklan baik di televisi maupun di papan iklan yang ada di jalan.

Prosedur kredit atau tata cara untuk melakukan suatu kredit pada sebuah lembaga keuangan juga menjadi pertimbangan pelaku UMKM dalam melakukan kreditnya. Prosedur yang mudah dan jelas dianggap sangat efisien dan efektif oleh pelaku UMKM. Pertimbangan pada faktor ini sangatlah besar, kebanyakan pelaku UMKM mengaku lebih memilih lembaga yang menyediakan prosedur kredit yang jelas atau mudah di mengerti dan tidak banya syaratnya. Menurut pandangan masyarakat yang ada di Kecamatan Salam, prosedur yang ada pada bank lebih jelas dibandingkan dengan prosedur yang ada pada lembaga keuangan bukan bank. Seperti contoh: jika kita melakukan pinjaman kredit pada suatu koperasi, maka orang atau peminjam diwajibkan menjadi anggota koperasi tersebut, kebanyakan UMKM hanya berfokus pada kepentingan pinjaman kreditnya saja dari pada untuk bergabung menjadi anggota koperasi.

Berdasarkan uraian diatas, masih kurangnya UMKM yang ada Di Magelang khususnya di Kecamatan Salam untuk meminjam kredit usaha pada lembaga keuangan bukan bank (LKBB) menjadikan penulis ingin mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit dan Promosi Terhadap Keputusan UMKM Dalam Melakukan Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) Di Kecamatan Salam”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Masih sedikitnya UMKM yang melakukan pinjaman kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).
2. Kurangnya pengetahuan masyarakat untuk melakukan pinjaman kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank(LKBB)
3. Pelaku UMKM masih beranggapan bahwa Lembaga Keuangan Bank lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).
4. Kurangnya fasilitas yang ada pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).
5. Lembaga Keuangan Bank dinilai lebih baik dalam melayani nasabahnya dibandingkan dengan Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).

C. Pembatasan Masalah

Karena banyaknya masalah yang ada peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan diatas, maka terdapat suatu pembatasan masalah. Faktor-faktor yang berkaitan dengan keputusan Masyarakat khususnya pelaku UMKM dalam mengambil kredit sangat kompleks apabila penelitian dilakukan dengan meneliti semua factor yang terkait. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih terfokus dan menghindari penafsiran yang tidak diinginkan atas hasil

penelitian, maka penelitian ini hanya dibatasi pada (3) tiga faktor saja, yaitu: kualitas pelayanan, promosi dan prosedur kredit.

2. Dari Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) yang ada, peneliti hanya mengambil dua saja yaitu Koperasi, BMT, dan Pegadaian.
3. Objek dari penelitian ini dibatasi hanya mencangkup masyarakat atau UMKM yang ada di Kecamatan Salam.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam?
2. Bagaimana Pengaruh Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam?
3. Bagaimana Pengaruh Prosedur Kredit terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam?
4. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Prosedur kredit secara bersama-sama terhadap Keputusan UMKM dalam

Mengambil kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).
2. Mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).
3. Mengetahui pengaruh Prosedur kredit terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).
4. Mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Promosi dan Prosedur Kredit secara bersama-sama terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis di bidang akuntansi

khususnya tentang akuntansi UMKM dan Bank dan Lembaga keuangan Lain.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti atau Penulis

Sebagai sarana untuk memperluas dan menambah wawasan tentang akuntansi UMKM dan Bank dan lembaga keuangan lainnya khususnya dalam hal pinjaman kredit.

b. Bagi Pihak Terkait atau Lembaga Keuangan Bukan Bank di daerah Kecamatan Salam

Sebagai bahan pertimbangan dalam hal pinjaman kredit agar dapat bersaing dengan Lembaga Keuangan Bank.

c. Bagi pihak lain

Sebagai bahan acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian sejenis

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A.Kajian Teori

1. Keputusan UMKM untuk Mengambil Kredit

a. Pengertian Keputusan

Pada hakekatnya pengambilan keputusan merupakan suatu pendekatan sistematis terhadap hakekat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat. Keputusan dapat berupa tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula (Ralph C. Davis, 1999:53). Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut dengan menjatuhkan pilihan pada satu alternatif (Prajudi Atmosudirjo, 2002:9).

Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif. Definisi ini mengandung tiga pengertian, yaitu (1) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan; (2) Ada beberapa alternatif yang harus dipilih salah satu yang terbaik; (3) Ada tujuan yang ingin dicapai dan keputusan itu makin mendekat pada tujuan tersebut (James A.F. Stoner, 1999:132).

Jadi berdasarkan pendapat para ahli definisi keputusan adalah suatu hasil pemecahan masalah yang dihadapi dengan tegas dengan memilih diantara beberapa alternatif untuk mencapai tujuan tersebut. Suatu keputusan

harus dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungan dengan perencanaan.

b. Pengertian Kredit

Menurut UU. No. 10 Tahun 1998, pengertian kredit adalah suatu penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga. Kredit menurut Eric L. Kohler (1964): “Kredit adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu pembelian atau mengadakan suatu pinjaman dengan suatu janji pembayarannya akan dilakukan dan ditangguhkan pada suatu jangka waktu yang disepakati”. Pengertian kredit menurut Teguh Pudjo Muljono (1989) : “Kredit adalah suatu penyertaan uang atau tagihan atau dapat juga barang yang menimbulkan tagihan tersebut pada pihak lain atau juga memberi pinjaman pada orang lain dengan harapan akan memperoleh suatu tambahan nilai dari pokok pinjaman tersebut yaitu berupa bunga sebagai pendapatan bagi pihak yang bersangkutan”.

Dari pengertian para ahli dapat kita ketahui bahwa pengertian dari kredit adalah penyediaan uang dari pihak Bank atau Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara pihak bank atau Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) dengan pihak lain dimana pihak peminjam harus atau

berkewajiban untuk melunasi utangnya sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan oleh pihak bank.

Pemberian kredit kepada penerima kredit unsur kepercayaan tidak terbatas pada penerima kredit saja, tetapi terjaganya kepercayaan akan kejujuran dan kemampuan dalam mengembalikan pinjaman itu harus tepat pada waktunya. Dengan kata lain seseorang atau perusahaan yang akan menentukan kredit harus mempunyai kredibilitas, atau kelayakan seseorang untuk mendapatkan kredit. Kredibilitas harus memiliki lima syarat yang biasa dikenal dengan istilah 5C, yaitu:

- 1) *Character*, yaitu sifat atau watak pribadi debitur untuk memperoleh kredit , contoh: kejujuran, semangat kerja, dan lain sebagainya.
- 2) *Capital*, yaitu kemampuan modal yang dimiliki dalam rangka untuk memenuhi kewajiban tepat pada waktunya, terutama dalam hal liquiditas, solvabilitas, rentabilitas, dan soliditasnya.
- 3) *Capacity*, adalah kemampuan debitur untuk melaksanakan kegiatan usaha atau menggunakan dana dan mengembalikannya.
- 4) *Collateral*, adalah jaminan yang harus disediakan sebagai pertanggungjawaban bila debitur tidak dapat melunasi hutangnya.
- 5) *Condition of economic*, adalah keadaan ekonomi suatu negara secara keseluruhan yang memengaruhi kebijakan pemerintah di bidang moneter. Khususnya berhubungan dengan kredit perbankan.

c. Pengertian UMKM

1) Pengertian UMKM

Usaha Mikro Berdasarkan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM (Usaha Menengah Kecil dan Mikro) adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud Usaha Kecil adalah:

“Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.”

2) Asas dan Tujuan UMKM

Dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berasaskan:

a) Kekeluargaan

Pengertian dari kekeluargaan adalah asas yang melandasi upaya pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional untuk kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia.

b) Demokrasi ekonomi

Pengertian dari asas demokrasi ekonomi adalah pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah diselenggarakan sebagai kesatuan dari pembangunan perekonomian nasional untuk mewujudkan kemakmuran rakyat.

c) Kebersamaan

Pengertian dari asas kebersamaan adalah asas yang mendorong peran seluruh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan Dunia Usaha secara bersama-sama dalam kegiatannya untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

d) Efisiensi berkeadilan

Pengertian dari asas efisiensi berkeadilan adalah asas yang mendasari pelaksanaan pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dengan mengedepankan efisiensi berkeadilan dalam usaha untuk mewujudkan iklim usaha untuk mewujudkan iklim usaha yang adil, kondusif dan berdaya saing.

e) Berkelanjutan

Pengertian dari asas berkelanjutan adalah asas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri.

f) Berwawasan lingkungan

Asas berwawasan lingkungan adalah asas pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.

g) Kemandirian

Pengertian dari asas kemandirian adalah asas pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang dilakukan dengan tetap menjaga dan mengedepankan potensi, kemampuan dan kemandirian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

h) Keseimbangan kemajuan

Pengertian dari asas keseimbangan kemajuan adalah asas pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang berupaya menjaga keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional.

i) Kesatuan ekonomi nasional

Pengertian dari asas kesatuan ekonomi nasional adalah asas pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang merupakan bagian dari pembangunan kesatuan ekonomi nasional.

d. Keputusan UMKM dalam mengambil kredit

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan keputusan UMKM dalam mengambil kredit adalah suatu tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh UMKM atau pemilik UMKM yang didasari oleh sikap afektif, sikap kognitif dan sikap *behavioral* dalam mengevaluasi alternative dan memilih alternative kredit yang akan dilakukan.

e. Kolter dan Amstrong, (2001:222) mengungkapkan indikator- indikator

keputusan mengambil kredit:

- 1) Performance karyawan
- 2) Kepuasan akan kredit yang ditawarkan
- 3) Penyediaan informasi saat diminta
- 3) Jarak antara rumah ke bank
- 4) Pertimbangan pelayanan

2. Kualitas Layanan

a.Pengertian Kualitas Layanan

Pengertian Kualitas Layanan menurut Kotler (2002) dalam Laksana (2008) 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. Sedangkan menurut Lovelock, Petterson & Walker (2001) dalam Tjiptono (2005) mengemukakan perspektif pelayanan sebagai sebuah sistem, dimana setiap bisnis jasa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama: operasi jasa; dan penyampaian jasa. Sementara Gronroos (2000) dalam Tjiptono (2005) menyatakan bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasa (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.

Berdasarkan pengertian-pengertian para ahli dapat diketahui bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu diberikan kepada orang lain, dalam hal ini, kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penerima jasa atau konsumen. Beberapa faktor yang menyebabkan timbulnya pelayanan yaitu:

1) Adanya rasa cinta dan kasihsayang

Cinta dan kasih sayang membuat manusia bersedia mengorbankan apa yang ada padanya sesuai kemampuannya, diwujudkan menjadi layanan dan pengorbanan dalam batas ajaran agama, norma, sopan santun, dan kesusilaan yang hidup dalam masyarakat.

2) Adanya keyakinan untuk saling tolong menolongsesamanya

Kebiasaan manusia dalam menjalankan kehidupan sosialnya tidak lepas dari rasa ingin saling membantu dan dibantu, pada hakikatnya rasa ingin tolong menolong atau saling membantu adalah keinginan untuk melakukan pelayanan dan menerima pelayanan.

3) Adanya keyakinan bahwa berbuat baik kepada orang lain adalah salah satu bentuk amal.

b. Standar Pelayanan

Setiap tindakan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggarakan pelayanan yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Upaya meningkatkan kualitas dan menjamin penyediaan pelayanan publik tersebut harus disesuaikan dengan asas-asas umum pemerintah didalam memberikan perlindungan kepada setiap warga negara dan penduduk dari penyalahgunaan wewenang di

dalam penyelenggaraan pelayanan publik, melalui Persetujuan bersama Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia, maka pada tanggal 18 Juli 2009 Indonesia mengesahkan Undang-Undang No.25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.

Menurut UU No.25 tahun 2009, Standar pelayanan adalah tolak ukur yang dipergunakan sebagai pedoman penyelenggaraan pelayanan dan acuan penilian kualitas pelayanan sebagai kewajiban dan janji penyelenggara kepada masyarakat dalam rangka pelayanan yang berkualitas, cepat, mudah dan terukur. Penyelenggara pelayanan berkewajiban menyusun dan menetapkan standar pelayanan dengan memperhatikan kemampuan penyelenggara, kebutuhan masyarakat, dan kondisi lingkungan. Menyusun dan menetapkan standar pelayanan wajib mengikuti sertakan masyarakat dan pihak terkait. Kemudian, penyelenggara berkewajiban menerapkan standar pelayanan tersebut. Pengikut sertaan masyarakat dan pihak terkait dilakukan dengan prinsip tidak diskriminatif, terkait langsung dengan jenis pelayanan, memiliki kompetensi dan mengutamakan musyawarah dan mengutamakan musyawarah serta memperhatikan keberagaman. Penyusunan standar pelayanan dilakukan dengan pedoman tertentu yang diatur lebih lanjut dalam peraturan pemerintah.

c. Kualitas Layanan

Bagi perusahaan yang memberikan pelayanan perlu diperhatikan mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Menurut

Lovelock (2004) dalam Laksana (2008), “Kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.” Dengan demikian, kualitas merupakan faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan, seperti yang dimukakan oleh Welch (2000) dalam Kotler (2001:49), “Kualitas merupakan jaminan terbaik kita atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat kita dalam menghadapi persaingan asing, dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng.”

Wyckof dalam Purnama (2006) memberikan pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Inti dari penjelasan Wyckof (2006) ini adalah bahwa konsep kualitas pelayanan umum terkait dengan upaya untuk memenuhi atau bahkan melebihi harapan yang dituntut atau yang diinginkan oleh pelanggan. Sedangkan Lebouf (1992) menyatakan bahwa ”Kualitas layanan merupakan kemampuan suatu layanan yang diberikan oleh pemberi layanan dalam memenuhi keinginan penerima layanan tersebut”.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh para ahli, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi maupun seseorang untuk memenuhi harapan pelanggannya. Kualitas pelayanan lebih memperhatikan aspek kepuasan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan yang menawari

jasa, oleh karena itu keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak di sector jasa tergantung kualitas pelayanan yang ditawarkan.

Perusahaan dapat meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, hendaknya selalu berfokus kepada pencapaian pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan diharapkan dapat diberikan untuk memenuhi pelanggan. Menerapkan prinsip menyiapkan kualitas pelayanan sebaik mungkin untuk dapat menghasilkan kinerja secara optimal, sehingga kualitas pelayanan dapat meningkat, dimana yang penting untuk dilakukan adalah kemampuan membentuk layanan yang dijanjikan secara tepat dan memiliki rasa taggung jawab terhadap mutu pelayanan. Dalam mewujudkan kualitas pelayanan yang didasarkan pada sistem kualitas memiliki cara atau karakteristik tertentu, antara lain dicirikan oleh adanya partisipasi aktif yang dipimpin oleh manajemen puncak dalam proses peningkatan kualitas secara terus menerus.

Gronroos (2000) dalam Purnama (2006) menyatakan bahwa kualitas layanan meliputi :

- 1) Kualitas fungsi, yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan, terdiri dari: dimensi kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan akses dan *servicemindedness*.
- 2) Kualitas teknis dengan output yang dirasakan konsumen, meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan dan estetika output.

- 3) Reputasi perusahaan, yang dicerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi dimata konsumen.

Selanjutnya Gronroos mengemukakan bahwa terdapat tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas pelayanan, yaitu :

1) *Outcome-related Criteria*, kriteria yang berhubungan dengan hasil kinerja layanan yang ditunjukan oleh penyedia layanan menyangkut profesionalisme dan ketrampilan. Konsumen menyadari bahwa penyedia layanan memiliki sistemoperasi, sumber daya fisik, dan pekerja dengan pengetahuan dan ketrampilan yang diperlukan untuk memecahkan masalah konsumen secara profesional.

2) *Process-related Criteria*, kriteria yang berhubungan dengan proses terjadinya layanan. Kriteria ini terdiri dari:

- a. Sikap dan perilakupekerja
- b. Kendalan dan sifat dapatdipercaya
- c. Tindakan perbaikan jika melakukankesalahan

3) *Image-related Criteria*, yaitu reputasi dan kredibilitas penyedia layanan yang memberikan keyakinan konsumen bahwa penyedia layanan mampu memberikan nilai atau imbalan sesuaipengorbanannya.

Berry dan Parasuraman (1988) dalam Tjiptono, (2008:69) mengungkapkan bahwa indikator kualitas pelayanan adalah:

- a) *Tangibles* atau bukti langsung, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b) *Reliability* atau keandalan, yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- c) *Responsiveness* atau ketanggapan, keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
- d) *Assurance* atau jaminan, mencangkup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko, dan keragu-raguan.
- e) *Empathy*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para planggan

Adapun penjelasan dari setiap indikator diatas sebagai berikut:

a) **Bukti Langsung**

Meliputi sesuatu yang tampak dari fasilitas, gedung, peralatan dan penampilan dari karyawan perusahaan. Sebuah perusahaan yang mempunyai fasilitas yang lengkap dan bangunan yang nyaman akan mempengaruhi evaluasi konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Konsumen selalu menilai suatu layanan sebelum mereka membeli, oleh karena itu sebelum mereka mampu

melihat jasa itu sendiri, mereka akan menilai berdasarkan penilaian mereka terhadap suatu benda yang berasosiasi dengan jasa itu sendiri.

b) Keandalan

Menunjukan seberapa jauh penyedia jasa sanggup memberikan pelayanan sama seperti yang telah dijanjikan secara akurat dan memuaskan. Bukan hanya jasa-jasa yang besar saja yang mengepingtingkan keandalan, tapi jasa yang kecilpun penting adanya keandalan dimana konsumen akan selalu memberikan evaluasi.

c) Daya tanggap atau ketangggapan

Menunjukan kemauan dan komitmen dari penyedia jasa untuk membantu konsumen dalam memberikan pelayanan pada waktu yang tepat. Daya tanggap bukan hanya menyangkut dari cepatnya sebuah pelayanan yang diberikan tetapi juga bagaimana kemauan penyedia jasa untuk membantu konsumen.

d) jaminan

Meliputi kompetisi, *couersy*, kredibilitas, dan keamanan. Komponen ini terdiri dari keahlian dan pengetahuan dari para karyawan dalam memberikan pelayanan. *Couersy* meliputi keramahan dan kesopanan dari

karyawan terhadap konsumen. Kredibilitas menyangkut reputasi dari perusahaan itu sendiri.

e) Empati

Meliputi *access*, *communication*, dan *understanding costumer*. *Access* yaitu kemudahan konsumen untuk memperoleh segala informasi produk yang ditawarkan. *Communication* merupakan kemampuan komunikasi para karyawan untuk menjelaskan dengan baik tentang pelayanan yang disediakan. *Understanding customer* merupakan keadaan dimana karyawan mengerti akan apa yang dibutuhkan konsumen.

Berdasarkan pendapat para ahli maka dalam skripsi ini peneliti dalam mengukur kualitas pelayanan menggunakan indikator-indikator menurut Berry dan Parasuraman (1998) dalam Tjiptono (2008:69) sebagai berikut: bukti langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, empati.

3. Prosedur Kredit

a. Pengertian Prosedur Kredit

Menurut (Malayu S.P. Hasibun, 2006) yang dimaksud dengan prosedur kredit adalah suatu tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam penyaluran kredit. Prosedur kredit juga dapat berarti upaya bank dalam mengurangi resiko pemberian kredit, yang dimulai dengan tahapan penyusunan perencanaan pengkreditan, selanjutnya adalah proses pemberian

keputusan kredit (prakarsa, analisis dan evaluasi, negoisasi, rekomendasi dan pemberian keputusan kredit), penyusunan pemberian kredit, dokumentasi dan administrasi kredit, persetujuan pencairan kredit serta pengawasan dan pembinaan kredit (Mudrajad Kuncoro, 2002:245).

Menurut (Rachmat Firdaus, dkk. 2003: 91) mengungkapkan bahwa tahap-tahap dalam proses pemberian kredit adalah :

- 1) Persiapankredit.
- 2) Analisis atau penilaiankredit.
- 3) Keputusankredit.
- 4) Pelaksanaan dan administrasikredit.
- 5) Supervise kredit dan pembinaandebitur.

Jadi berdasarkan definisi para ahli, Prosedur kredit yaitu tahapan-tahapan yang dilakukan bank atau lembaga keuangan bukan bank (LKBB) yang menyediakan jasa peminjaman kredit dalam rangka melayani permintaan nasabah dalam pengambilan kredit, sebelum debitur memperoleh kredit perlu tahapan-tahapan mulai dari pengajuan proposal kredit dan dokumen yang diperlukan, pemeriksaan keaslian dokumen, analisis kredit sampai dengan kredit dikeluarkan oleh pihakbank.

b. Indikator Prosedur kredit menurut (Mudrajat Kuncoro, 2002:246) adalah:

- 1) Realisasi kredit yaitu persetujuan pihak bank atau lembaga keuangan lainnya untuk mencairkan permohonan kredit dari pemoho.

- 2) Kemudahan prosedur yaitu suatu kemudahan mengambil kredit di mana bank atau lembaga keuangan lainnya memberikan kemudahan dalam mengambil kredit.
- 3) Kecepatan pelaksanaan yaitu kecepatan dalam mengakses kredit pada bank atau lembaga keuangan lainnya.
- 4) persyaratan diartikan sebagai syarat pada saat nasabah melakukan transaksi atau nasabah melakukan pengambilan perlu dilakukannya persyaratan antara pihak nasabah dengan bank atau lembaga keuangan lainnya.

Indikator prosedur kredit ini meliputi realisasi kredit, kemudahan prosedur, kecepatan pelaksanaan dan persyaratan. Pada dasarnya dalam pengambilan kredit diperlukan empat faktor diatas.

4.Promosi

a. Pengertian Para Ahli

Freddy (2009) mengatakan bahwa kegiatkn promosi merupakan salah satu cara perusahaan (barang /jasa) untuk meningkatkan volume penjualan produknya. Pengertian promosi menurut beberapa ahli adalah sebagai berikut; Stanton (2003) mengatakan bahwa promosi adalah kegiatan memberikan informasi kepada konsumen, mempengaruhi, menghibam khalayak ramai.

MenurutSaladin (2003) promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang didayagunakan untuk memberitahukan, mengingatkan dan membujuk konsumen tentang produk perusahaan.

Sedangkan menurut Swasta (1991), promosi merupakan arus informasi atau persuasi saru arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisaisi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Adapun menurut Zimmerer (2002) ,mengatakan bahwa promsi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang dirancang untuk menginformasikan pelanggan tentang prdouk atau jasa untuk memperngaruhi mereka agar mebeli barang atau jasa tersebut yang mencangkup publisitas, penjualan, perorangan dan periklanan.

Berdasarkan pendapat para ahli, maka dapat diketahui bahwa promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran dan penjualan untuk menginfomasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari prusahaan dengan cara mepengaruhi para konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan.

Adapun alat- alat yang dapat digunakam untuk mempromosikan suatu produk, beberapa cara yaitu:

1) Iklan

Iklan merupakan alat utama bagi sebuah perusahaan untuk mempengaruhi konsumennya. Iklan dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan melalui surat kabar, radio, majalah, televisi, spanduk ataupun dalam bentuk poster- poster yang dipasang dipinggir jalan atau tempat- tempat yang strategis. Dalamm membaca atau melihat iklan ini diharapkan konsumen atau calon konsumen akan terpengaruh lalu tertarik untuk membeli produk yang diiklankan.

2) Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang dipasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan yang dibuat sedemikian rupa untuk menarik perhatian konsumen. Bentuk yang termasuk kedalam *sales promotion* adalah memberikan contoh gratis kepada konsumen, dengan mengadakan demonstrasi penggunaan barang.

3) Publikasi (*publication*)

Publikasi merupakan cara yang biasa digunakan untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu dan senang dengan produk yang ditawarkan. Publikasi dilakukan dengan cara membuat berita tentang produk atau perusahaan yang menghasilkan produk tertentu di media massa. Misalnya saja beritadi surat kabar, berita di radio ataupun di televise, maupun majalah tertentu dan sebagainya. Publikasi merupakan sebuah alat promosi yang mampu mempengaruhi opini konsumen secara tepat, sehingga sering disebut sebagai usaha untuk “mensosialisasikan” atau “memasyarakatkan” suatu produk.

4) *personal selling*

Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumen. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi

yang positif antara perusahaan dengan konsumen. Kontak langsung yang dilakukan oleh perusahaan akan mempengaruhi secara lebih intensif para konsumen, karena dengan cara ini perusahaan dapat mengetahui keinginan dan selera konsumen serta gaya hidupnya, dan dengan denikian perusahaan dapat menyesuaikan cara pendekatan atau komunikasi dengan konsumen itu secara lebih tepat yang sesuai dengan konsumen.

Yang termaduk dalam kategori *personal selling* adalah:

- a) *Door to door selling*
- b) *Mail order*
- c) *Telephone selling*
- d) *Direct selling*

Keempat bentuk promosi tersebut di atas yaitu iklan, promosi penjualan, publisitas, dan *personal selling* oleh penulis indikator-indikator diatas dijadikan sebagai alat untuk mengukur tingkat promosi yang dilakukan perusahaan penyedia pinjaman kredit.

5. Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)

Lembaga keuangan adalah suatu badan usaha yang kegiatanya di bidang keuangan dapat menarik atau menyalurkan uang kepada masyarakat. Lembaga keuangan yang paling utama adalah bank. Selain bank, ada lembaga keuangan bukan bank. Yang dimaksud Lembaga keuangan bukan bank (LKBB) adalah badan usaha yang melakukan kegiatan dalam bidang

keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat.

a. Pengertian Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)

Menurut Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. KEP-38/MK/IV/1972, yang dimaksud dengan lembaga keuangan bukan bank (LKBB) adalah semua lembaga yang melakukan kegiatan dalam bidang keuangan yang secara langsung atau tidak langsung menghimpun dana dengan cara mengeluarkan surat-surat berharga, kemudian menyalurkan kepada masyarakat terutama untuk membiayai investasi perusahaan-perusahaan atau UMKM.

b. Tujuan dan Fungsi Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)

Tujuan lembaga keuangan bukan bank adalah untuk memberikan bantuan serta mendorong perkembangan pasar modal untuk membentuk permodalan perusahaan-perusahaan yang memiliki ekonomi rendah.

Berikut adalah fungsi lembaga keuangan bukan bank:

- 1) Memberikan modal kepada masyarakat ekonomi lemah untuk membangun usaha dengan tujuan agar mereka tidak terbelit utang dengan para rentenir.
- 2) Mengumpulkan dana terutama dengan cara mengeluarkan kertas berharga dan menyalurkannya kepada masyarakat terutama guna membiayai investasi perusahaan.
- 3) Memperlancar pembangunan industri maupun ekonomi lewat pasar modal.

- 4) Memberikan kredit kepada masyarakat ekonomi rendah. Namun kredit disini ada yang bersifat menjamin surat berharga dan ada juga yang tidak.
- c. Jenis-jenis Lembaga Keuangan Bukan Bank
- Lembaga keuangan bukan bank (LKBB) meliputi :
- 1) Pegadaian
 - 2) Koperasi
 - 3) BMT (koperasi syariah)
 - 4) Perusahaan penjaminan
 - 5) Dana pension

B.Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Udin Pramono (2011) Universitas negeri Yogyakarta yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan dan Presepsi nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Mudharabah di BMT Bina Ihsanu Fikri Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan Murabahah yang ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasisebesar 0,700, sedangkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,490 dan nilai t hitungnya $> t$ tabel pada taraf signifikan 5% yaitu sebesar $9,697 > 1,98$. Persamaan penelitian ini adalah penelitian ini sama-sama meneliti kualitas pelayanan pada keputusan pengambilan kreditnya atau kalau disini diterangkan tentang murabahahnya. Perbedaan dari

penelitian ini adalah pada variable dependen yaitu kalau disini menggunakan presepsi nasabah, sedangkan kalau di penelitian ini menggunakan promosi dan prosedur kredit.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Fatin Fitra amalia (2014)Universitas Muria Kudus yang berjudul Pengaruh Gaji, suku Bunga, Pelayanan dan Prosedur kredit terhadap keputusan pengambilan kredit pada nasabah Bank jateng cabang Kudus. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan dan prosedur terhadap keputusan pengambilan kredit. Penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan antara Gaji terhadap keputusan pengambilan kredit. Persamaan penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan dan prosedur kredit terhadap keputusan dalam mengambil kredit. Perbedaan dari penelitian relevan dengan penelitian ini adalah pada variable independennya, dimana penelitian yang relevan menggunakan suku bunga, dan besarnya gaji sedangkan penelitian ini menggunakan promosi.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Dedi Wahyu Nugroho (2012) Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Prosedur kredit Terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil kredit pada PD BPR Boyolali. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara lokasi, Pekayanan dan Prosedur kredit dengan taraf signifikansi 5% terhadap keputusan nasabah dalam Mengambil Kredit di PD BPR Boyolali.Persamaan penelitian relevan dengan penelitian ini

adalah sama-sama menggunakan pelayanan dan prosedur kredit menjadi variable independennya. Perbedaan penelitian relevan dengan penelitian ini adalah penelitian relevan menggunakan lokasi sebagai variable independennya.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Atanisius Hardian Permana Yogiantoro (2015) Universitas Negeri Yogyakarta yang berjudul Pengaruh Bagi hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Mudharabah. Dengan koefisien korelasi sebesar 0,617, determinasi sebesar 0,413 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ terdapat pengaruh positif dan signifikan Promosi terhadap keputusan penggunaan jasa Perbankan syariah Mudarabah pada nasabah bank muamalat Pekalongan. Dengan koefisien korelasi 0,681, determinasi 0,471 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan penggunaan Jasa Perbankan syariah Mudharabah. Dengan koefisien determinasi 0,456, koefisiem determinasi 0,502 terdapat pengaruh positif dan signifikan Bagi Hasil, Promosi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Mudharabah. Persamaan penelitian relevan dengan penelitian ini adalah penelitian ini sama-sama menggunakan variabel independen kualitas layanan dan promosi. Perbedaan penelitian relevan dengan penelitian ini adalah pada variabel bagi hasil, jika di penelitian ini bagi hasil tidak ada.

C. Kerangka Berfikir

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan UMKM Dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam

Kualitas Layanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi maupun seseorang untuk memenuhi harapan pelanggannya. Kualitas pelayanan lebih memperhatikan aspek kepuasan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan yang menawari jasa, oleh karena itu keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak di sector jasa tergantung kualitas pelayanan yang ditawarkan. Perusahaan atau lembaga keuangan yang menyediakan kredit mempertimbangkan juga kualitas pelayanan yang mereka lakukan, hal ini di karenakan pelayanan yang baik, nyaman, dan sesuai harapan konsumen akan menjadikan nasabah betah dan senang dalam mengambil kredit pada suatu lembaga keuangan penyedia kredit.

2. Pengaruh Prosedur terhadap Keputusan UMKM Dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam

Prosedur kredit yaitu tahapan-tahapan yang dilakukan bank atau, lembaga keuangan bukan bank (LKBB) yang menyediakan jasa peminjaman kredit dalam rangka melayani permintaan nasabah dalam pengambilan kredit. Sebelum debitur memperoleh kredit perlu tahapan-tahapan mulai dari pengajuan proposal kredit dan dokumen yang

diperlukan, pemeriksaan keaslian dokumen, analisis kredit sampai dengan kredit dikeluarkan oleh pihak bank. Prosedur kredit merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah atau dalam hal ini UMKM dalam keputusan mengambil kreditnya, prosedur Kredit yang cepat, mudah mengambilnya, akan mempengaruhi minat calon nasabah dalam mengambil kredit pada bank tetapi, Prosedur Kredit yang lama dan susah akan mempengaruhi minat calon Nasabah dalam Mengambil Kredit pada bank.

3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan UMKM Dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam

Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran dan penjualan untuk mnginfomasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari prusahaan dengan cara mepengaruhi para konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan.

Sebuah produk tidak akan mungkin dikenal jika masyarakat atau konsumen tidak tau akan produk tersebut, oleh karena itu untuk dapat membuat masyarakat atau konsumen dapat mengenal dan mengetahui produk tersebut dibutuhkan promosi.

Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) merupakan sebuah lembaga penyedia jasa kredit. Sebagai sebuah lembaga atau bias dikatakan sebuah perusahaan penyedia jasa, maka LKBB membutuhkan

promosi agar produk-produknya dapat dikenal dan dimengerti oleh masyarakat.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur kredit dan Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan UMKM Dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam

Pertimbangan keputusan dalam mengambil kredit dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu kualitas pelayanan, prosedur kredit dan promosi. Kualitas pelayanan yang baik, nyaman, akan menjadikan nasabah betah atau senang untuk mengambil kredit di suatu bank atau lembaga keuangan bukan bank (LKBB) dan mengambil kembali dikemudian hari.

Mengenai prosedur kredit, jika seseorang ingin melakukan suatu pinjaman kredit salah satu yang dipertimbangkan adalah prosedur kreditnya. Prosedur Kredit yang cepat, mudah mengambilnya, akan mempengaruhi minat calon nasabah dalam mengambil kredit pada lembaga penyedia kredit tetapi, Prosedur Kredit yang lama dan susah akan mempengaruhi minat calon Nasabah dalam Mengambil Kredit pada suatu lembaga keuangan penyedia kredit dalam hal ini adalah LKBB.

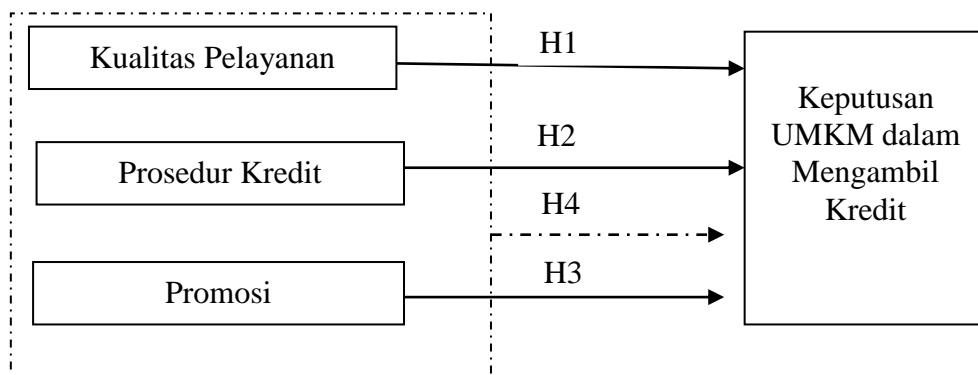
Faktor yang terakhir adalah promosi, sebuah perusahaan atau lembaga dalam melakukan bisnisnya agar produk yang mereka dapat di terima dan dikenal oleh masyarakat dibutuhkn promosi. Keputusan dalam pengambilan kredit berhubungan dengan promosi yang dilakukan oleh lembaga keuangan penyedia kredit kepada masyarakat, semakin baik

promosi yang dilakukan maka, masyarakat akan semakin mengerti dan mengetahui produk tersebut yang kemudian menjadikannya pertimbangan dalam mencari pinjaman kredit. Berdasarkan uraian tersebut, faktor kualitas pelayanan, prosedur kredit dan promosi secara bersama-sama akan berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit.

D. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel terikat yaitu keputusan anggota dalam mengambil kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank di Magelang (Y) dan variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1), Prosedur kredit (X_2) dan Promosi (X_3).

Paradigma penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Keterangan :

————→ : Garis regresi sederhana

-----→ : Garis regresi ganda

E. Hipotesis penelitian

Berdasarkan kajian teori, penelitian relevan dan kerangka berpikir diatas dapat ditarik beberapa hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan permasalahan yang diangkat dalam penelitian. Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1:Terdapat pengaruh positif Kualitas Layanan terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam.

H2:Terdapat pengaruh positif Prosedur Kredit terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam.

H3:Terdapat pengaruh positif Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam.

H4:Terdapat pengaruh positif Kualitas layanan, Prosedur kredit dan Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam.

BAB III **METODE PENELITIAN**

A. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *expost de facto*, dimana menggunakan data masa lalu yang sudah ada tanpa memberi perlakuan khusus pada variabel yang diteliti. Di dalam bukunya, Sugiyono (2005:7) mengemukakan *expost de facto* adalah: “suatu penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut”.

Selain penelitian *expost de facto*, menurut tingkat explanasinya penelitian ini termasuk kedalam penelitian kausal asosiatif (*causal assosiative research*). Jenis penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2010:57). Penelitian ini mencari hubungan yang bersifat sebab akibat, pengaruh antara variabel x dengan variabel y. Penemuan tersebut berhubungan dengan kualitas pelayanan, prosedur kredit dan promosi yang mempengaruhi keputusan UMKM untuk mengambil kredit di lembaga keuangan bukan bank (LKBB). Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer atau data yang diperoleh secara langsung di lapangan dari responden. Data yang diperoleh berupa data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2010: 23) data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) yaitu kualitas pelayanan, prosedur kredit dan

promosi terhadap variabel dependen (terikat) yaitu keputusan mengambil kredit.

. B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di UMKM di kabupaten Magelang, lebih tepatnya di Kecamatan Salam. Adapun pelaksanaan penelitian ini sudah dilakukan pada bulan Juli 2016–Desember 2016.

C. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2010: 2) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Terikat (*Dependence Variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2010: 4). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan UMKM dalam mengambil kredit.
2. Variabel Bebas (*Independence Variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiyono, 2010: 4). Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Kualitas pelayanan, Prosedur kredit, Promosi.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah atribut yang membedakan antara satu obyek dengan obyek yang lain atau satu orang dengan orang yang lain. Sedangkan definisi operasional adalah definisi berupa cara mengukur variabel itu supaya dapat dioperasikan (Uma Sekaran, 2011: 191). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan UMKM dalam mengambil kredit, kualitas pelayanan, prosedur kredit dan promosi. Definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Keputusan UMKM dalam mengambil kredit (Y)

Yang dimaksud dengan keputusan merupakan pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebuah keputusan merupakan titik dimana seseorang menentukan suatu hal demi mencapai tujuan tertentu. Adapun Keputusan UMKM dalam mengambil kredit adalah proses keputusan pengajuan kredit pada Lembaga keuangan bukan bank. Keputusan dalam mengambil kredit dapat dipengaruhi oleh alasan-alasan logis seperti Kualitas pelayanan, prosedur kredit dan promosi . Indikator variabel ini yaitu:

- a. Pengenalan Kebutuhan
- b. Pencarian Informasi
- c. Penilaian Alternatif
- d. Keputusan Mengambil Kredit
- e. Evaluasi Pasca Mengambil Kredit

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi maupun seseorang untuk memenuhi harapan pelanggannya. Kualitas pelayanan lebih memperhatikan aspek kepuasan pelanggan yang diberikan oleh perusahaan yang menawari jasa., oleh karena itu keberhasilan suatu perusahaan yang bergerak di sector jasa tergantung kualitas pelayanan yang ditawarkan.

Adapun indikator dari kualitas pelayanan adalah:

- a. Tangibles atau bukti langsung
- b. Reliability atau keandalan.
- c. Responsiveness atau ketanggapan
- d. Assurance atau jaminan
- e. Empathy

3. Prosedur Kredit

Prosedur kredit yaitu tahapan-tahapan yang dilakukan bank atau lembaga keuangan bukan bank (LKBB) yang menyediakan jasa peminjaman kredit dalam rangka melayani permintaan nasabah dalam pengambilan kredit. Sebelum debitur memperoleh kredit perlu tahapan-tahapan mulai dari pengajuan proposal kredit dan dokumen yang diperlukan pemeriksaan keaslian dokumen, analisis kredit sampai dengan kredit dikeluarkan oleh pihak bank atau lembaga keuangan bukan bank. Indikator presedur kredit yaitu:

- a. Realisasi kredit
- b. Kemudahan
- c. Kecepatan
- d. persyaratan

4. Promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran dan penjualan untuk menginfomasikan dan mendorong permintaan terhadap produk, jasa, dan ide dari prusahaan dengan cara mempengaruhi para konsumen agar mau membeli produk dan jasa yang dihasilkan. Indikator promosi yaitu:

- a. iklan
- b. promosi penjualan
- c. publisitas
- d. *personal selling*

E. Populasi dan Sampel

Menurut Indrianto dan Supomo (199 : 115), populasi yaitu kelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Polulasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM yang ada di Kecamatan Salam yang tercatat di Dinas Perindustrian Perindustrian Koperasi dan UMKM tahun 2015 yang tercatat dalam data sebanyak 1977 UMKM. Data yang terakhir pada Dinas Perindustrian Koprasi dan UMKM adalah tahun 2014, untuk tahun 2016 belum diketahui jumlah pastinya , hal ini dikarenakan setiap tahun UMKM dapat saja bertambah dan berkurang.

Sample merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk dijadikan sumber data yang dapat mewakili dari karakteristik populasi. Sample dalam penelitian ini UMKM yang tercatat dan ada di Kecamatan Salam. Metode dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *simple random sampling* yaitu teknik pengumpulan data dimana setiap objek memiliki kedudukan yang sama atau setara (Sugiyono, 2001: 61). Adapun penentuan besarnya jumlah sampel dicari dengan menggunakan rumus solvin metode sevilla yaitu menentukan sampel dari suatu populasi dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

n :Jumlah sampel

N: Jumlah Populasi

e: batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Sehingga dalam penelitian ini jumlah sampel dapat ditentukan dengan cara:

$$= \frac{1197}{1+1197(0,05)^2} = \frac{1197}{3,9925} = 299,81 \text{ dibulatkan } 300$$

Dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 300 responden UMKM Kecamatan Salam tahun 2015.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik kuesioner atau angket. Menurut Iqbal Hasan (2001: 17) teknik kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (angket) atau daftar isian terhadap objek yang ingin diteliti (populasi). Angket atau kuesioner dalam penelitian ini berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Angket yang akan digunakan

dalam penelitian ini adalah angket tertutup, sehingga responden hanya dapat memberikan atau memilih jawaban yang sudah disediakan peneliti.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner tertutup. Peneliti menyediakan beberapa pertanyaan dan pilihan jawabannya, sehingga responden hanya tinggal memilih salah satu jawaban dari pilihan jawaban yang tersedia. Kuesioner ditujukan untuk mengukur keputusan UMKM dalam mengambil kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di Kecamatan Salam, Penelitian ini menggunakan skala *likert* yang alternatif jawabannya adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Indikator	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Adapun kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Kisi- kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
Keputusan UMKM dalam mengambil kredit Kolter dan Armstrong, (2001:222)	1. Pengenalan Kebutuhan	1,2,3
	2. Pencarian Informasi	4,5,6*
	3. Penilaian alternatif	7,8*,9
	4. keputusan mengambil kredit	10,11,12
	5. evaluasi pasca mengambil	13*,14,15
	1.Tangibles	16,17,18

Kualitas layanan	2. Reliability	19,20,
Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan
menurut Berry dan Parasuraman (dalam Tjiptono, 2008:69)	3. Responsiveness	21,22
	4. Assurance atau jaminan	23,24,
	5. Empathy	25,26
Prosedur Kredit (Mudrajatn Kuncoro, 2002)	1. Realisasi kredit	27,28
	2. Kemudahan	29,30
	3. Kecepatan	31,32
	4. persyaratan	33*,34
Promosi	1. iklan	35,36
	2. promosi penjualan	37,38
	3. publisitas	39,40
	4. <i>personal selling</i>	41

Keterangan: *item pernyataan negatif

H. Uji Coba Instrumen Peneltian

Agar instrument yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai alat penelitian yang benar, maka perlu diadakan suatu uji coba instrumen penelitian. Pengujian instrument penelitian ini dilakukan pada pelaku UMKM yang ada di daerah Kecamatan Muntilan sebanyak 30 UMKM. Pemilihan tempat pengujian instrument ini dilakukan pada UMKM Kecamatan Muntilan atas dasar adanya persamaan karakteristik terhadap objek penelitian ini. Letak dari Kecamatan Muntilan Bersebelahan dengan letak objek penelitian. Selain itu, di Kecamatan Muntilan juga terdapat UMKM dengan jumlah yang hamper sama objek penelitian. Suatu Instrumen yang baik harus memiliki syarat sebagai berikut:

I. Uji Validitas Data

Uji Validitas digunakan untuk membuktikan sejauh mana suatu pengujian mengukur apa yang hendak diukur. Suatu kuisioner dapat dikatakan valid saat pertanyaan yang ada dalam kuisioner dapat

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Imam Ghazali, 2011: 52) . Valid atau tidaknya suatu kuisioner dapat diuji melalui uji validitas data. Uji validitas data adalah suatu pengujian untuk mengukur ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya untuk mencapai sasaran (Jogiyanto, 2013: 146). Menurut suharsimi (2010: 213) nilai validitas diukur menggunakan korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{(N\sum x^2) - (\sum x^2)\}\{(N\sum y^2) - (\sum y^2)\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

N = Jumlah responden

X = Skor butir item tertentu

Y = Skor total

$\sum X$ = Jumlah skor butir

$\sum Y$ = Jumlah skor total

$\sum XY$ = Perkalian skor butir dan skor total

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor butir

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Tabel 3. Hasil Pengujian Uji Validitas Butir-butir Petanyaan

No.	Korelasi	R. Tabel	Keterangan
Keputusan Mengambil Kredit			
1	0,479	0,361	Valid
2	0,485	0,361	Valid
3	0,553	0,361	Valid
4	0,271	0,361	Tidak Valid
5	0,400	0,361	Valid
6	0,414	0,361	Valid
7	0,623	0,361	Valid
8	0,657	0,361	Valid
9	0,650	0,361	Valid
10	0,182	0,361	Valid
11	0,502	0,361	Valid
12	0,286	0,361	Tidak Valid
13	0,163	0,361	Tidak Valid

14	0,433	0,361	Valid
No	Korelasi	R. Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan			
1	0,492	0,361	Valid
2	0,652	0,361	Valid
3	0,642	0,361	Valid
4	0,560	0,361	Valid
5	0,170	0,361	Tidak Valid
6	0,478	0,361	Valid
7	0,288	0,361	Tidak Valid
8	0,624	0,361	Valid
9	0,424	0,361	Valid
10	0,624	0,361	Valid
11	0,501	0,361	Valid
12	0,221	0,361	Tidak Valid
Prosedur Kredit			
1	0,5730	0,361	Valid
2	0,744	0,361	Valid
3	0,538	0,361	Valid
4	0,507	0,361	Valid
5	0,537	0,361	Valid
6	0,636	0,361	Valid
7	0,407	0,361	Valid
8	0,744	0,361	Valid
Promosi			
1	0,473	0,361	Valid
2	0,579	0,361	Valid
3	0,579	0,361	Valid
4	0,465	0,361	Valid
5	0,607	0,361	Valid
6	0,634	0,361	Valid
7	0,523	0,361	Valid

Sumber: lampiran halaman 111

Berdasarkan uji validitas pada tabel 3, maka diperoleh nilai r hitung dari semua variabel keputusan mengambil kredit, kualitas layanan, prosedur kredit dan promosi yang menunjukkan lebih besar dari r tabel, terkecuali pada butir soal keputusan mengambil kredit (butir no 4, 12, 13), kualitas layanan (butir 5,

7,12). Butir-butir pertanyaan yang tidak valid memiliki r hitung lebih kecil dari 0,361 sementara butir-butir yang lain yang mempunyai r hitung lebih besar dari r tabel dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian lanjut.

2. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji atau mengukur suatu kuisioner. Uji ini dilakukan untuk menguji jawaban dari responden terhadap pertanyaan dalam kuisioner dimana jika jawaban tersebut adalah konsisten maka dapat dikatakan bahwa kuisioner tersebut reliabel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik ukur *Cronbach alpha* (Ghozali, 2006:46) ;

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* sebagai berikut ;

1. *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ = suatu konstruk dikatakan reliabel

2. *Cronbach Alpha* $\leq 0,60$ = suatu konstruk dikatakan tidak reliabel

Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k - 1} \right) \left(\frac{\sum a^2 b b}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan :

r^{11} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau pernyataan

$\sigma^2 t$ = varian total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel

No	Alpha Cronbach	Alpha Cronbach	Keterangan	Interpretasi
1	Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit	0,705	Reliabel	Tinggi
2	Kualitas layanan	0,698	Reliabel	Tinggi
3	Prosedur Kredit	0,742	Reliabel	Tinggi
4	Promosi	0,721	Reliabel	Tinggi

Sumber: lampiran halaman 118.

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh nilai AlphaCronbach dari semua variabel penelitian menunjukkan lebih besar dari 0,6. Dengan demikian jawaban-jawaban pada kuisioner oleh responden dari variabel-variabel tersebut reliabel dengan intrerprestasi tinggi, sehingga kuisioner dari variabel-variabel tersebut dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

I. Metode Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, minimum, maksimum, sum, range dan kemencengen distribusi (Ghozali, 2006:19). Dalam hal ini dilakukan pengukuran dan analisis mengenai variabel-variabel yang digunakan yaitu Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit (Y), Kualitas pelayanan (X₁), Prosedur Kredit (X₂) dan Promosi (X₃).

2. Uji Prasyarat Analisis

Uji prasyarat analisis untuk melakukan uji linieritas dan uji asumsi klasik sebelum menganalisis secara mendalam. Berikut akan dijelaskan mengenai masing-masing pengujian:

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan untuk penelitian mempunyai distribusi normal atau tidak (Imam Ghozali, 2011:239). Model regresi yang bisa dikatakan baik

adalah jika memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dicari dengan rumus :

$$KS : 1,36 \sqrt{\frac{n_1 + n_2}{n_1 n_2}}$$

Keterangan :

Ks	: Harga kolmogorov-Smirnov
n_1	: Jumlah sampel yang diperoleh
n_2	: Jumlah sampel yang diharapkan

Jika angka signifikansi $kolmogorov_smirnov_sig > 0,05$ maka menunjukkan bahwa data berdistribusi normal begitupun jika sebaliknya.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas untuk menguji bagaimana spesifikasi model yang digunakan apakah sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik (Imam Ghazali, 2011: 166). Kriteria untuk menyatakan kelinearan adalah nilai

F yang dapat dihitung dengan rumus:

$$Rk_{reg} = \frac{Rk_{reg}}{Rk_{res}}$$

Keterangan:

F_{reg} : Harga bilangan F untuk regresi
 Rk_{reg}: Rerata kuadrat garis regresi
 Rk_{res} : Rerata kuadrat garis residu

(Sutrisno Hadi, 2004: 13)

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2006:125), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui terjadinya apakah terdapat varian yang berbeda. Cara

yang digunakan adalah dengan melakukan uji park, uji glejser, uji white dan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Uji heterokedastisitas pada penelitian ini membacanya dengan cara sebagai berikut.

Jika nilai Sig variabel independen $< 0,05$ terjadi Heterokedastitas

Jika nilai Sig variabel independen $> 0,05$ tidak terjadi Heterokedastitas.

d. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2006:91). Menurut Ghozali (2006:91), menjelaskan bahwa pengujian yang dapat dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas pada suatu model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Dengan melihat hipotesis sebagai berikut ;

$$\text{VIF} = \frac{1}{\text{Tolerance Value}}$$

Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variable–variable independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variable dependen. Tolerance value $> 0,10$ atau VIF < 10 : tidak terdapat multikolnearitas.

J. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi sederhana dapat digunakan dalam menguji dan memprediksi hubungan fungsional atau hubungan kausal antara satu

variabel bebas dengan variabel terikatnya. Berikut ini langkah-langkah dalam melakukan analisis regresi linier sederhana sebagai berikut:

1) Persamaan regresi linier sederhana:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y: Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a: Harga Y ketika harga X=0 (harga konstan)

b: Koefisien regresi

X : Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

(Sugiyono, 2010: 261)

2) Menguji Signifikansi Uji T

Uji t dapat digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variabel bebas dengan satu variabel terikat yaitu dengan rumus:

$$t = \frac{r(\sqrt{n - 2})}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

t= t hitung

r= koefisien korelasi

n=jumlah sampel

Husein Umar, 2011: 132)

Dapat dijelaskan bahwa harga t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel pada taraf signifikansi 5%. Jika t hitung lebih besar atau sama dengan t tabel berarti ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara individual. Sebaliknya apabila t hitung lebih kecil dari t tabel berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk melakukan pengujian beberapa variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Langkah-langkah yang digunakan untuk analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- 1) Membuat persamaan garis regresi tiga prediktor dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit

x_1 = Kualitas layanan

x_2 = Prosedur Kredit

x_3 = Promosi

a = Harga Jika $X = 0$ (konstanta)

b = Koefisien Linier Berganda

(Sugiyono 2010:283)

- 2) Menguji regresi linier berganda melalui uji F

Rumus:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan:

F_h = Harga F untuk garis regresi

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Sampel

R^2 = Koefisien korelasi antara kriteria dengan prediktor

(Sugiyono 2010:283)

Setelah dilakukan perhitungan, jika hasil F hitung dibandingkan dengan f tabel pada taraf signifikansi 5 %. Apabila F hitung sama atau lebih besar dari F tabel maka mempunyai pengaruh yang signifikan.

Sebaliknya, apabila F hitung lebih kecil dari f tabel maka tidak berpengaruh signifikan.

3) Mencari koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur antara prediktor (x_1, x_2, x_3) dengan kriteria Y melalui rumus:

$$R^2 y(x_1, x_2, x_3) = \frac{(a_1 \sum X_1 Y + a_2 \sum X_2 Y + a_3 \sum X_3 Y)}{\sum Y^2}$$

Keterangan:

$R^2 y(x_1, x_2, x_3)$	= Koefisien korelasi Y dengan x_1, x_2 dan x_3
a_1, a_2, a_3, a_4	= Koefisien prediktor x
$\sum X_1 Y, \sum X_2 Y, \sum X_3 Y$	= jumlah produk x dengan Y
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat kriteria Y
	(sutrisno Hadi, 2005)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menerangkan variasi variabel dependen, dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Salam dengan jumlah responden 300UMKM. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Agustus sampai dengan Oktober 2016 dengan cara menyebar kuesioner secara langsung kepada pelaku UMKM. Adapun karakteristik deskripsi responden dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

1. Karakteristik Berdasarkan Wilayah

Berikut ini adalah data responden berdasarkan wilayah:

Tabel 5. Karakteristik Responden

No	Nama Desa	Jumlah UMKM	Percentase
1	Salam	19	6,33%
2	Mantingan	30	10%
3	Gulon	20	6,67%
4	Sucen	26	8,67%
5	Somoketro	11	3,67%
6	Tirto	37	12,34%
7	Kadiluwih	25	8,34%
8	Baturono	37	12,34%
9	Jumoyo	31	10,34%
10	Sirahan	6	2%
11	Tersan Gedhe	43	14,34%
12	Seloboro	15	5%
	Jumlah	300	100%

Sumber Data: Data primer yang diolah

Berdasarkan data pada tabel 5 karakteristik dapat diketahui tentang data responden berdasarkan desa tempat UMKM berada. Terdapat 12 desa yang ada di kecamatan salam, berikut ini adalah presentase dari UMKM yang telah di berikan kuisioner oleh penulis: Desa Salam sebanyak 6,33%, Desa Mantingan 10%, Desa

Gulon 6,67%, Desa Sucen 8,67%, Somoketro 3,67%, Tirto 12,34%, Kadiluwih 8,34%, Baturono 12,34%, Jumoyo 10,34%, Sirahan 2%, Tersan Gedhe 14,34%, Seloboro 5%.

2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Usaha yang dilakukan

Berikut ini adalah data responden berdasarkan karakteristik jenis usaha yang dilakukan, dapat dilihat pada tabel 6:

Tabel 6. Karakteristik Responden

Makanan		
Jenis	Jumlah	Persen
Tempe	43	14%
Emping	5	2%
Slondok	7	2%
Jenang	10	3%
gula kelapa	79	26%
Tahu	6	2%
Peyek	6	2%
Kue	9	3%
Es lilin	2	1%
Krupuk	3	1%
Tape	1	0.3%
Kerajinan		
Jenis	Jumlah	Persen
Keranjang	8	3%
pahat batu	2	1%
Mebel	1	0.3%
Mainan anak	2	1%
Kurungan	4	1%
JASA		
Jenis	Jumlah	Persen
Penjahit	11	4%
Bengkel	10	3%
Reparasi elektronik	5	2%
Bahan Bangunan		
Jenis	Jumlah	Persen
Batu split	2	1%
Batu bata	85	28%
Jumlah	300	100%

Sumber Data: Data primer yang diolah

Berdasarkan pada tabel 6 dapat diketahui tentang data karakteristik responden berdasarkan jenis usaha yang dilakukan.

Terdapat 11 jenis usaha yang bergerak di bidang makanan, 5 jenis usaha kerajinan, 4 jenis usaha di bidang jasa, dan 2 jenis usaha di bidang bangunan. UMKM yang bergerak di bidang makanan sebanyak 57%, di bidang kerajinan 4%, di bidang jasa 9%, dan di bidang bangunan 29%. Pada kategori UMKM yang bergerak di bidang makanan terdapat 11 jenis usaha, antara lain: tempe, emping, slondok, gula kelapa, jenang, tahu, peyek, kue, es lilin, kerupuk, tape. Kategori kerajinan terdapat 5 jenis usaha, antara lain: keranjang, pahat batu, mebel, kurungan, mainan anak. Di bidang jasa terdapat 3 jenis, yaitu: penjahit, bengkel, reparasi elektronik. Pada karakteristik bahan bangunan ada 2 jenis, yaitu: batu bata, batu split.

B. Deskripsi Data

Analisis deskripsi data pada penelitian ini terdiri dari: *mean*, *min*, *max*, dan tabel frekuensi responden berdasarkan kategori dan penentuannya.

1. Deskripsi Variabel Keputusan Mengambil Kredit (Y)

Variabel Y yaitu Keputusan Mengambil Kredit diukur dengan 4 pernyataan, dapat diketahui nilai-nilai parameter sebagai berikut:

- a. Skor minimum ideal = $11 \times 1 = 9$
- b. Skor maksimum ideal = $11 \times 4 = 44$
- c. Nilai rata-rata ideal (M_i) = $(44+11)/2 = 27,5$
- d. Nilai Deviasi standar ideal (D_{si}) = $(44-11)/6 = 5,5$

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuisioner yang telah disebar, Keputusan Mengambil Kredit mempunyai skor total tertinggi adalah 43 dan skor terendah adalah 20. Memiliki nilai Mean sebesar 33,39, Median sebesar 33, Modus sebesar 33 dan Deviasi Standar sebesar 2,971. Dalam menyusun distribusi frekuensi Keputusan Mengambil Kredit dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas interval} &= 1 + 3.3\log n \\
 &= 1 + 3.3\log 300 \\
 &= 9,1745 \text{ dibulatkan jadi } 9
 \end{aligned}$$

Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Data (R)} &= \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah} \\
 &= 43 - 20 \\
 &= 23
 \end{aligned}$$

Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas} &= \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah Kelas}} \\
 &= \frac{23}{8} \\
 &= 2,5
 \end{aligned}$$

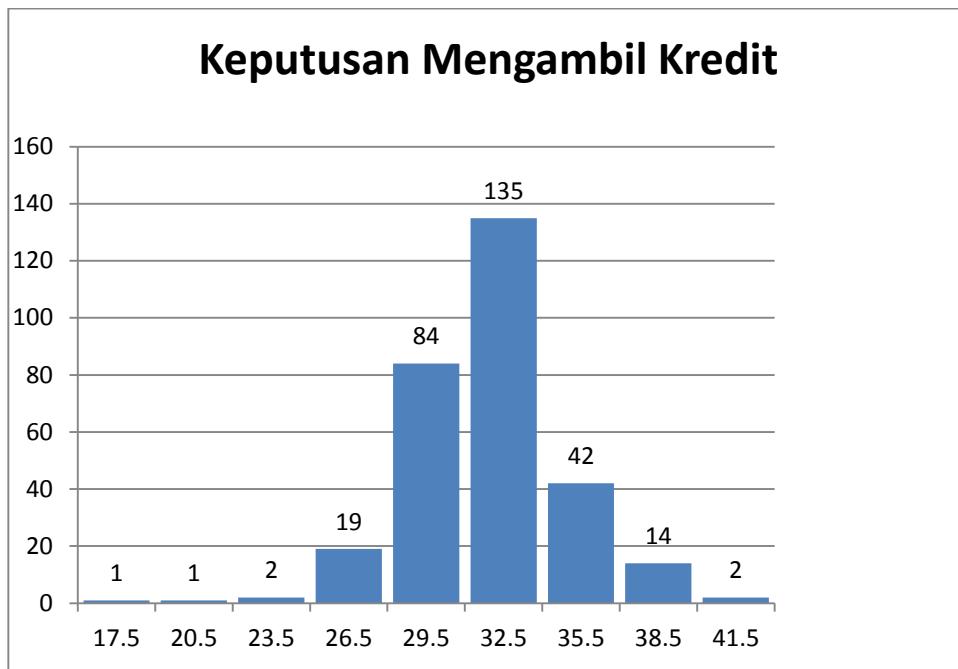
Hasil distribusi frekuensi data skor variabel Keputusan Mengambil Kredit pada tabel 7 berikut ini:

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Keputusan Mengambil Kredit

No	Kelas Interval	TepiBawah	TepiAtas	Frekuensi	Persentase (%)
1	18 – 20	17.5	20.5	1	0.33
2	21 – 23	20.5	23.5	1	0.33
3	24 – 26	23.5	26.5	2	2.33
4	27 – 29	26.5	29.5	19	19.33
5	30 – 32	29.5	32.5	84	46
6	33 – 35	32.5	35.5	135	24.67
7	36 – 38	35.5	38.5	42	4.67
8	39 - 41	38.5	41.5	14	2.33
9	42 - 44	41.5	44.5	2	2.33
Jumlah				300	100

Sumber: Lampiran halaman 155 tabel 18.

Berdasarkan data pada tabel 7 diatas dapat diperoleh data tertinggi atau mayoritas skor jawaban responden pada kelas interval 32–34 yaitu sebanyak 138 responden atau 46% dari total responden. Untuk kelas interval dengan frekuensi terkecil sebanyak 2 responden atau 0,33% pada kelas interval 20–22 dan 23 -25. Distribusi frekuensi skor variabel Keputusan Mengambil Kredit pada tabel 7 dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Distribusi Frekuensi Keputusan Mengambil Kredit

Dari perhitungan distribusi data di atas dapat diidentifikasi kecenderungan data yang meliputi tinggi rendahnya variabel Keputusan Mengambil Kredit dengan menggunakan nilai Mean Ideal dan Nilai Deviasi standar ideal (SDi). Nilai Mean ideal variabel Keputusan Mengambil Kredit 27,5 dan Nilai Deviasi standar 5,5. Untuk mencari kategorinya adalah sebagai berikut:

$$\text{a. Tinggi} \quad = > (\text{Mi} + \text{SDi})$$

$$= > (27,5 + 5,5)$$

$$= > 33$$

$$\text{b. Sedang} \quad = (\text{Mi} - \text{SDi}) \text{ s/d } (\text{Mi} + \text{SDi})$$

$$= (27,5 - 5,5) \text{ s/d } (27,5 + 5,5)$$

$$= 22 \text{ s/d } 33$$

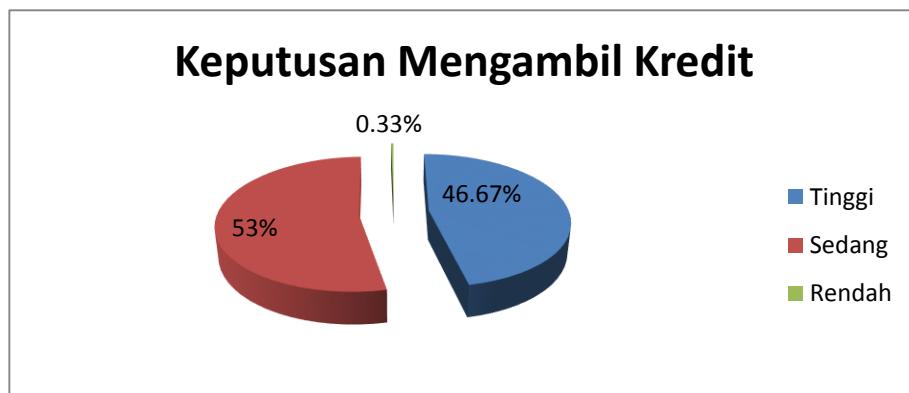
$$\begin{aligned}
 \text{c. Rendah} &= < (\bar{M}_i - S\bar{D}_i) \\
 &= < (27,5 - 5,5) \\
 &=<22
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka didapatkan hasil distribusi kecenderungan variabel Keputusan Mengambil Kredit dapat dilihat pada tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8. Distribusi Kecenderungan Variabel Keputusan Mengambil Kredit

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	>33	140	46.67
Sedang	22s/d 33	159	53,00
Rendah	< 22	1	0.33
Jumlah		300	100

Sumber: Lampiran halaman 155 tabel 18.



Gambar 2. Pie Chart Kecenderungan data variabel Keputusan Mengambil Kredit

Berdasarkan gambar 2 dan tabel 8 menunjukkan bahwa dari keseluruhan jumlah responden yang ada sebanyak 300 responden, terdapat 140 responden dengan kategori tinggi (46,67%), 159 responden kategori sedang (53%), dan 1 responden masuk dalam kategori rendah (0,33). Dari

hasil diatas maka dapat diperoleh kesimpulan penilaian responden terhadap variabel Keputusan Mengambil Kredit adalah sedang.

2. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X₁)

Variabel X₁ yaitu Kepribadian diukur dengan 4 pernyataan, dapat diketahui nilai-nilai parameter sebagai berikut:

- a. Skor minimum ideal = $9 \times 1 = 10$
- b. Skor maksimum ideal = $9 \times 4 = 36$
- c. Nilai rata-rata ideal (M_i) = $(36+9)/2 = 22,5$
- e. Nilai Deviasi Standar Ideal (D_s) = $(36-9)/6 = 4,5$

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuisioner yang disebar, variabel Kualitas layanan mempunyai skor total tertinggi adalah 36 dan skor terendah adalah 19. Memiliki Nilai Mean sebesar 28,65, Median 29, Modus 27 serta DS sebesar 2,110. Dalam menyusun distribusi frekuensi variabel Kualitas Layanan dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut ini:

- a. Menghitung Jumlah Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3.3\log n \\
 &= 1 + 3.3\log 300 \\
 &= 9,1745 \text{ dibulatkan jadi } 9
 \end{aligned}$$

- b. Menghitung Rentang Data

$$\text{Rentang Data (R)} = \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah}$$

$$= 36 - 19$$

$$= 17$$

Menghitung Panjang Kelas

$$\text{Panjang Kelas} = \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$= \frac{17}{9}$$

$$= 1,88 \text{ dibulatkan menjadi } 2$$

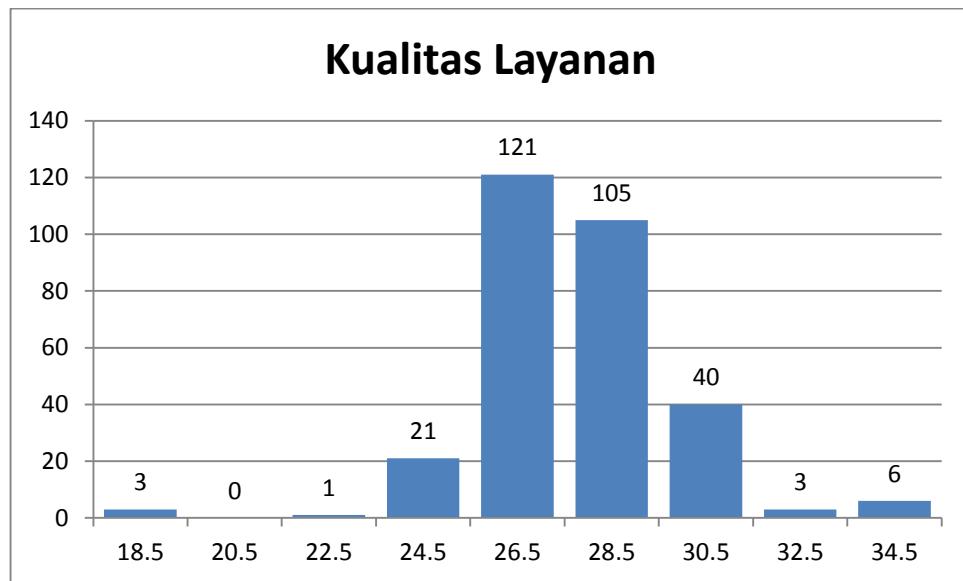
Dari hasil perhitungan tersebut maka dapat dilihat distribusi frekuensi skor variabel kualitas layanan pada tabel 9 berikut ini:

Tabel .9 Distribusi Frekuensi Skor Variabel Kualitas Layanan

No	Kelas Interval	Tepi Bawah	Tepi Atas	Frekuensi	Persentase (%)
1	19 – 20	18,5	20,5	3	0.33
2	21 – 22	20,5	22,5	0	0.33
3	23 – 24	22,5	24,5	1	2.33
4	25 – 26	24,5	26,5	21	19.33
5	27 – 28	26,5	28,5	121	46.00
6	29 – 30	28,5	30,5	105	24.67
7	31 – 32	30,5	32,5	40	4.67
8	33 - 34	32,5	34,5	3	2.33
9	35 – 36	34,5	36,5	6	0.00
Jumlah				300	100

Sumber: Lampiran halaman 156 tabel 19.

Berdasarkan data pada tabel 9 dapat diperoleh data tertinggi atau mayoritas skor jawaban responden pada kelas interval 27–28 yaitu sebanyak 121 responden atau 46% dari total 300 respon. Untuk frekuensi terkecil sebanyak 1 responden atau 2,33% pada interval 23–24. Distribusi frekuensi skor variabel Kualitas Layanan pada tabel diatas dapat digambarkan dalam diagram pada gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan

Dari perhitungan data di atas dapat diidentifikasi kecenderungan data yang meliputi tinggi rendahnya variabel Kualitas Layanan dengan menggunakan nilai Mean ideal dan Deviasi Standar Ideal (Dsi). Nilai Mean ideal variabel Kualitas Layanan sebesar 22,5 dan Nilai Deviasi standar ideal 4,5. Untuk mencari kategorinya adalah sebagai berikut:

$$\text{a. Tinggi} \quad = > (M_i + S_{Di})$$

$$= > (22,5 + 4,5)$$

$$= > 27$$

$$\text{b. Sedang} \quad = (M_i - S_{Di}) \text{ s/d } (M_i + S_{Di})$$

$$= (22,5 - 4,5) \text{ s/d } (22,5 + 4,5)$$

$$= 18 \text{ s/d } 27$$

$$\text{c. Rendah} \quad = < (M_i - S_{Di})$$

$$= < (22,5 - 4,5)$$

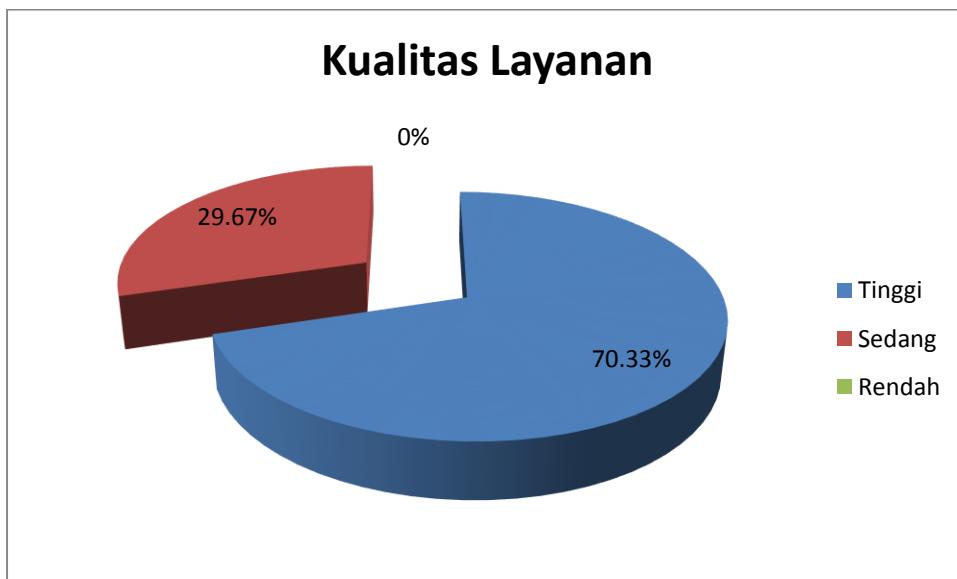
$$= < 18$$

Dari Perhitungan tersebut, maka distribusi kecenderungan variabel Kualitas Layanan dapat dilihat pada tabel10 sebagai berikut:

Tabel .10 Distribusi Kecenderungan Variabel Kualitas Layanan

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Percentase (%)
Tinggi	> 27	211	70.33
Sedang	18 s/d 27	89	29.67
Rendah	< 18	0	0,00
Jumlah		300	100

Sumber: Lampiran halaman 156 tabel 19.



Gambar 4. Pie Chart Kecenderungan Data Variabel Kualitas Layanan

Berdasarkan gambar 4 tersebut menunjukan bahwa dari 300 responden yang ada terdapat 211 responden dengan kategori tinggi (70,33%), 89 responden kategori sedang (29,67%), dan tidak ada yang masuk dalam kategori rendah. Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap variabel Kualitas Layanan adalah Tinggi.

3. Deskripsi Variabel Prosedur Kredit (X_2)

Variabel X_2 yaitu Prosedur Kredit diukur dengan 4 pernyataan, dapat diketahui nilai-nilai parameter sebagai berikut:

- a. Skor minimum ideal = $8 \times 1 = 8$
- b. Skor maksimum ideal = $8 \times 4 = 32$
- c. Nilai rata-rata ideal (M_i) = $(32+8)/2 = 20$
- d. Nilai Deviasi Standar ideal (SD_i) = $(32-8)/6 = 4$

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner variabel Prosedur Kredit mempunyai skor tertinggi 32 dan skor terendah adalah 16. Selain itu juga didapatkan nilai Mean sebesar 28,23, Median 25, Modus 26 serta Nilai Deviasi standar sebesar 2,19. Dalam menyusun distribusi frekuensi variabel Prosedur Kredit dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned} \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3,3\log n \\ &= 1 + 3,3\log 300 \\ &= 9,1745 \text{ dibulatkan menjadi } 9 \end{aligned}$$

- b. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned} \text{Rentang Data (R)} &= \text{Data Tertinggi} - \text{Data terendah} \\ &= 32 - 16 \\ &= 16 \end{aligned}$$

c. Menghitung Panjang Kelas

$$\text{Panjang Kelas} = \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$= \frac{16}{9}$$

$$= 1,77 \text{ dibulatkan menjadi } 2$$

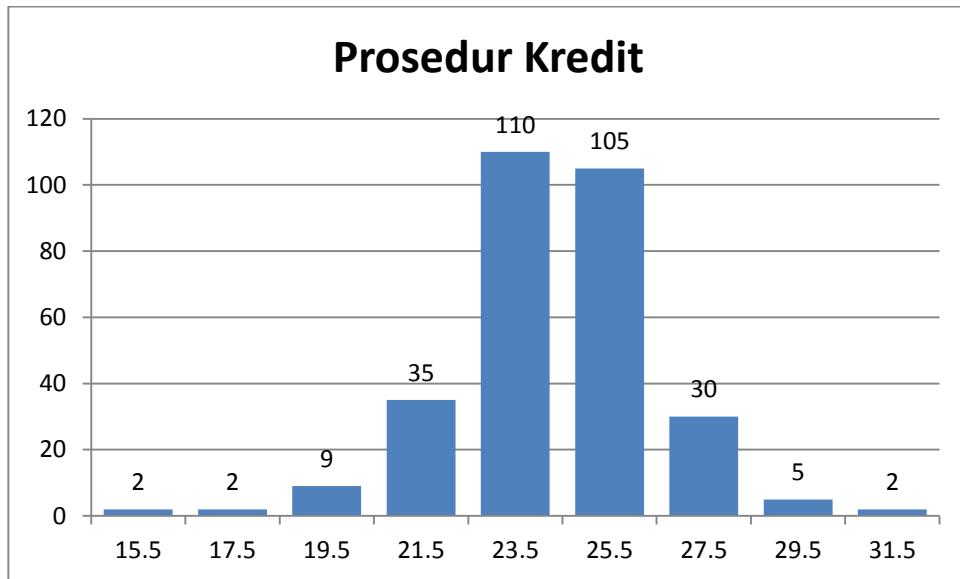
Dari hasil perhitungan tersebut dapat dilihat distribusi frekuensi skor variabel Prosedur Kredit pada tabel 11 berikut ini:

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Prosedur Kredit

No	Kelas Interval	TepiBawah	TepiAtas	Frekuensi	Persentase (%)
1	16 – 17	15,5	17,5	2	0.67
2	18 – 19	17,5	19,5	2	0.67
3	20 – 21	19,5	21,5	9	3.00
4	22 – 23	21,5	23,5	35	11.67
5	24 – 25	23,5	25,5	110	36.67
6	26 – 27	25,5	27,5	105	35.00
7	28 – 29	27,5	29,5	30	10.00
8	30 - 31	29,5	31,5	5	1.67
9	32 – 33	31,5	33,5	2	0.67
Jumlah				300	100

Sumber: Lampiran halaman 157 tabel 20.

Berdasarkan tabel 11 dapat diperoleh data tertinggi atau mayoritas skor jawaban responden terdapat pada interval 24–25, yaitu sebanyak 110 responden atau 36,67% dari total responden. Untuk frekuensi terkecil sebanyak 2 responden atau 0,67% pada interval 16–17, 18–19, 32-33. Distribusi frekuensi skor variabel Prosedur Kredit pada tabel 11 dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Distribusi Frekuensi Variabel Prosedur Kredit

Dari perhitungan distribusi data diatas dapat diidentifikasi kecenderungan variabel Prosedur Kredit dengan menggunakan nilai Mean ideal dan Nilai Deviasi standar ideal (Dsi). Nilai Mean ideal variabel Prosedur Kredit sebesar 20 dan Nilai Deviasi standar ideal sebesar 4, sehingga untuk mencari kategorinya adalah sebagai berikut:

$$\text{a. Tinggi} \quad \Rightarrow (Mi + SDi)$$

$$= > (20 + 4)$$

$$= > 24$$

$$\text{b. Sedang} \quad = (Mi - SDi) \text{ s/d } (Mi + SDi)$$

$$= (20 - 4) \text{ s/d } (20 + 4)$$

$$= 16 \text{ s/d } 24$$

$$\text{c. Rendah} \quad = < (Mi - SDi)$$

$$= < (20 - 4)$$

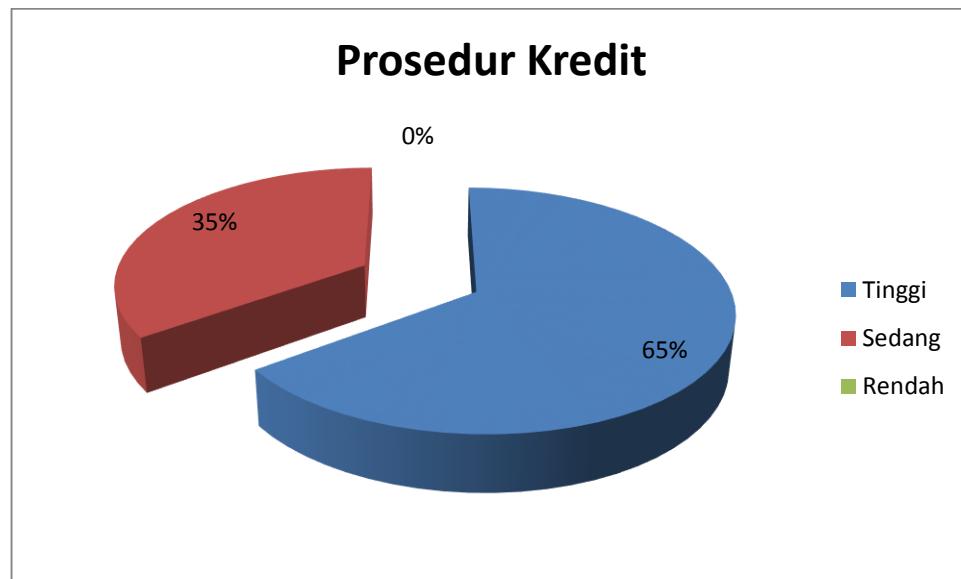
= < 16

Dari perhitungan tersebut, maka distribusi kecenderungan variabel Prosedur Kredit dapat dilihat pada tabel 12 sebagai berikut:

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Variabel Prosedur Kredit

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Percentase (%)
Tinggi	> 24	195	65.00
Sedang	16 s/d 24	105	35.00
Rendah	< 16	0	0.00
Jumlah		300	100

Sumber: Lampiran halaman 157 tabel 20.



Gambar 6. Pie Chart Kecenderungan Data Variabel Prosedur Kredit

Berdasarkan gambar 6 tersebut menunjukkan bahwa dari keseluruhan jumlah responden terdapat 195 responden dengan kategori tinggi (65 %), 105 responden kategori sedang (35%), dan tidak ada yang masuk dalam kategori rendah. Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap variabel Prosedur Kredit adalah tinggi.

4. Deskripsi Variabel Promosi (X₃)

Variabel X₃ yaitu Promosi diukur dengan 4 pernyataan, dapat diketahui nilai-nilai parameter sebagai berikut:

- a. Skor minimum ideal = $7 \times 1 = 7$
- b. Skor maksimum ideal = $7 \times 4 = 28$
- c. Nilai rata-rata ideal (Mi) = $(28+7)/2 = 17,5$
- d. Nilai Deviasi standar ideal (Ds_i) = $(28-7)/6= 3,5$

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuisioner yang telah disebar , diketahui bahwa variabel Promosi menunjukkan skor tertinggi yang yaitu 27 dan skor terendah adalah 13. Selain itu juga didapatkan nilai Mean sebesar 22,44 Median 22, Modus 21 serta Deviasi Standar sebesar 1,988. Adapun untuk menyusun distribusi frekuensi variabel Promosi dapat dilakukan dengan langkah- langkah sebagai berikut:

- a. Menghitung Jumlah Kelas Interval

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah kelas interval (K)} &= 1 + 3,3\log n \\
 &= 1 + 3,3\log 300 \\
 &= 9,1745 \text{ dibulatkan jadi } 9
 \end{aligned}$$

- b. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Data (R)} &= \text{Data tertinggi} - \text{Data terendah} \\
 &= 27 - 13 \\
 &= 14
 \end{aligned}$$

- c. Menghitung Panjang Kelas

$$\text{Panjang Kelas} = \frac{\text{Rentang Data}}{\text{Jumlah Kelas}}$$

$$= \frac{14}{9}$$

$$= 1,55 \text{ dibulatkan jadi } 2$$

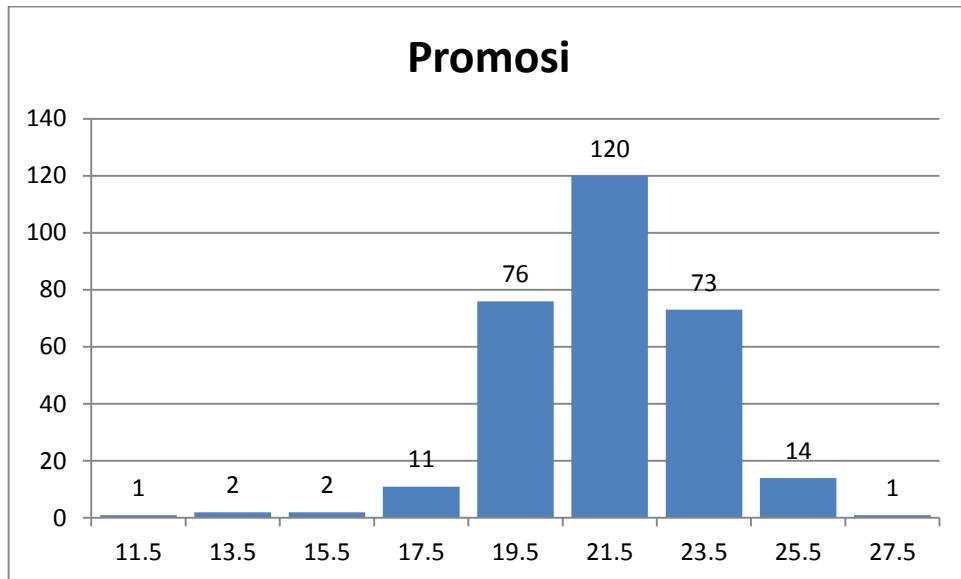
Dari hasil perhitungan tersebut maka dapat dilihat distribusi frekuensi skor variabel Promosi pada tabel 13 berikut ini:

Tabel 13. Distribusi Frekuensi Skor Variabel Promosi

No	Kelas Interval	TepiBawah	TepiAtas	Frekuensi	Persentase (%)
1	12 – 13	11,5	13,5	1	0.33
2	14 – 15	13,5	15,5	2	0.67
3	16 – 17	15,5	17,5	2	0.67
4	18 – 19	17,5	19,5	11	3.67
5	20 – 21	19,5	21,5	76	25.33
6	22 – 23	21,5	23,5	120	40.00
7	24 – 25	23,5	25,5	73	24.33
8	26 - 27	25,5	27,5	14	5.00
9	28 – 29	27,5	29,5	1	0.33
Jumlah				300	100

Sumber: Lampiran halaman 158 tabel 21.

Berdasarkan tabel 13 menunjukkan dapat diperoleh data tertinggi terdapat pada interval 22– 23 yaitu sebanyak 120 responden atau 40% dari total responden. Untuk frekuensi terkecil sebanyak 1 responden atau 0,33% pada interval kelas 12-13 dan 28-29. Distribusi frekuensi skor variabel Promosi dapat digambarkan dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 7. Diagram Distribusi Frekuensi Variabel Promosi

Dari perhitungan distribusi data diatas dapat diidentifikasi kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel Promosi dengan menggunakan nilai Mean ideal dan Deviasi Standar ideal. Nilai Mean ideal variabel Promosi sebesar 17,5 dan Nilai Deviasi standar 3,5. Untuk mencari kategorinya adalah sebagai berikut:

$$\text{a. Tinggi} \quad = > (\text{Mi} + \text{SDi})$$

$$= > (17,5 + 3,5)$$

$$= > 21$$

$$\text{b. Sedang} \quad = (\text{Mi} - \text{SDi}) \text{ s/d } (\text{Mi} + \text{SDi})$$

$$= (17,5 - 3,5) \text{ s/d } (17,5 + 3,5)$$

$$= 14 \text{ s/d } 21$$

$$\text{c. Rendah} \quad = < (\text{Mi} - \text{SDi})$$

$$= < (17,5 - 3,5)$$

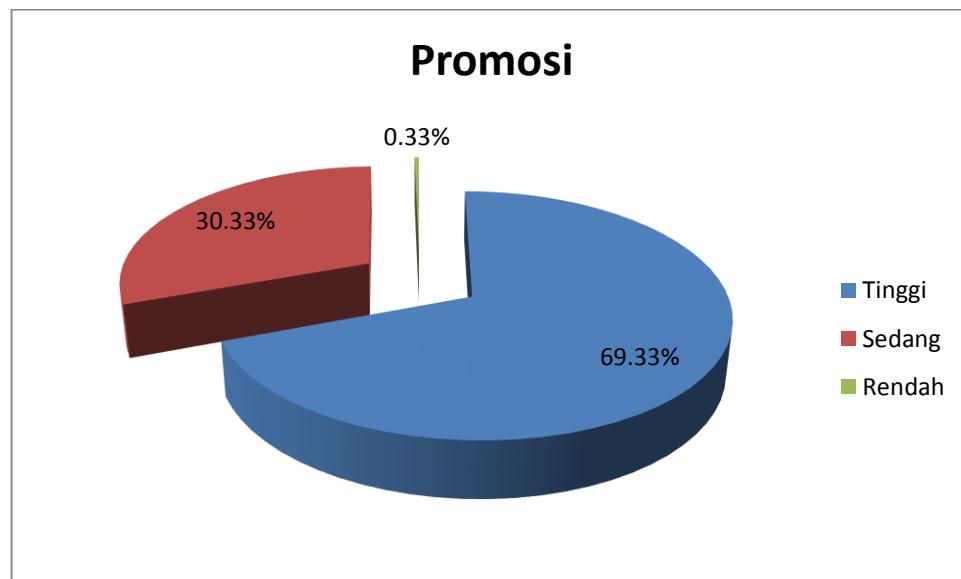
$$= < 14$$

Mengacu pada perhitungan tersebut, maka distribusi kecenderungan variabel Promosi dapat dilihat pada tabel 14 sebagai berikut:

Tabel 14. Distribusi Kecenderungan Variabel Promosi

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase (%)
Tinggi	> 21	208	69.33
Sedang	14 s/d 21	91	30.33
Rendah	< 14	1	0.33
Jumlah		300	100

Sumber: Lampiran halaman 158 tabel 21



Gambar 8. Pie Chart Kecenderungan Data Variabel Promosi

Berdasarkan gambar 8 dan taabel 14 menunjukkan bahwa dari keseluruhan jumlah responden terdapat 208 responden dengan kategori tinggi (69,33%), 91 responden kategori sedang (30,33%), dan terdapat 1 responden yang masuk dalam kategori rendah. Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden terhadap variabel Promosi adalah Tinggi

C. Uji Prasyarat Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian mempunyai sebaran distribusi normal atau tidak. Teknik yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah dengan metode *Kolmogorof Smirnov*. Data dikatakan normal apabila hasil data yang di peroleh nilai signifikansinya lebih dari 0,05. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 15 berikut ini:

Tabel 15. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Sminov Z	1,310
Asymp. Sig. (2-tailed)	,065

Sumber: Lampiran halaman 160

Berdasarkan pada tabel 15 di atas menunjukkan bahwa tingkat Signifikansi $0,065 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat diartikan bahwa tingkat signifikansinya lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,065. Demikian dapat diperoleh kesimpulan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui atau membuktikan apakah dari masing-masing variabel bebas dan terikat memiliki hubungan yang linear atau tidak dengan. Hasil pengujian linearitas dapat dilihat pada tabel 16 berikut ini:

Tabel 16. Uji Linearitas

No.	Hubungan Variabel	Sig	Keterangan
1	Keputusan Mengambil Kredit dengan Kualitas Layanan	0,107	Linear
2	Keputusan Mengambil Kredit dengan Prosedur Kredit	0,149	Linear
3	Keputusan Mengambil Kredit dengan Promosi	0,117	Linear

Sumber: Lampiran halaman 160.

Berdasarkan uji linearitas pada tabel 16 dapat diketahui bahwa antara Kualitas Layanan dengan Keputusan mengambil kredit memiliki nilai signifikansi sebesar 0,107 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05. Variabel kedua yaitu Prosedur Kredit dengan Keputusan mengambil kredit memiliki nilai signifikansi sebesar 0,149 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05. Variabel ketiga yaitu Promosi dengan Keputusan mengambil kredit memiliki nilai signifikansi sebesar 0,117 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05. Berdasarkan ketiga hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas berhubungan linear dengan variabel terikat karena semuanya memiliki nilai probabilitas lebih dari 0,05.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk membuktikan atau mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dengan cara menyelidiki besarnya interkorelasi antar variabel bebasnya, jika terdapat multikolinearitas. Ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Sebuah data dapat dikatakan mempunyai multikolinearitas jika memiliki kriteria sebagai

berikut yaitu memiliki nilai tolerance $< 0,10$ atau nilai VIF lebih dari 10 dengan tingkat kolinearitas 0,50. Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 17 berikut ini:

Tabel 17. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Layanan	0,886	1,129	Tidak terjadi multikolinearitas
Prosedur Kredit	0,798	1,254	Tidak terjadi multikolinearitas
Promosi	0,802	1,246	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Lampiran halaman 161.

Dari hasil uji multikolinearitas pada tabel 17 di atas dapat diperoleh kesimpulan bahwa semua variabel memiliki *Tolerance Value* lebih dari sama dengan 0,10, yaitu Kualitas Layanan 0,886, Prosedur Kredit 0,798, dan Promosi 0,802. Selain itu, semua variabel memiliki nilai VIF kurang dari sama dengan 10, yaitu variabel Kualitas Layanan 1,129, Prosedur Kredit 1,254, dan Promosi 1,246. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian tidak terjadi multikolinearitas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah model regresi yang bersifat homokedastisitas, oleh karena itu uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mendekripsi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan uji *glejser*. Kriteria pengambilan keputusan adalah signifikansi dari variabel bebas

lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 18 berikut ini:

Tabel 18. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Layanan	0,656	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Prosedur Kredit	0,340	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Promosi	0,082	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Lampiran halaman 162.

Berdasarkan hasil uji *Glejser* dapat pada tabel 18 dapat disimpulkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai logaritma residual yang telah dikuadratkan. Di mana terlihat bahwa probabilitas signifikansinya di atas tingkat keyakinan 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

D. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit dan Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik regresi sederhana dan regresi berganda. Penjelasannya tentang hasil pengujian hipotesis ini adalah sebagai berikut:

1. Regresi Linear Sederhana

- a. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam

Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Untuk menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana sehingga diperoleh hasil analisis regresi linear sederhana seperti pada tabel19 berikut ini:

Tabel 19. Rangkuman Hasil Regresi Hipotesis Pertama

Model Regresi	Keterangan	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.
1	Konstanta	20,301	9,237	0,000
	X ₁	0,076	5,972	0,000
	r ² = 0,107			

Sumber: Lampiran halaman 164.

Dari tabel19 tersebut menunjukkan bahwa koefisien determinasi r² 0,107 yang berarti bahwa variabel Keputusan Mengambil Kredit dipengaruhi oleh variabel Kualitas Layanan sebesar 10,7%, sedangkan sisanya yaitu 89,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji t statistik untuk variabel kualitas layanan menghasilkan t_{hitung} 5,972 > t_{tabel} 1,967 dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat Keputusan Mengambil Kredit secara signifikan dipengaruhi oleh variabel bebas Kualitas Layanan. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 20,301 + 0,076X_1$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi X₁ sebesar 0,076. Hal ini berarti jika Kualitas Layanan meningkat satu

poin maka akan diikuti peningkatan poin Keputusan Mengambil Kredit sebesar 0,076 satuan. Hipotesis pertama yang menyatakan Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam didukung karena koefisiensi Kualitas Layanan bernilai positif dan memiliki $t_{hitung} 5,972 > t_{tabel} 1,977$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

- b. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah Prosedur kredit berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Untuk dapat menguji hipotesis tersebut maka digunakan analisis regresi linear sederhana sehingga diperoleh hasil analisis regresi linear sederhana seperti pada tabel 20 berikut ini:

Tabel 20. Rangkuman Hasil Regresi Hipotesis Kedua

Model Regresi	Keterangan	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.
1	Konstanta	20,226	11,042	0,000
	X ₂	0,072	7,214	0,000
$r^2 = 0,149$				

Sumber: Lampiran halaman 165.

Berdasarkan tabel 20 menjelaskan bahwa koefisien determinasi $r^2 = 0,149$ yang berarti bahwa variabel Keputusan Mengambil Kredit dipengaruhi oleh variabel Prosedur Kredit sebesar 14,9%, sedangkan sisanya yaitu 85,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji t statistik untuk variabel Prosedur Kredit menghasilkan $t_{hitung} 7,214 > t_{tabel} 1,967$ dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih

kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat Keputusan Mengambil Kredit secara signifikan dipengaruhi oleh variabel bebas Prosedur Kredit. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 20,226 + 0,072X_2$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa besar nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,072. Berarti jika Prosedur Kredit meningkat satu poin maka akan diikuti peningkatan poin Keputusan Mengambil Kredit sebesar 0,072 satuan. Hipotesis kedua yang menyatakan Prosedur Kredit berpengaruh positif Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam didukung karena koefisiensi Prosedur Kredit bernilai positif dan memiliki $t_{hitung} 7,214 > t_{tabel} 1,967$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

- c. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Menguji hipotesis tersebut dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana sehingga diperoleh hasil analisis regresi linear sederhana seperti pada tabel 21 berikut ini:

Tabel 21. Rangkuman Hasil Regresi Hipotesis Ketiga

Model Regresi	Keterangan	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.
1	Konstanta	21,913	11,959	0,000
	X_1	0,511	6,288	0,000
	$r^2 = 0,117$			

Sumber: Lampiran halaman 166.

Berdasarkan tabel 21 menunjukkan bahwa koefisien determinasi $r^2 = 0,117$ yang berarti bahwa variabel Keputusan Mengambil Kredit dipengaruhi oleh variabel Promosi sebesar 11,7%, sedangkan sisanya yaitu 88,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji t statistik untuk variabel Promosi menghasilkan $t_{hitung} = 6,288 > t_{tabel} 1,967$ dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat Keputusan Mengambil Kredit signifikan dipengaruhi variabel bebas Promosi. Berdasarkan hasil yang telah dilakukan, maka dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 21,913 + 0,511X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0,511. Hal tersebut berarti jika Promosi meningkat satu poin maka akan diikuti peningkatan poin Keputusan Mengambil Kredit sebesar 0,511 satuan. Hipotesis ketiga yang menyatakan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam didukung karena koefisiensi promosi bernilai positif dan memiliki $t_{hitung} = 6,288 > t_{tabel} 1,967$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

2. Regresi Lineal Berganda

Regresi berganda digunakan dalam menguji hipotesis keempat penelitian ini secara bersama-sama terhadap variabel Y yaitu Kualitas

Layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 22. Rangkuman Hasil Regresi Hipotesis Keempat

Keterangan	Koefisien Regresi
Konstanta	10,543
X1	0,243
X2	0,281
X3	0,271
$r^2 = 0,226$	
F Hitung = 28,796	
Sig F = 0,000	

Sumber: Lampiran halaman 168.

Berdasarkan nilai r^2 pada tabel diatas, maka disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel Kualitas Layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan Mengambil Kredit yaitu sebesar 22,6% sisanya sebesar 77,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai $F_{hitung} = 28,796 > F_{tabel} = 2,635$ dan dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel Keputusan Mengambil Kredit dipengaruhi oleh variabel Kualitas Layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi secara bersama-sama menghasilkan positif dan signifikan antar variabel. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 10,543 + 0,243X_1 + 0,281X_2 + 0,271X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi X_1 sebesar 0,243 yang berarti jika Kualitas Layanan meningkat satu poin maka akan diikuti peningkatan poin Keputusan Mengambil Kredit sebesar 0,243 satuan dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,281 yang berarti jika Prosedur Kredit meningkat satu poin maka akan diikuti peningkatan satu poin Keputusan Mengambil Kredit sebesar 0,281 satuan dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Koefisien regresi X_3 0,271 yang berarti jika Promosi meningkat satu poin maka akan diikuti peningkatan satu poin Keputusan Mengambil Kredit sebesar 0,271 satuan dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Oleh karena itu hipotesis keempat yang menyatakan Kualitas layanan, Prosedur Kredit dan Promosise secara bersama berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Magelang didukung karena koefisien masing-masing bernilai positif dan memiliki $F_{hitung} 28,796 > F_{tabel} 2,635$ serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Pembahasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layananterhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis pertama bahwa variabel Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Hal ini ditunjukkan oleh r^2 sebesar 0,107 atau 10,7% dengan persamaan regresinya adalah $Y = 20,301 + 0,076X_1$ dan bernilai positif. Nilai $t_{hitung} = 5,972 > t_{tabel} = 1,967$ sehingga dapat diidentifikasi bahwa hipotesis pertama dapat diterima.

Menurut (Murti Sumarni dan John Soeprihanto, 2005 : 84) salah satu faktor yang mendorong keputusan untuk mengambil kredit adalah faktor kualitas layanan. Menurut Boediono (1999:11) pelayanan merupakan upaya atau proses secara sadar dan terencana yang dilakukan organisasi atau badan usaha kredit dalam persaingan melalui pemberian atau perjanjian pelayanan kepada nasabah, sehingga tercapai keputusan optimal bagi nasabah. Hani Handoko (2010: 10) yang mengungkapkan layanan adalah kegiatan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada masa mempersiapkan dan penentuan kegiatan –kegiatan tersebut. Semakin baik pelayanan yang di berikan oleh suatu lembaga keuangan semakin tinggi keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada lembaga keuangan tersebut.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dedi Wahyu Nugroho (2012) dan Muvika Perdana Putra (2015) yang menyimpulkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit. Penelitian

yang dilakukan oleh Arif Budi Wibowo (2008) yang melakukan penelitian untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan terhadap minat anggota dalam menggunakan pembiayaan murabahah. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit.

2. Pengaruh Prosedur Kredit terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di MKecamatan Salam

Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa variabel Prosedur Kredit berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r^2 sebesar 0,149atau 14,9%, persamaan regresinya $Y = 20,226 + 0,072X_2$ dan bernilai positif. Nilai $t_{hitung} 7,214 > t_{tabel} 1,967$ hal ini menunjukkan bahwa Prosedur kredit memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam, sehingga hipotesis kedua dapat diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muvika Perdana Putra (2015), Dedi Wahyu Nugroho (2012) yang menyimpulkan bahwa Prosedur Kredit memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit. Hasil penelitian mereka menyatakan bahwa Prosedur kredit berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Mengambil Kredit.

Menurut (Murti Sumarni dan John Soeprihanto, 2005 : 84) salah satu faktor yang mendorong keputusan untuk mengambil kredit adalah

faktor Prosedur Kredit. Menurut Mudrajad kuncoro (2002) yang menyatakan bahwa prosedur kredit merupakan upaya bank atau lembaga keuangan lainnya dalam mengurangi resiko pemberian kredit, Yang mulai dengan perancangan penyusunan perencanaan perkreditan, dilanjutkan dengan proses pemberian keputusan kredit (prakara, analisis dan evaluasi, negoisasi, rekomendasi dan pemberian keputusan kredit), penyusunan pemberian kredit, dokumentasi dan administrasi kredit, persetujuan pencairan kredit serta pengawasan dan pembinaan kredit. Semakin mudah prosedur kredit suatu lembaga keuangan maka semakin tinggi nasabah yang ingin mengambil kredit disana.

3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam

Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga bahwa variabel Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r^2 sebesar 0,117 atau 11,7% dengan persamaan regresinya $Y = 21,913 + 0,511X_3$ dan bernilai positif. Nilai $t_{hitung} 6,288 > t_{tabel} 1,967$ dapat disimpulkan bahwa Promosi memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam, sehingga hipotesis ketiga dapat diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Antanisius Hardian Pratama Yogiantoro(2015) dan Merdiana (2008) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh secara

signifikan terhadap keputusan dalam mengambil kredit. Menurut Basu Swastha, (1997:238) Promosi adalah kegiatan perusahaan untuk menjajakan produk yang di pasarkan sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen. Promosi yang baik haruslah terintegrasi, dalam artian, seluruh elemen dalam perusahaan harus mengerti dan menerapkan program promosi yang telah tersusun. Promosi yang efektif tidak hanya mampu menarik konsumen untuk melihat namun juga dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan, dalam hal ini yang dimaksud konsumen adalah nasabah.

4. Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis keempat bahwa variabel Kualitas layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,226 atau 22,6% dengan persamaan regresinya $Y = 10,543 + 0,243X_1 + 0,281X_2 + 0,271X_3$ dan bernilai positif. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ menunjukkan bahwa variabel Kualitas layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan UMKM

dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam, sehingga hipotesis ke empat dapat diterima.

Menurut Murti Sumarni dan John Soeprihanto(2005 : 84) faktor yang mendorong keputusan untuk mengambil kredit adalah faktor Prosedur Kredit, kualitas layanan dan lokasi. Faktor lain yang mendorong orang untuk melakukan kegiatan kredit atau mengandalkan jasa dari perusahaan dalam hal ini adalah pinjaman kreditnya, dipengaruhi oleh promosi atau iklan.

F. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan dalam penyusunan sampai hasil akhirnya. Keterbatasan tersebut antara lain:

1. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner, sehingga sangat mungkin penilaian yang diberikan responden pada saat mengisi angket bersifat sangat subjektif.
2. Responden penelitian ini terbatas pada UMKM kecamatan Salam yang tercatat di DISPERINDAKOP dan UMKM Kabupaten Magelang.
3. Masih Banyaknya data yang belum dapat peneliti ambil seperti contoh: data tentang pendapatan, hal ini dikarenakan kurangnya keterbukaan pelaku UMKM dengan peneliti.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas layanan terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam dengan t hitung 5,972 lebih besar dari t tabel 1,967 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Prosedur Kredit terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam. dengan t hitung 7,214 lebih besar dari t tabel 1,967 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
3. Terdapat pengaruh positif signifikan promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam dengan t hitung 6,288 lebih besar dari t tabel 1,967 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit pada LKBB di Kecamatan Salam dengan F hitung 28,796 lebih besar dari F tabel 2,635 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000.

B. Saran

1. Kecenderungan variabel Kualitas Layanan tergolong tinggi. Oleh karena itu untuk dapat bersaing dengan lembaga keuangan bank, LKBB (Lembaga Keuangan Bukan Bank) hendaknya dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas yang ada , seperti contoh: peningkatan kualitas SDM maupun fasilitas penunjang lainnya.
2. Kecenderungan variabel Prosedur Kredit tergolong dalam kategori tinggi. Oleh karena itu, prosedur yang ada dalam LKBB (Lembaga Keuangan Bukan Bank) khususnya adalah prosedur kreditnya sebaiknya jangan terlalu rumit sehingga dapat mempermudah nasabah dalam melakukan kegiatan pinjaman kredit.
3. Perlunya peningkatan Promosi yang dilakukan oleh LKBB (Lembaga Keuangan Bukan Bank) untuk dapat menarik nasabah. Peningkatan Promosi dapat berupa: Memperbanyak brosur dan poster-poster yang ada agar masyarakat khususnya UMKM dapat mengetahui dan tertarik untuk melakukan pinjaman kredit, ikut serta dalam kegiatan bermasyarakat dengan cara mensponsori kegiatan yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- A.F.Stoner James, DKK. (1996). *Manajemen, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT.Prenhallindo.
- AtanisiusHardian Permana Yogiantoro (2015)."Pengaruh Bagi Hasil Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Mudharabah ".*skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Atmosudirjo, Prajudi. (2000). *Administrasi Manajemen Umum*. Jakarta: CV Mas Haji.
- Basu Swastha. (2003) . *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta: Liberti
- Daft. L. Richard ,Emil Salim,dkk.(2002).*Manajemen, Edisi Kelima*. Jakarta. Penerbit: Erlangga.
- Davis, Ralph C.(2002). *Fundamental Of Top Management*.Tokyo: Kogakusha Company Limited.
- Dedi Wahyu Nugroho (2012)." Pengaruh Lokasi, Pelayanan dan Prosedur kredit Terhadap Keputusan Nasabah dalam mengambil kredit pada PD BPR Boyolali".*skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Engel, James F, Blackwell, Roger D, Miniard, Paul W. (1994). *Perilaku Konsumen Edisi Keenam*. Jakarta: Binarupa Aksara..
- Fahmi,Irham. (2014).*Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta:PT Alfabetika.
- Firdaus, H. Rachmat dan Maya Aryanti. (2003). *Manajemen Perkreditan Bank Umum*.Bandung: Alfabetika.
- Fatin Fitra Amalia (2014)." Pengaruh Gaji, suku Bunga, Pelayanan dan Prosedur kredit terhadap keputusan pengambilan kredit pada nasabah Bank jateng cabang Kudus".*skripsi*. Universitas Muria Kudus.
- Gitosudarmo, Indriyo. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:BPFE.
- George R. Terry. (2003). *Prinsip - prinsip Manajemen*, PT. Bumi Aksara
- Hasibuan, Malayu S.P. (2006).*Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*,Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kasmir. (2011). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : Rajawali Pres.
- Laksana, Fajar.(2008).*Manajemen Pemasaran*.Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lovelock, Chirstopher dan Jochen Writz (2011). *Service Marketing People,Technology,Strategy*. (7th edition). Middle East & Afrika: Pearson Europe.

Lovelock, C., P. Patterson, dan R. Walker. (2005). *Service Marketing: An Asia-Pacific and Australian Perspective. 3rded. Frenchs Forest.* NSW: Pearson Education Australia.

Mudrajad Kuncoro dan Suhardjono. 2002. Manajemen Perbankan. Yogyakarta: BPFE
 Prajudi Atmosudirjo. (2000). *Administrasi Manajemen Umum.* Jakarta: CV Mas Haji.
 Purnama, Nursya'bani. (2006). *Manajemen Kualitas: Perspektif Global.* Yogyakarta: Ekonisia.
 Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen (edisi 7).* Jakarta : Prentice Hall.

Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian.* Bandung : Alfabeta.
 . (2011). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods).* Bandung:

Alfabeta.

Suhardjono.(2003). *Manajemen Perkreditan Usaha Kecil dan menengah.* Yogyakarta.:UPP.

Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. KEP-38/MK/IV/1972

Sutrisno Hadi. (2005). *Analisis Regresi.* Yogyakarta: Andi Offset.

Stanton, William J. (2003). *Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu.* Edisi Kesepuluh. Jakarta :Erlangga.

Teguh Pudjo Mulyono. (1987). *Manajemen Perbankan Bagi Bank Komersil.* Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono,Fandi. (2008). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: ANDI

Udin Pramono (2011)." Pengaruh kualitas pelayanan dan Presepsi nasabah terhadap keputusan pengambilan pembiayaan Mudharabah di BMT Bina Ihsanu Fikri Yogyakarta".*skripsi.*Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta.

Uma Sekaran. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis.* Jakarta : Salemba Empat.

Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008

Undang Undang. No. 10 Tahun 1998

Zimmerer, W. Thomas And Norman M. Scarborough, (2002), "Pengantar Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis Kecil", (*Edisi Bahasa Indonesia*). Jakarta : PT. Rineka Cipta.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu, Saudara/I yang kami hormati,

Sehubungan dengan penyelesaian skripsi yang sedang saya lakukan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama/ NIM : Anaga Bramantyo/ 12812141056

Jurusan / Fakultas : Akuntansi S1 / Fakultas Ekonomi

Instansi : Universitas Negeri Yogyakarta

akan melakukan penelitian yang berjudul "**Pengaruh Kualitas layanan, Prosedur Kredit dan Promosi Terhadap Keputusan UMKM dalam Mengambil Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) Di Magelang**". Salah satu cara untuk mendapatkan data pada penelitian saya adalah dengan mengetahui keputusan kredit yang dilakukan oleh UMKM. Untuk itu, besar harapan saya kepada Bapak/ Ibu/ Saudara/i untuk dapat mengisi kuisioner ini dengan baik dan jujur. Semua keterangan dan jawaban yang Bapak/ Ibu/ Saudara/i berikan bersifat rahasia dan tidak akan diketahui oleh siapapun kecuali peneliti sendiri.

Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu dalam menjawab kuesioner ini, saya sampaikan terima kasih.

Yogyakarta, Agustus 2016

Hormat Saya,

Anaga Bramantyo

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Alamat :

1. Jenis kelamin anda?

a. Laki-laki

b. Perempuan

2 Jenis usaha yang dilakukan?

a. Makanan

b. bahan bangunan

c. alat rumah tangga e. jasa

d. jual beli f. lain-lain

PERNYATAAN PENELITIAN

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat anda menyangkut perilaku keputusan mengambil kredit dengan memberikan tanda checklist (✓) pada kolom jawaban paling sesuai. Pernyataan-pernyataan ini menggambarkan persepsi anda mengenai pengaruh faktor budaya, sosial dan pribadi terhadap keputusan anggota dalam mengambil kredit.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

NB : Yang termasuk kedalam LKBB yaitu : Koperasi, BMT, Pegadaian

A. KEPUTUSAN MENGAMBIL KREDIT

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya tertarik untuk mengambil kredit karena Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) mampu memenuhi kebutuhan anggota				
2	Saya memiliki pemahaman tentang kebutuhan dan cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut				
3	Saya berusaha mencari informasi lebih lanjut terkait fasilitas kredit yang ditawarkan oleh Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)				
4	Saya mencari informasi melalui <i>sharing</i> bersama kerabat sebelum mengambil kredit di lembaga keuangan bukan bank (LKBB)				
5	Saya sulit memperoleh informasi terkait fasilitas kredit yang ditawarkan oleh Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).				
6	Saya tetap mencari informasi terkait fasilitas kredit pada lembaga keuangan bank walau telah mengetahui fasilitas kredit di Lembaga Keuangan Bukan Bank				

	(LKBB)			
7	Saya menilai Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) dengan baik, sehingga mengambil kredit di sana			
8	Saya tertarik mengambil kredit di lembaga keuangan bukan bank (LKBB) karena telah membandingkannya dengan fasilitas kredit di lembaga keuangan bank			
9	Saya tertarik mengambil kredit di Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) karena percaya pada kinerja disana			
10	Saya tertarik mengambil kredit Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) karena kemudahan prosedur kreditnya			
11	Saya tetap akan mengambil kredit di Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) karena koperasi memenuhi harapan dan kebutuhan saya			

B. KUALITAS LAYANAN

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
12	Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) mempunyai ruang tunggu yang nyaman, bersih dan interior bagus				
13	petugas di Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) berpenampilan rapi dan sopan				
14	Petugas Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) melayani nasabah sesuai dengan				

	prosedur yang ditetapkan			
15	Setiap nasabah mendapatkan kemudahan dalam bertransaksi			
16	Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) selalu tanggap dan cepat dalam melayani nasabah			
17	Petugas Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah			
18	Petugas Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) bertindak ramah dan sopan			
19	Petugas lembaga keuangan bukan bank (LKBB) mampu memberikan penjelasan dan berkomunikasi dengan baik kepada nasabah			
20	Jam operasional Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) sesuai dengan kebutuhan nasabah			

C. PROSEDUR KREDIT

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
21	Kredit yang diterima nasabah tidak sesuai dengan kesepakatan awal				
22	Realisasi kredit yang diberikan kepada nasabah tidak mengalami hambatan atau penyimpangan dari pihak Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB)				
23	Nasabah dapat dengan mudah mengajukan permohonan kredit meskipun dana yang diajukan terbilang kecil				

24	Prosedur pengambilan kredit yang ditetapkan oleh Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) mudah dipahami oleh nasabah			
25	Pelaksaan prosedur kredit pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) tergolong lambat dibandingkan dengan bank			
26	Proses pencairan dana kredit oleh Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) lebih cepat dibandingkan di bank			
27	Prosedur kredit yang ditetapkan Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) tidak berbelit belit dibandingkan dengan bank			
28	Saya lebih memilih mengambil kredit di Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) dibandingkan dengan bank			

D. PROMOSI

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
29	Terdapat spanduk tentang Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di jalan				
30	Iklan Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) di spanduk dan media lainnya membuat tertarik saya untuk mengandalkan jasanya				
31	Adanya hadiah yang menarik yang dibagikan kepada nasabah yang kredit di Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB).				
32	Saya tertarik dengan promosi langsung oleh Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) seperti bunga yang rendah dll				
33	Saya melihat Lembaga Keuangan				

	Bukan Bank (LKBB) ikut serta dalam pembangunan daerah				
34	Saya pernah diajak oleh orang lain / pegawai Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) untuk melakukan pinjaman kredit di LKBB				
35	Lembaga keuangan bukan bank (LKBB) kerap menjadi sponsor dalam acara - acara di lingkungan saya				

LAMPIRAN

Lampiran 2. Data Uji Coba Instrumen

Lampiran2. Data uji coba instrumen

Tabel 1. Data instrument Keputusan mengambil Kredit

Tabel 2. Data Instrumen Kualitas Layanan

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	40
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
6	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	38
7	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	37
8	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	41
9	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	44
10	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
11	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
12	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	36
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
14	3	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3	3	34
15	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
16	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
17	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	35
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
19	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	40
20	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
22	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
23	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	35
24	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	39
25	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
26	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	38
27	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	38
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
29	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	38
30	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	37

Tabel 3. Data Instrumen Prosedur Kredit

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	Jumlah
1	4	4	3	4	4	4	4	4	31
2	4	4	3	3	4	3	3	4	28
3	3	3	3	4	3	3	3	3	25
4	4	4	4	4	3	3	3	4	29
5	4	3	4	3	4	4	4	3	29
6	4	4	4	4	3	4	4	4	31
7	3	3	3	4	3	3	3	3	25
8	2	3	3	3	3	3	3	3	23
9	3	3	4	3	4	4	3	3	27
10	4	3	4	4	4	4	3	3	29
11	4	4	4	4	3	3	3	4	29
12	3	3	4	4	4	3	3	3	27
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	3	4	4	4	4	3	3	29
15	4	3	3	3	3	3	4	3	26
16	4	4	4	4	4	4	3	4	31
17	3	3	4	3	3	2	3	3	24
18	3	3	4	4	3	4	3	3	27
19	3	4	4	4	3	4	3	4	29
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
21	3	4	4	4	4	3	3	4	29
22	3	4	4	4	4	3	3	4	29
23	3	4	4	4	4	4	3	4	30
24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
25	3	3	3	4	4	3	3	3	26
26	3	3	4	4	3	3	3	3	26
27	2	3	4	4	4	3	4	3	27
28	3	4	4	4	4	3	4	4	30
29	4	3	4	4	3	3	3	3	27
30	3	4	4	3	4	3	3	4	28

Tabel 4. Data Instrumen Promosi

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	Jumlah
1	3	4	3	4	4	4	4	26
2	3	4	3	3	4	3	3	23
3	3	3	3	4	3	3	3	22
4	3	4	4	4	3	3	3	24
5	4	3	4	3	4	4	4	26
6	4	4	4	4	3	4	4	27
7	3	3	3	4	3	3	3	22
8	4	3	3	3	3	3	3	22
9	3	3	4	3	4	4	3	24
10	3	3	4	4	4	4	3	25
11	3	4	4	4	3	3	3	24
12	3	3	4	4	3	3	3	23
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	3	3	4	4	4	4	3	25
15	3	3	3	3	3	3	4	22
16	3	4	4	4	4	4	3	26
17	3	3	4	3	3	2	3	21
18	3	3	4	4	3	4	3	24
19	1	4	4	4	3	4	3	23
20	3	3	3	3	3	3	3	21
21	3	4	4	4	4	3	3	25
22	3	4	4	4	4	3	3	25
23	4	4	4	4	4	4	3	27
24	3	3	3	3	3	3	3	21
25	2	3	3	4	4	3	3	22
26	3	3	4	4	3	3	3	23
27	3	3	4	4	4	3	4	25
28	4	4	4	4	4	3	4	27
29	4	3	4	4	3	3	3	24
30	3	4	4	3	4	3	3	24

LAMPIRAN

Lampiran 3. Hasil Uji Coba Instrumen

Lampiran 3. Hasil Uji Coba Instrumen

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Keputusan mengambil kredit

P6	Pearson Correlation	.489*	*	.080	.368*	.613*	*	.427*		1	.285	.392*	-.145	-.025	.285	.341	.341	.196	.196	-	.433*	
	Sig. (2-tailed)	.006	.673	.046	.000	.018					.127	.032	.445	.894	.127	.065	.065	.298	.298	.017		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
P7	Pearson Correlation	.533*	*	.000	.000	.430*	.346	.285		1	.635*	*	.305	.268	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	Sig. (2-tailed)	.002	1.000	1.000	.018	.061	.127				.000	.101	.152	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
P8	Pearson Correlation	.635*	*	-.125	.027	.300	.476*	*	.392*		.635*	*	1	.536*	*	.108	.000	.015	.015	.022	.022	.161
	Sig. (2-tailed)	.000	.510	.886	.107	.008	.032	.000			.002	.571	1.000	.936	.936	.909	.909	.396				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
P9	Pearson Correlation	.228	.017	-.079	-.342	-.176	-.145	.305		.536*	*	1	.398*	-.305	-.337	-.337	-.169	-.169	.155			
	Sig. (2-tailed)	.226	.928	.679	.065	.352	.445	.101	.002			.029	.101	.069	.069	.373	.373	.414				
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
P10	Pearson Correlation	.155	-.106	-.208	-.208		.402*		-.025		.268	.108	.398*		1	-.268	-.244	-.244	-.074	-.351	.226	
	Sig. (2-tailed)	.412	.578	.271	.271	.028	.894	.152	.571		.029			.152	.194	.194	.698	.057	.229			
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		
P11	Pearson Correlation	.474*	*	.282	.430*	.430*	.346	.285	.000	.000	-.305	-.268		1	.719*	.719*	.518*	.518*		-.169		

	Sig. (2-tailed)	.008	.132	.018	.018	.061	.127	1.000	1.000	.101	.152		.000	.000	.003	.003	.372
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30
P12	Pearson Correlation	.605*	.284	.557*	.557*	.415*	.341	.000	.015	-.337	-.244	.719*	1	1.000	.695*	.695*	-.122
	Sig. (2-tailed)	.000	.129	.001	.001	.023	.065	1.000	.936	.069	.194	.000		.000	.000	.000	.522
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30
P13	Pearson Correlation	.605*	.284	.557*	.557*	.415*	.341	.000	.015	-.337	-.244	.719*	1.000	1	.695*	.695*	-.122
	Sig. (2-tailed)	.000	.129	.001	.001	.023	.065	1.000	.936	.069	.194	.000	.000		.000	.000	.522
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30
P14	Pearson Correlation	.441*	.117	.356	.356	.239	.196	.000	.022	-.169	-.074	.518*	.695*	.695*	1	.464*	-.175
	Sig. (2-tailed)	.015	.539	.053	.053	.203	.298	1.000	.909	.373	.698	.003	.000	.000		.010	.355
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30
P15	Pearson Correlation	.380*	.408*	.356	.356	.239	.196	.000	.022	-.169	-.351	.518*	.695*	.695*	.464*	1	-.350
	Sig. (2-tailed)	.038	.025	.053	.053	.203	.298	1.000	.909	.373	.057	.003	.000	.000	.010		.058
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30
total	Pearson Correlation	.190	-.238	-.218	-.073	.059		.000	.161	.155	.226	-.169	-.122	-.122	-.175	-.350	1
	Sig. (2-tailed)	.314	.205	.247	.702	.759	.017	1.000	.396	.414	.229	.372	.522	.522	.355	.058	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30		30	30	30	30	30

**. Correlation is significant

at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at
the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Correlations														
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	TOTAL	
P1	Pearson Correlation	1	.492**	.652**	.642**	.560**	.170	.478**	.288	.624**	.424*	.624**	.501**	.221
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.000	.001	.369	.008	.123	.000	.020	.000	.005	.240
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.492**	1	.172	.150	-.057	.085	.107	-.164	.287	.144	.287	.516**	.144
	Sig. (2-tailed)	.006		.362	.428	.767	.656	.574	.387	.124	.448	.124	.004	.448
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.652**	.172	1	.337	.380*	.063	.271	.304	.308	.141	.308	.302	-.161
	Sig. (2-tailed)	.000	.362		.069	.038	.740	.147	.103	.098	.457	.098	.105	.395
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.642**	.150	.337	1	.376*	.000	.340	.047	.415*	.239	.415*	.149	.239
	Sig. (2-tailed)	.000	.428	.069		.041	1.000	.066	.804	.023	.203	.023	.432	.203
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.560**	-.057	.380*	.376*	1	-.176	.262	.267	.312	.168	.312	.093	.168
	Sig. (2-tailed)	.001	.767	.038	.041		.351	.163	.153	.093	.374	.093	.624	.374
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.170	.085	.063	.000	-.176	1	-.029	-.178	-.078	-.112	-.078	-.140	.168
	Sig. (2-tailed)	.369	.656	.740	1.000	.351		.879	.346	.682	.555	.682	.461	.374

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.478**	.107	.271	.340	.262	-.029	1	.227	-.013	-.018	-.013	-.023	-.018
	Sig. (2-tailed)	.008	.574	.147	.066	.163	.879		.227	.946	.923	.946	.904	.923
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.288	-.164	.304	.047	.267	-.178	.227	1	.020	.028	.020	.035	.028
	Sig. (2-tailed)	.123	.387	.103	.804	.153	.346	.227		.918	.882	.918	.853	.882
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.624**	.287	.308	.415*	.312	-.078	-.013	.020	1	.695**	1.000**	.557**	-.050
	Sig. (2-tailed)	.000	.124	.098	.023	.093	.682	.946	.918		.000	.000	.001	.795
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.424*	.144	.141	.239	.168	-.112	-.018	.028	.695**	1	.695**	.356	-.071
	Sig. (2-tailed)	.020	.448	.457	.203	.374	.555	.923	.882	.000		.000	.053	.708
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	.624**	.287	.308	.415*	.312	-.078	-.013	.020	1.000**	.695**	1	.557**	-.050
	Sig. (2-tailed)	.000	.124	.098	.023	.093	.682	.946	.918	.000	.000		.001	.795
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P12	Pearson Correlation	.501**	.516**	.302	.149	.093	-.140	-.023	.035	.557**	.356	.557**	1	-.089
	Sig. (2-tailed)	.005	.004	.105	.432	.624	.461	.904	.853	.001	.053	.001		.640
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOT AL	Pearson Correlation	.221	.144	-.161	.239	.168	.168	-.018	.028	-.050	-.071	-.050	-.089	1
	Sig. (2-tailed)	.240	.448	.395	.203	.374	.374	.923	.882	.795	.708	.795	.640	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level

(2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level

(2-tailed).

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Prosedur Kredit

Correlations										
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	total	
p1	Pearson Correlation	1	.573**	.744**	.538**	.507**	.537**	.636**	.407*	.744**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.002	.004	.002	.000	.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p2	Pearson Correlation	.573**	1	.301	.122	.122	.075	.381*	.220	.301
	Sig. (2-tailed)	.001		.106	.521	.521	.695	.038	.242	.106
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p3	Pearson Correlation	.744**	.301	1	.279	.279	.279	.209	.154	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000	.106		.136	.136	.136	.269	.417	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p4	Pearson Correlation	.538**	.122	.279	1	.365*	.262	.271	.017	.279
	Sig. (2-tailed)	.002	.521	.136		.047	.161	.148	.928	.136
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p5	Pearson Correlation	.507**	.122	.279	.365*	1	.117	.271	.017	.279
	Sig. (2-tailed)	.004	.521	.136	.047		.539	.148	.928	.136
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p6	Pearson Correlation	.537**	.075	.279	.262	.117	1	.331	.200	.279
	Sig. (2-tailed)	.002	.695	.136	.161	.539		.074	.289	.136
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p7	Pearson Correlation	.636**	.381*	.209	.271	.271	.331	1	.244	.209
	Sig. (2-tailed)	.000	.038	.269	.148	.148	.074		.193	.269

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Promosi

Correlations										
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	total	
p1	Pearson Correlation	1	.573**	.744**	.538**	.507**	.537**	.636**	.407*	.744**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.002	.004	.002	.000	.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p2	Pearson Correlation	.573**	1	.301	.122	.122	.075	.381*	.220	.301
	Sig. (2-tailed)	.001		.106	.521	.521	.695	.038	.242	.106
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p3	Pearson Correlation	.744**	.301	1	.279	.279	.279	.209	.154	1.000**
	Sig. (2-tailed)	.000	.106		.136	.136	.136	.269	.417	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p4	Pearson Correlation	.538**	.122	.279	1	.365*	.262	.271	.017	.279
	Sig. (2-tailed)	.002	.521	.136		.047	.161	.148	.928	.136

		N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
p5	Pearson Correlation		.507**	.122	.279	.365*	1	.117	.271	.017	.279
	Sig. (2-tailed)		.004	.521	.136	.047		.539	.148	.928	.136
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30
p6	Pearson Correlation		.537**	.075	.279	.262	.117	1	.331	.200	.279
	Sig. (2-tailed)		.002	.695	.136	.161	.539		.074	.289	.136
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30
p7	Pearson Correlation		.636**	.381*	.209	.271	.271	.331	1	.244	.209
	Sig. (2-tailed)		.000	.038	.269	.148	.148	.074		.193	.269
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30
p8	Pearson Correlation		.407*	.220	.154	.017	.017	.200	.244	1	.154
	Sig. (2-tailed)		.025	.242	.417	.928	.928	.289	.193		.417
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30
total	Pearson Correlation		.744**	.301	1.000**	.279	.279	.279	.209	.154	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.106	.000	.136	.136	.136	.269	.417	
	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Mengambil Kredit

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	16

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	13

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Prosedur Kredit

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	9

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Promosi

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	30	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	8

LAMPIRAN

Lampiran 4. Data Responden

Lampiran 4. Data Responden

Tabel 13. Data Responden Keputusan Mengambil kredit

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	jumlah
1	3	3	4	3	1	3	2	3	4	3	3	32
2	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	33
3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	34
4	4	4	4	4	2	3	1	4	3	4	3	36
5	3	3	3	3	2	4	1	3	4	4	4	34
6	3	3	4	4	2	4	2	3	3	3	4	35
7	4	4	4	4	3	4	1	3	4	3	3	37
8	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	32
9	3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	33
10	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	36
11	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	34
12	3	3	4	2	2	4	2	3	3	4	3	33
13	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	4	33
14	4	4	4	3	1	3	1	4	3	3	4	34
15	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	32
16	3	3	4	3	1	3	2	3	3	4	4	33
17	4	3	3	3	1	3	3	3	4	4	4	35
18	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	3	31
19	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	35
20	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	32
21	3	4	3	4	2	3	2	4	4	3	4	36
22	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	34
23	4	3	3	3	2	4	2	4	4	4	3	36
24	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	35
25	4	3	4	3	1	4	2	4	3	4	3	35
26	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	3	33
27	3	3	3	3	1	3	2	3	4	3	2	30
28	3	4	4	3	1	4	1	3	3	3	3	32
29	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	4	37
30	4	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	34
31	3	3	4	3	1	4	2	3	3	3	3	32
32	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	33
33	3	3	4	4	1	3	2	3	4	4	3	34
34	4	4	4	4	1	3	1	4	3	4	3	35

35	3	3	3	3	1	4	1	3	3	4	4	32
36	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	4	36
37	4	4	4	4	1	4	1	3	3	4	4	36
38	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	31
39	3	3	4	4	2	4	2	3	3	3	3	34
40	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	36
41	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	34
42	3	3	4	2	2	4	2	3	3	4	3	33
43	4	3	3	3	3	3	1	4	3	3	4	34
44	4	4	4	3	1	4	1	4	3	3	4	35
45	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	32
46	4	3	4	3	1	3	2	3	4	4	4	35
47	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	36
48	3	3	3	4	2	3	1	4	4	3	4	34
49	4	3	3	3	1	3	2	4	3	4	4	34
50	4	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	33
51	4	4	3	4	2	3	2	4	4	3	4	37
52	3	3	3	3	2	3	1	3	4	3	4	32
53	4	4	3	4	2	4	2	4	3	4	3	37
54	3	4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	36
55	4	4	3	3	1	4	2	4	3	4	4	36
56	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	33
57	3	4	4	3	1	3	2	3	4	3	3	33
58	3	4	4	3	1	4	2	3	4	3	3	34
59	3	4	3	4	1	4	2	3	3	4	4	35
60	4	4	3	4	1	4	2	4	4	4	4	38
61	4	3	4	3	1	3	2	3	3	3	3	32
62	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	33
63	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	34
64	4	4	4	4	2	3	1	4	3	4	3	36
65	3	3	3	3	2	4	1	3	3	4	4	33
66	4	3	4	4	2	4	2	3	3	3	4	36
67	4	4	4	4	3	4	1	3	4	3	3	37
68	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	31
69	3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	33
70	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	36
71	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	34

72	3	3	4	2	2	4	2	3	3	4	3	33
73	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	4	33
74	3	4	4	3	1	3	1	4	3	3	4	33
75	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	32
76	3	3	4	3	1	3	2	3	4	4	4	34
77	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	4	33
78	3	3	3	3	2	3	1	4	4	3	3	32
79	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	35
80	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	32
81	3	4	3	4	2	3	2	4	4	3	4	36
82	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	35
83	3	3	3	3	1	4	2	4	3	4	3	33
84	3	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	34
85	4	3	3	3	1	4	2	4	3	4	3	34
86	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32
87	3	3	3	3	1	3	2	4	4	3	2	31
88	3	4	4	3	1	4	1	3	3	3	3	32
89	4	3	3	4	2	4	3	3	3	4	4	37
90	4	3	4	2	2	3	2	4	4	3	3	34
91	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	30
92	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	4	33
93	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	33
94	3	3	4	4	1	3	1	4	3	4	3	33
95	3	3	3	3	1	4	1	3	3	4	4	32
96	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	4	33
97	3	4	4	4	1	4	1	4	2	4	4	35
98	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	31
99	3	3	4	4	2	4	2	3	4	3	3	35
100	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	35
101	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	32
102	3	3	3	3	2	4	2	3	3	4	3	33
103	4	3	3	3	3	3	1	4	3	3	4	34
104	3	3	4	3	2	4	1	4	3	3	4	34
105	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	32
106	4	3	4	3	1	3	2	3	4	4	4	35
107	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	37
108	3	3	3	4	2	3	1	4	3	3	4	33

109	4	3	3	3	2	3	2	4	3	4	4	35
110	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3	33
111	4	4	3	3	2	3	2	4	4	3	4	36
112	3	4	3	3	2	3	1	3	4	3	4	33
113	3	4	3	3	3	4	2	4	2	4	3	35
114	3	4	3	3	1	3	2	3	4	4	3	33
115	4	4	3	4	1	3	2	4	3	4	4	36
116	3	3	4	4	1	3	1	4	3	3	3	32
117	3	3	4	3	1	3	2	3	4	3	3	32
118	3	3	3	3	2	4	1	4	4	3	3	33
119	3	3	3	4	2	4	2	3	3	4	4	35
120	3	3	3	4	2	3	2	4	4	4	4	36
121	3	2	4	3	1	3	2	3	4	3	3	31
122	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	33
123	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	34
124	4	4	4	4	2	3	1	4	3	4	3	36
125	3	3	3	3	2	4	1	3	4	4	4	34
126	3	4	4	4	2	4	2	3	3	3	4	36
127	4	4	4	3	3	4	1	3	4	3	3	36
128	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	32
129	3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	33
130	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	37
131	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	34
132	3	3	4	2	2	4	2	3	3	4	3	33
133	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	4	33
134	4	4	4	3	1	3	1	4	3	3	4	34
135	3	3	3	4	2	4	2	3	3	3	3	33
136	3	3	4	3	1	3	2	3	3	4	4	33
137	4	3	3	3	1	3	3	3	4	4	4	35
138	3	3	3	4	2	3	1	4	3	3	3	32
139	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	35
140	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	33
141	3	4	3	4	2	3	2	4	4	3	4	36
142	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	34
143	4	3	3	3	2	4	2	4	4	4	3	36
144	3	4	3	3	3	4	2	4	3	4	3	35
145	4	3	4	3	1	4	2	4	3	4	3	35

146	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	3	33
147	3	3	3	3	1	3	2	3	4	3	2	30
148	3	4	4	3	1	4	1	3	3	3	3	32
149	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	4	37
150	4	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	34
151	3	3	4	4	1	4	2	3	3	3	3	33
152	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	33
153	3	3	4	4	1	3	2	3	4	4	3	34
154	4	4	4	4	1	3	1	4	3	4	3	35
155	3	3	3	3	1	4	1	3	3	4	4	32
156	4	3	4	3	2	4	2	3	3	3	4	35
157	4	4	4	3	1	4	1	3	3	4	4	35
158	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	31
159	3	3	4	3	2	4	2	3	3	3	3	33
160	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	35
161	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	34
162	3	3	4	3	2	4	2	3	3	4	3	34
163	4	3	3	3	3	3	1	4	3	3	4	34
164	4	4	4	3	1	4	1	4	3	3	4	35
165	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	32
166	3	3	4	3	1	3	2	3	4	4	4	34
167	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	36
168	3	3	3	4	2	3	1	4	4	3	4	34
169	4	3	3	3	1	3	2	4	3	4	4	34
170	4	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	33
171	4	4	3	4	2	3	2	4	4	3	4	37
172	3	3	3	3	2	3	1	3	4	3	4	32
173	4	4	3	4	2	4	2	4	3	4	3	37
174	3	4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	36
175	4	4	3	3	1	4	2	4	3	4	4	36
176	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	33
177	3	4	4	3	1	3	2	3	4	3	3	33
178	3	4	4	3	1	4	2	3	4	3	3	34
179	3	4	3	4	1	4	2	3	3	4	4	35
180	4	4	3	3	1	4	2	4	4	4	4	37
181	3	3	4	3	1	3	2	3	3	3	3	31
182	4	3	3	3	2	4	2	3	3	3	4	34

183	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	34
184	2	4	4	4	2	3	1	4	3	4	3	34
185	3	3	3	3	2	4	1	3	3	4	4	33
186	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	35
187	4	4	4	4	3	4	1	3	4	3	3	37
188	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	31
189	3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	33
190	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	34
191	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	34
192	3	3	4	2	2	3	2	3	3	4	3	32
193	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	4	33
194	3	2	4	3	1	3	1	4	3	3	4	31
195	3	3	3	3	2	4	1	3	3	3	3	31
196	3	3	2	3	1	3	2	3	4	4	4	32
197	3	3	3	4	1	3	3	4	3	4	4	35
198	3	3	3	3	2	3	1	4	4	3	3	32
199	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	35
200	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	32
201	3	4	3	4	2	3	2	4	4	3	4	36
202	3	3	4	3	2	4	3	2	3	3	4	34
203	3	3	3	3	1	3	2	4	3	4	3	32
204	3	4	3	3	2	3	2	3	4	4	4	35
205	4	3	3	3	1	4	2	2	3	4	2	31
206	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32
207	3	3	3	3	1	3	2	3	4	3	2	30
208	3	2	4	3	1	4	1	3	3	3	3	30
209	4	3	3	4	1	4	3	3	3	4	4	36
210	4	3	4	2	1	3	2	4	4	3	3	33
211	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	2	29
212	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	4	31
213	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	33
214	2	3	4	4	1	3	1	4	3	4	3	32
215	4	3	2	3	1	4	1	3	3	4	3	31
216	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	2	31
217	3	4	4	4	1	4	1	4	2	4	3	34
218	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	31
219	3	3	4	4	2	4	2	3	4	3	3	35

220	4	3	3	3	1	4	2	3	4	4	3	34
221	2	3	3	3	1	3	1	3	2	3	3	27
222	3	3	3	3	1	4	2	3	3	4	3	32
223	4	3	3	3	1	3	1	4	3	3	4	32
224	3	3	4	3	2	3	1	4	3	3	4	33
225	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	30
226	2	3	4	3	1	3	1	3	4	4	4	32
227	4	3	3	3	1	3	2	3	4	4	4	34
228	3	3	3	4	2	3	1	4	3	3	4	33
229	4	3	3	3	2	3	2	4	3	4	4	35
230	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	3	33
231	2	4	3	3	1	2	2	4	4	3	4	32
232	3	4	3	3	1	3	1	3	4	3	4	32
233	3	4	3	3	1	4	2	4	2	4	3	33
234	3	4	3	3	1	3	2	3	4	4	3	33
235	2	4	3	4	1	4	2	4	3	4	4	35
236	3	3	4	4	1	4	1	4	3	3	3	33
237	4	3	4	3	1	3	2	3	4	3	3	33
238	3	3	3	3	1	3	1	4	4	3	3	31
239	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	4	34
240	3	3	3	4	1	3	2	4	4	4	4	35
241	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	33
242	3	4	3	3	2	4	2	4	4	3	4	36
243	2	3	4	3	2	4	3	2	3	3	4	33
244	3	3	3	4	1	3	2	4	3	3	2	31
245	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4	4	34
246	4	3	3	3	1	3	2	2	2	3	2	28
247	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	30
248	3	3	3	3	1	4	2	3	4	3	2	31
249	3	2	4	3	1	3	1	3	3	3	3	29
250	2	3	3	3	1	4	3	3	2	4	4	32
251	2	3	4	3	1	3	2	2	4	3	3	30
252	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	2	29
253	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	4	31
254	3	1	4	4	2	4	2	3	3	4	3	33
255	2	3	4	3	1	3	1	3	3	3	3	29
256	4	3	2	3	1	3	1	3	3	3	3	29

257	3	3	3	4	2	3	2	3	4	3	2	32
258	3	3	4	3	1	4	1	4	2	4	3	32
259	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	31
260	3	3	4	3	2	4	2	3	4	3	3	34
261	2	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	29
262	2	3	3	3	1	3	1	3	2	3	3	27
263	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	33
264	4	3	3	3	1	3	1	4	3	3	4	32
265	2	3	4	4	2	3	1	4	3	3	3	32
266	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	30
267	2	3	4	3	1	3	1	3	4	4	4	32
268	2	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	35
269	3	3	3	3	2	3	1	4	3	3	4	32
270	2	3	3	4	2	3	2	4	3	4	4	34
271	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	29
272	2	4	3	3	1	3	2	4	4	3	4	33
273	3	4	3	3	1	3	1	3	4	3	4	32
274	3	3	3	2	1	2	2	4	2	4	3	29
275	3	3	3	3	1	3	2	3	4	4	3	32
276	2	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	36
277	3	3	4	4	1	2	1	4	3	3	3	31
278	2	3	4	3	1	3	2	3	4	3	3	31
279	3	2	3	3	1	3	1	4	3	3	3	29
280	3	3	3	4	2	4	2	3	3	4	4	35
281	2	2	3	3	1	3	2	4	4	3	4	31
282	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	35
283	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	32
284	3	3	4	3	2	4	2	3	3	4	3	34
285	2	3	3	3	3	3	1	4	3	3	4	32
286	2	4	4	3	1	4	1	4	3	3	4	33
287	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	32
288	3	3	4	3	1	3	2	3	4	4	4	34
289	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	36
290	3	3	3	4	2	3	1	4	4	3	4	34
291	4	3	3	3	1	3	2	4	3	4	4	34
292	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	31
293	2	4	3	4	2	3	2	4	4	3	4	35

294	3	3	3	3	2	3	1	3	4	3	4	32
295	4	4	3	4	2	4	2	4	3	4	3	37
296	3	4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	36
297	4	4	3	3	1	4	2	4	3	4	4	36
298	2	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	32
299	2	4	4	3	1	3	2	3	4	3	3	32
300	3	4	4	3	1	4	2	3	4	3	3	34

Tabel 14. Data Responden Kualitas Layanan

29	2	4	3	4	3	3	3	3	3	28
30	3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
32	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
33	3	4	3	4	4	3	3	3	3	30
34	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
35	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
36	3	4	3	4	3	3	3	3	3	29
37	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
38	2	4	4	4	4	3	3	3	3	30
39	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
41	3	4	4	4	3	3	3	3	3	30
42	3	3	3	4	2	3	3	3	3	27
43	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
44	3	4	3	3	4	4	2	3	3	29
45	3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
46	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
47	3	4	3	4	3	4	3	3	3	30
48	2	3	2	3	3	3	3	3	4	26
49	4	4	4	4	3	3	2	2	3	29
50	4	3	4	3	4	3	3	3	3	30
51	3	3	3	2	3	4	3	4	3	28
52	4	4	3	3	3	3	4	2	3	29
53	4	3	4	3	4	3	4	3	3	31
54	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
55	3	4	3	3	3	4	2	3	3	28
56	4	3	3	4	4	3	3	3	4	31
57	2	3	3	4	3	3	3	4	4	29
58	3	3	3	3	4	3	3	3	4	29
59	4	4	3	2	4	3	3	3	3	29
60	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
61	3	3	3	4	3	3	3	3	2	27
62	2	3	3	3	3	3	3	3	3	26
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
64	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
67	3	3	3	4	4	3	3	3	2	28

68	3	4	4	4	4	3	3	3	3	31
69	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
70	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
71	3	4	3	3	3	4	3	3	3	29
72	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
73	2	3	3	3	3	4	3	3	3	27
74	3	3	4	2	2	3	3	3	4	27
75	3	3	3	3	4	3	2	3	3	27
76	4	4	3	3	3	3	4	3	3	30
77	4	3	3	3	2	3	3	3	3	27
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
79	4	4	3	3	4	3	2	4	3	30
80	3	4	3	3	3	3	3	4	3	29
81	4	3	3	3	3	4	3	3	2	28
82	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
83	3	3	3	3	2	3	2	4	3	26
84	4	4	3	3	3	3	3	4	4	31
85	4	3	3	3	4	4	3	3	3	30
86	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
87	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
89	2	4	3	4	3	3	3	4	3	29
90	3	3	3	3	3	3	4	4	3	29
91	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
92	3	2	4	3	3	3	3	3	3	27
93	3	4	3	4	4	3	3	4	3	31
94	3	3	4	3	3	3	3	4	3	29
95	3	3	4	3	4	3	3	4	3	30
96	4	4	4	3	3	3	3	3	4	31
97	3	3	3	3	4	3	4	3	3	29
98	2	3	2	4	4	3	3	3	2	26
99	4	3	4	3	3	4	4	3	4	32
100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
101	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
102	3	4	3	3	3	3	3	3	4	29
103	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
104	4	4	3	3	4	4	2	3	3	30
105	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
106	3	3	4	3	3	3	4	3	3	29

224	3	3	3	4	4	4	2	3	3	29
225	3	3	4	3	3	3	3	3	4	29
226	3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
227	3	3	3	4	3	4	3	4	3	30
228	3	3	2	3	4	3	3	4	4	29
229	3	3	4	3	3	3	2	2	3	26
230	3	3	4	3	4	3	3	3	4	30
231	3	3	4	3	3	4	3	4	3	30
232	3	4	4	3	3	3	4	3	3	30
233	3	3	4	3	4	3	4	3	3	30
234	3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
235	3	3	3	3	4	4	2	4	3	29
236	3	4	4	3	4	3	3	3	4	31
237	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
238	3	3	3	3	4	3	3	4	4	30
239	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
240	3	4	3	3	4	3	4	4	4	32
241	3	3	3	3	3	1	3	3	3	25
242	4	2	3	3	3	3	3	3	3	27
243	3	4	3	4	4	3	3	3	3	30
244	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
245	4	3	3	3	4	3	3	3	3	29
246	3	4	3	4	3	3	3	3	3	29
247	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
248	2	4	4	4	4	3	3	3	3	30
249	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
250	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
251	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
252	3	3	3	4	2	3	3	3	3	27
253	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
254	3	4	3	3	4	4	2	3	3	29
255	4	3	3	3	3	1	3	4	4	28
256	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
257	3	4	3	4	3	4	3	3	3	30
258	2	3	2	3	3	3	3	3	4	26
259	3	4	4	4	3	3	2	2	3	28
260	2	3	4	3	4	3	3	3	3	28
261	3	3	3	2	3	4	3	4	3	28
262	4	4	3	3	3	3	4	2	3	29

Tabel 15. Data Responden Prosedur Kredit

subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	Jumlah
1	4	4	3	4	4	4	4	3	30
2	4	4	3	3	4	3	3	2	26
3	3	3	3	4	3	3	3	4	26
4	4	4	4	4	3	3	3	3	28
5	4	3	4	3	4	4	4	3	29
6	4	4	4	4	3	4	4	3	30
7	3	3	3	4	3	3	3	4	26
8	2	3	3	3	3	3	3	2	22
9	3	3	4	3	4	4	3	4	28
10	4	3	4	4	4	4	3	4	30
11	4	4	4	4	3	3	3	2	27
12	3	3	4	4	4	3	3	2	26
13	4	4	4	4	4	4	4	3	31
14	4	3	4	4	4	4	3	3	29
15	4	3	3	3	3	3	4	3	26
16	4	4	4	4	4	4	3	4	31
17	3	3	4	3	3	2	3	4	25
18	3	3	4	4	3	4	3	3	27
19	3	4	4	4	3	4	3	3	28
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
21	3	4	4	4	4	3	3	4	29
22	3	4	4	4	4	3	3	2	27
23	3	4	4	4	4	4	3	2	28
24	3	3	3	3	3	3	3	4	25
25	3	3	3	4	4	3	3	3	26
26	3	3	4	4	3	3	3	4	27
27	2	3	4	4	4	3	4	4	28
28	3	4	4	4	4	3	4	4	30
29	4	3	4	4	3	3	3	4	28
30	3	4	4	3	4	3	3	4	28
31	2	3	3	3	3	3	3	3	23
32	2	3	3	4	3	3	3	3	24
33	2	3	3	3	3	4	3	3	24
34	4	3	4	3	4	3	2	3	26
35	3	4	3	3	3	3	2	3	24

36	2	3	3	3	4	3	3	3	24
37	2	3	4	3	3	4	3	3	25
38	2	4	3	3	4	3	2	3	24
39	2	4	4	3	4	3	3	3	26
40	4	4	4	3	3	4	3	4	29
41	3	3	3	4	3	3	3	3	25
42	1	4	4	3	3	3	2	3	23
43	2	3	4	3	2	2	3	3	22
44	1	3	3	3	3	3	3	3	22
45	2	3	3	3	4	2	3	4	24
46	2	3	3	3	3	3	4	3	24
47	3	2	3	3	3	3	3	3	23
48	3	3	4	3	3	3	3	4	26
49	2	2	3	3	3	3	4	3	23
50	3	4	4	3	3	3	3	3	26
51	2	4	3	4	4	4	2	3	26
52	3	3	2	3	3	3	4	4	25
53	3	3	3	3	3	3	3	3	24
54	2	4	3	4	4	3	3	3	26
55	2	3	3	3	3	3	3	3	23
56	2	3	3	3	3	3	3	4	24
57	2	3	4	3	4	3	3	3	25
58	2	3	4	3	3	3	3	3	24
59	1	3	3	3	4	3	3	3	23
60	2	3	2	3	4	3	3	3	23
61	3	4	3	3	4	3	3	3	26
62	1	3	4	3	3	3	3	3	23
63	2	3	3	4	3	3	3	3	24
64	3	3	3	3	3	3	3	3	24
65	3	3	3	4	3	3	3	3	25
66	1	3	3	3	3	3	3	3	22
67	3	3	3	3	3	3	4	3	25
68	1	3	4	2	4	3	2	3	22
69	1	4	4	4	4	3	3	3	26
70	1	3	3	3	3	3	4	4	24
71	1	3	3	4	3	3	3	3	23
72	1	3	3	3	3	3	4	4	24
73	2	3	3	3	3	2	3	3	22
74	2	3	3	3	3	3	3	4	24
75	2	4	2	4	2	2	4	3	23

76	2	3	3	3	4	3	4	3	25
77	2	3	3	3	3	3	3	3	23
78	1	3	3	3	2	3	4	3	22
79	1	3	3	3	3	3	4	3	23
80	2	3	3	4	4	3	3	3	25
81	4	3	3	4	3	3	2	3	25
82	3	3	3	3	3	3	4	4	26
83	2	3	3	3	3	3	3	3	23
84	3	3	3	3	2	3	3	3	23
85	2	3	3	3	3	3	3	3	23
86	3	3	3	4	4	3	3	4	27
87	3	3	3	3	3	3	3	3	24
88	1	3	3	3	3	3	2	3	21
89	3	3	3	3	3	3	3	3	24
90	3	3	4	3	3	4	3	3	26
91	2	3	3	3	3	3	3	3	23
92	2	3	3	4	3	3	3	3	24
93	1	4	3	3	3	4	3	3	24
94	1	3	4	3	4	3	2	3	23
95	2	4	3	3	3	3	2	3	23
96	1	4	3	3	4	3	3	3	24
97	1	4	3	3	3	4	3	3	24
98	1	3	3	3	4	3	2	3	22
99	2	2	4	3	4	3	3	3	24
100	1	4	3	3	3	4	3	4	25
101	3	3	3	4	3	3	3	3	25
102	2	4	4	3	3	4	2	3	25
103	3	3	3	4	3	2	3	3	24
104	3	3	3	3	3	3	3	3	24
105	2	3	3	3	4	3	3	4	25
106	2	3	3	3	3	4	4	3	25
107	2	4	3	4	3	3	3	3	25
108	2	3	4	3	3	4	3	4	26
109	2	2	3	3	4	3	4	3	24
110	1	4	4	4	3	3	3	3	25
111	2	4	4	4	4	4	2	3	27
112	3	3	2	3	3	3	4	4	25
113	1	4	3	3	3	3	3	3	23
114	2	4	3	4	4	3	3	3	26
115	3	3	4	3	3	3	3	3	25

116	3	3	4	3	4	3	3	4	27
117	1	3	4	3	4	3	3	3	24
118	3	3	4	3	3	3	3	3	25
119	1	3	3	3	4	3	3	3	23
120	1	3	2	3	4	3	3	3	22
121	2	4	3	3	4	4	3	3	26
122	1	3	3	3	3	3	3	3	22
123	2	3	3	4	3	3	3	3	24
124	2	3	3	3	3	3	2	3	22
125	1	4	3	4	3	3	2	3	23
126	1	3	3	3	3	3	3	3	22
127	3	3	4	3	3	3	4	3	26
128	3	4	3	2	4	3	2	3	24
129	1	4	4	4	4	3	3	3	26
130	3	4	4	3	3	3	4	4	28
131	4	3	3	4	3	3	3	3	26
132	3	4	4	3	3	3	2	3	25
133	4	3	4	3	3	2	3	3	25
134	3	3	3	3	3	3	3	3	24
135	1	3	2	4	2	2	4	3	21
136	1	3	3	3	4	3	4	3	24
137	3	3	3	3	3	3	3	3	24
138	4	3	3	3	2	3	4	3	25
139	3	3	3	3	3	3	4	3	25
140	3	3	3	4	4	3	3	3	26
141	2	3	3	3	3	3	2	3	22
142	3	3	3	3	3	3	4	3	25
143	2	3	3	3	3	3	3	3	23
144	2	3	3	3	2	3	3	3	22
145	2	3	3	3	3	3	3	3	23
146	2	3	3	4	3	3	3	3	24
147	2	3	3	3	3	3	3	3	23
148	3	3	4	3	3	3	2	3	24
149	1	3	3	3	3	3	3	3	22
150	1	3	4	3	3	4	3	3	24
151	2	3	3	3	3	3	3	3	23
152	2	3	3	4	3	3	3	3	24
153	2	3	3	3	3	4	3	3	24
154	4	3	4	3	4	3	2	3	26
155	3	4	3	3	3	3	2	3	24

156	2	3	3	3	4	3	3	3	24
157	2	3	4	3	3	4	3	3	25
158	2	4	3	3	4	3	2	3	24
159	2	4	4	3	4	3	3	3	26
160	4	4	4	3	3	4	3	4	29
161	3	3	3	4	3	3	3	3	25
162	1	4	4	3	3	3	2	3	23
163	2	3	4	3	2	2	3	3	22
164	1	3	3	3	3	3	3	3	22
165	2	3	3	3	4	2	3	4	24
166	2	3	3	3	3	3	4	3	24
167	3	2	3	3	3	3	3	3	23
168	3	3	4	3	3	3	3	4	26
169	2	2	3	3	3	3	4	3	23
170	3	4	4	3	3	3	3	3	26
171	2	4	3	4	4	4	2	3	26
172	3	3	2	3	3	3	4	4	25
173	3	3	3	3	3	3	3	3	24
174	2	4	3	4	4	3	3	3	26
175	2	3	3	3	3	3	3	3	23
176	2	3	3	3	3	3	3	4	24
177	2	3	4	3	4	3	3	3	25
178	2	3	4	3	3	3	3	3	24
179	1	3	3	3	4	3	3	3	23
180	2	3	2	3	4	3	3	3	23
181	3	4	3	3	4	3	3	3	26
182	1	3	4	3	3	3	3	3	23
183	2	3	3	4	3	3	3	3	24
184	3	3	3	3	3	3	3	3	24
185	3	3	3	4	3	3	3	3	25
186	1	3	3	3	3	3	3	3	22
187	3	3	3	3	3	3	4	3	25
188	1	3	4	2	4	3	2	3	22
189	1	4	4	4	4	3	3	3	26
190	1	3	3	3	3	3	4	4	24
191	1	3	3	4	3	3	3	3	23
192	1	3	3	3	3	3	4	4	24
193	2	3	3	3	3	2	3	3	22
194	2	3	3	3	3	3	3	4	24
195	2	4	2	4	2	2	4	3	23

236	3	3	3	3	4	3	3	4	26
237	1	4	3	3	4	3	3	3	24
238	3	3	3	4	3	3	3	3	25
239	1	3	3	3	4	3	3	3	23
240	1	3	3	3	4	3	3	3	23
241	2	3	3	4	4	4	3	3	26
242	4	3	3	4	3	3	3	3	26
243	3	3	3	3	3	4	3	3	25
244	1	3	4	3	4	3	2	3	23
245	2	4	3	3	3	3	2	3	23
246	1	3	3	3	4	3	3	3	23
247	2	3	4	3	3	4	3	3	25
248	2	4	3	3	4	3	2	3	24
249	3	4	4	3	4	3	3	3	27
250	3	4	4	3	3	4	3	4	28
251	2	3	3	4	3	3	3	3	24
252	3	4	4	3	3	3	2	3	25
253	2	3	4	3	2	2	3	3	22
254	3	3	3	3	3	3	3	3	24
255	3	3	3	3	4	2	3	4	25
256	2	3	3	3	3	3	4	3	24
257	2	2	3	3	3	3	3	3	22
258	2	3	4	3	3	3	3	4	25
259	2	2	3	3	3	3	4	3	23
260	2	4	4	3	3	3	3	3	25
261	1	4	3	4	4	4	2	3	25
262	2	3	2	3	3	3	4	4	24
263	3	3	3	3	3	3	3	3	24
264	1	4	3	4	4	3	3	3	25
265	2	3	3	3	3	3	3	3	23
266	3	3	3	3	3	3	3	4	25
267	3	3	4	3	4	3	3	3	26
268	1	3	4	3	3	3	3	3	23
269	3	3	3	3	4	3	3	3	25
270	1	3	2	3	4	3	3	3	22
271	1	4	3	3	4	3	3	3	24
272	1	3	4	3	3	3	3	3	23
273	1	3	3	4	3	3	3	3	23
274	1	3	3	3	3	3	3	3	22
275	2	3	3	4	3	3	3	3	24

276	2	3	3	3	3	3	3	3	23
277	2	3	3	3	3	3	4	3	24
278	2	3	4	2	4	3	2	3	23
279	2	4	4	4	4	3	3	3	27
280	1	3	3	3	3	3	4	4	24
281	1	3	3	4	3	3	3	3	23
282	2	3	3	3	3	3	4	4	25
283	4	3	3	3	3	2	3	3	24
284	3	3	3	3	3	3	3	4	25
285	2	4	2	4	2	2	4	3	23
286	3	3	3	3	4	3	4	3	26
287	2	3	3	4	3	3	3	3	24
288	3	4	4	3	3	3	2	3	25
289	3	3	4	3	3	2	3	3	24
290	1	3	3	3	3	3	3	3	22
291	3	3	2	4	2	2	4	3	23
292	3	3	3	3	4	3	4	3	26
293	2	3	3	3	3	3	3	3	23
294	2	3	3	3	2	3	4	3	23
295	1	3	3	3	3	3	4	3	23
296	1	3	3	4	4	3	3	3	24
297	2	3	3	3	3	3	2	3	22
298	1	3	3	3	3	3	4	3	23
299	1	3	3	3	3	3	3	3	22
300	1	3	3	3	2	3	3	3	21

Tabel 16. Data Responden Promosi

Subjek	1	2	3	4	5	6	7	Jumlah
1	3	3	3	3	3	3	3	21
2	3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	3	3	3	3	3	21
4	3	3	3	3	3	3	3	21
5	3	3	3	3	3	2	3	20
6	4	4	3	3	3	3	3	23
7	3	3	3	3	3	3	3	21
8	3	3	3	4	3	3	3	22
9	3	3	3	4	3	3	3	22
10	3	3	3	4	3	3	3	22
11	3	3	3	2	3	3	3	20
12	3	3	3	2	3	3	3	20

13	3	3	3	2	3	3	3	20
14	4	4	4	3	3	3	4	25
15	3	3	3	3	3	3	3	21
16	3	3	3	3	3	3	3	21
17	3	3	1	2	3	3	3	18
18	3	3	3	3	3	3	3	21
19	3	3	4	3	3	3	4	23
20	4	3	3	3	3	3	3	22
21	3	3	3	3	3	3	3	21
22	3	3	3	4	3	3	3	22
23	3	3	3	3	3	3	3	21
24	3	3	3	3	3	3	3	21
25	3	3	4	3	3	3	3	22
26	3	3	3	3	3	3	3	21
27	4	3	3	3	4	3	3	23
28	3	3	4	3	3	3	3	22
29	3	3	3	4	3	3	3	22
30	4	3	3	4	3	3	3	23
31	3	3	3	3	3	3	3	21
32	3	3	3	4	3	3	3	22
33	2	3	3	3	3	4	3	21
34	4	3	4	3	4	3	2	23
35	3	4	3	3	3	3	2	21
36	3	3	1	3	4	3	3	20
37	4	3	4	3	3	4	3	24
38	3	4	3	3	4	3	2	22
39	4	4	4	3	4	3	3	25
40	4	4	4	3	3	4	3	25
41	3	3	3	4	3	3	3	22
42	4	4	4	3	3	3	2	23
43	3	3	4	3	2	2	3	20
44	3	3	3	3	3	3	3	21
45	4	3	3	3	4	2	3	22
46	3	3	3	3	3	3	4	22
47	3	2	3	3	3	3	3	20
48	4	3	1	3	3	3	3	20
49	3	2	3	3	3	3	4	21
50	4	4	4	3	3	3	3	24
51	3	4	3	4	4	4	2	24
52	3	3	2	3	3	3	4	21

53	4	3	3	3	3	3	3	22
54	3	4	3	4	4	3	3	24
55	3	3	3	3	3	3	3	21
56	4	3	3	3	3	3	3	22
57	3	3	4	3	4	3	3	23
58	3	3	4	3	3	3	3	22
59	3	3	3	3	4	3	3	22
60	4	3	2	3	4	3	3	22
61	3	4	3	3	4	3	3	23
62	3	3	4	3	3	3	3	22
63	3	3	3	4	3	3	3	22
64	3	3	3	3	3	3	3	21
65	3	3	3	4	3	3	3	22
66	3	3	3	3	3	3	3	21
67	3	3	2	3	3	3	4	21
68	3	3	4	2	4	3	2	21
69	4	4	4	4	4	3	3	26
70	4	3	3	3	3	3	4	23
71	3	3	3	4	3	3	3	22
72	4	3	3	3	3	3	4	23
73	3	3	3	3	3	2	3	20
74	3	3	3	3	3	3	3	21
75	3	4	2	4	2	2	4	21
76	3	3	3	3	4	3	4	23
77	4	3	3	3	3	3	3	22
78	3	3	3	3	2	3	4	21
79	3	3	3	3	3	3	4	22
80	4	3	3	4	4	3	3	24
81	4	3	3	4	3	3	2	22
82	3	3	3	3	3	3	4	22
83	3	3	3	3	3	3	3	21
84	3	3	1	3	2	3	3	18
85	4	3	3	3	3	3	3	22
86	3	3	3	4	4	3	3	23
87	3	3	3	3	3	3	3	21
88	3	3	3	3	3	3	2	20
89	3	3	3	3	3	3	3	21
90	4	3	4	3	3	4	3	24
91	3	3	3	3	3	3	3	21
92	3	3	3	4	3	3	3	22

93	2	4	3	3	3	4	3	22
94	4	3	4	3	4	3	2	23
95	3	4	3	3	3	3	2	21
96	3	4	3	3	4	3	3	23
97	4	4	3	3	3	4	3	24
98	3	3	3	3	4	3	2	21
99	3	2	4	3	4	3	3	22
100	3	4	3	3	3	4	3	23
101	3	3	3	4	3	3	3	22
102	4	4	4	3	3	4	2	24
103	4	3	3	4	3	2	3	22
104	3	3	3	3	3	3	3	21
105	4	3	3	3	4	3	3	23
106	3	3	3	3	3	4	4	23
107	3	4	3	4	3	3	3	23
108	3	3	4	3	3	4	3	23
109	3	2	3	3	4	3	4	22
110	3	4	4	4	3	3	3	24
111	3	4	4	4	4	4	2	25
112	3	3	2	3	3	3	4	21
113	3	4	3	3	3	3	3	22
114	3	4	3	4	4	3	3	24
115	3	3	1	3	3	3	3	19
116	4	3	4	3	4	3	3	24
117	4	3	4	3	4	3	3	24
118	3	3	4	3	3	3	3	22
119	3	3	3	3	4	3	3	22
120	3	3	2	3	4	3	3	21
121	3	4	3	3	4	4	3	24
122	3	3	3	3	3	3	3	21
123	3	3	3	4	3	3	3	22
124	3	3	3	3	3	3	2	20
125	3	4	3	4	3	3	2	22
126	3	3	3	3	3	3	3	21
127	3	3	4	3	3	3	4	23
128	3	4	3	2	4	3	2	21
129	4	4	4	4	4	3	3	26
130	4	4	4	3	3	3	4	25
131	3	3	3	4	3	3	3	22
132	4	4	1	3	3	3	2	20

133	3	3	4	3	3	2	3	21
134	3	3	3	3	3	3	3	21
135	3	3	2	4	2	2	4	20
136	3	3	3	3	4	3	4	23
137	4	3	3	3	3	3	3	22
138	3	3	3	3	2	3	4	21
139	3	3	3	3	3	3	4	22
140	4	3	3	4	4	3	3	24
141	4	3	3	3	3	3	2	21
142	3	3	3	3	3	3	4	22
143	3	3	3	3	3	3	3	21
144	3	3	3	3	2	3	3	20
145	4	3	3	3	3	3	3	22
146	3	3	3	4	3	3	3	22
147	3	3	3	3	3	3	3	21
148	3	3	4	3	3	3	2	21
149	3	3	3	3	3	3	3	21
150	4	3	4	3	3	4	3	24
151	3	3	3	3	3	3	3	21
152	3	3	3	4	3	3	3	22
153	2	3	3	3	3	4	3	21
154	4	3	1	3	4	3	2	20
155	3	4	3	3	3	3	2	21
156	3	3	3	3	4	3	3	22
157	4	3	4	3	3	4	3	24
158	3	4	3	3	4	3	2	22
159	4	4	4	3	4	3	3	25
160	4	4	4	3	3	4	3	25
161	3	3	3	4	3	3	3	22
162	4	4	4	3	3	3	2	23
163	3	3	4	3	2	2	3	20
164	3	3	3	1	3	3	3	19
165	4	3	3	3	4	2	3	22
166	3	3	3	3	3	3	4	22
167	3	2	3	3	3	3	3	20
168	4	3	4	3	3	3	3	23
169	3	2	3	3	3	3	4	21
170	4	4	4	3	3	3	3	24
171	3	4	3	4	4	4	2	24
172	3	3	2	3	3	3	4	21

173	4	3	3	3	3	3	3	22
174	3	4	3	4	4	3	3	24
175	3	3	3	3	3	3	3	21
176	4	3	3	3	3	3	3	22
177	3	3	4	3	1	3	3	20
178	3	3	4	3	3	3	3	22
179	3	3	3	3	4	3	3	22
180	4	3	2	3	4	3	3	22
181	3	4	3	3	4	3	3	23
182	3	3	4	3	3	3	3	22
183	3	3	3	4	3	3	3	22
184	4	3	3	3	3	3	3	22
185	3	3	3	4	3	3	3	22
186	3	3	3	3	3	3	3	21
187	4	3	3	3	3	3	4	23
188	3	3	4	2	4	3	2	21
189	4	4	4	4	4	3	3	26
190	4	3	3	3	3	3	4	23
191	3	3	3	4	3	3	3	22
192	4	3	3	3	3	3	4	23
193	3	3	3	3	3	2	3	20
194	3	3	3	3	3	3	3	21
195	3	4	2	4	2	2	4	21
196	3	3	3	3	4	3	4	23
197	4	3	3	3	3	3	3	22
198	3	3	3	3	2	3	4	21
199	4	3	3	3	3	3	4	23
200	4	3	3	4	4	3	3	24
201	4	3	3	4	3	3	2	22
202	3	3	3	3	1	3	4	20
203	4	3	4	3	3	3	3	23
204	3	3	3	3	2	3	3	20
205	4	3	3	3	3	3	3	22
206	3	3	3	4	4	3	3	23
207	3	3	4	3	3	3	3	22
208	3	3	3	3	3	3	2	20
209	3	4	3	3	3	3	3	22
210	4	3	4	3	3	4	3	24
211	3	3	3	3	3	3	3	21
212	3	3	4	4	3	3	3	23

213	4	4	3	3	3	4	3	24
214	4	3	4	3	4	3	2	23
215	3	4	3	3	3	3	2	21
216	4	4	3	3	4	3	3	24
217	4	4	3	3	3	4	3	24
218	3	3	3	3	4	3	2	21
219	3	2	4	3	4	3	3	22
220	3	4	3	3	3	4	3	23
221	3	3	3	4	3	3	3	22
222	4	4	4	3	3	4	2	24
223	3	3	3	3	3	2	3	20
224	3	3	3	3	3	4	3	22
225	3	3	4	3	4	3	3	23
226	3	4	3	3	3	4	4	24
227	3	4	4	4	3	3	3	24
228	3	3	4	3	1	4	3	21
229	3	2	3	3	4	3	4	22
230	3	4	3	3	3	3	3	22
231	3	4	3	3	4	4	2	23
232	3	4	3	3	3	3	4	23
233	4	4	3	3	3	3	3	23
234	3	4	3	3	4	3	3	23
235	3	3	3	3	3	3	3	21
236	3	3	3	3	4	3	3	22
237	4	4	3	3	4	3	3	24
238	3	3	3	4	3	1	3	20
239	3	3	3	3	4	3	3	22
240	3	3	3	3	4	3	3	22
241	4	3	3	4	4	4	3	25
242	3	3	3	4	3	3	3	22
243	2	3	3	3	3	4	3	21
244	4	3	4	3	4	3	2	23
245	3	4	3	3	3	3	2	21
246	3	3	3	3	4	3	3	22
247	4	3	4	3	3	4	3	24
248	3	4	3	3	4	3	2	22
249	4	4	4	3	4	1	3	23
250	4	4	4	3	3	4	3	25
251	3	3	3	4	3	3	3	22
252	4	4	4	3	3	3	2	23

253	3	3	4	3	2	2	3	20
254	3	3	3	3	3	3	3	21
255	4	3	3	3	4	2	3	22
256	3	3	3	3	3	3	4	22
257	3	2	3	3	3	3	3	20
258	4	3	4	3	3	3	3	23
259	3	2	3	3	3	3	4	21
260	4	4	4	3	3	3	3	24
261	3	4	3	4	4	4	2	24
262	3	3	2	3	3	3	4	21
263	4	3	3	3	3	1	3	20
264	3	4	3	4	4	3	3	24
265	3	3	3	3	3	3	3	21
266	4	3	3	3	3	3	3	22
267	3	3	4	3	4	3	3	23
268	3	3	4	3	3	3	3	22
269	3	3	3	3	4	3	3	22
270	4	3	2	3	4	3	3	22
271	3	4	3	3	4	3	3	23
272	3	3	4	3	3	3	3	22
273	3	3	3	4	3	3	3	22
274	4	3	3	3	3	3	3	22
275	3	3	3	4	3	3	3	22
276	3	3	3	3	3	3	3	21
277	4	3	3	3	3	3	4	23
278	3	3	4	2	4	1	2	19
279	4	4	4	4	4	3	3	26
280	4	3	3	3	3	3	4	23
281	3	3	3	4	3	3	3	22
282	4	3	3	3	3	2	4	22
283	3	3	3	3	3	2	3	20
284	3	3	3	3	3	3	3	21
285	3	4	2	4	2	2	4	21
286	3	3	3	3	4	3	4	23
287	3	3	3	4	3	3	3	22
288	4	4	4	3	3	3	2	23
289	3	3	4	3	3	2	3	21
290	3	3	3	3	3	3	3	21
291	3	3	2	4	2	2	4	20
292	3	3	3	3	4	3	4	23

293	4	3	3	3	3	2	3	21
294	3	3	3	3	2	3	4	21
295	3	3	3	3	3	3	4	22
296	4	3	3	4	4	3	3	24
297	4	3	3	3	3	3	2	21
298	3	3	3	3	3	2	4	21
299	3	3	3	3	3	2	3	20
300	3	3	3	3	2	2	3	19

LAMPIRAN

Lampiran 5. Data Deskriptif variabel

Lampiran 5. Data Deskriptif Variabel

Tabel 17. Data Frekuensi

Statistics					
		Keputusan	Kualitas	Prosedur	Promosi
N	Valid	300	300	300	300
	Missing	0	0	0	0
Mean		33.3900	28.6533	25.2367	22.4400
Std. Error of Mean		.17154	.12277	.12680	.11479
Median		33.0000	29.0000	25.0000	22.0000
Mode		33.00	27.00	26.00	21.00 ^a
Std. Deviation		2.97108	2.12640	2.19622	1.98819
Variance		8.827	4.522	4.823	3.953
Skewness		-.026	-.334	-.472	-.828
Std. Error of Skewness		.141	.141	.141	.141
Range		23.00	18.00	16.00	14.00
Minimum		20.00	18.00	16.00	13.00
Maximum		43.00	36.00	32.00	27.00
Sum		10017.00	8596.00	7571.00	6732.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Tabel 18. Data Frekuensi Keputusan Mengambil Kredit

Keputusan					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	20.00	1	.3	.3	.3
	23.00	1	.3	.3	.7
	26.00	2	.7	.7	1.3
	27.00	4	1.3	1.3	2.7
	28.00	1	.3	.3	3.0
	29.00	14	4.7	4.7	7.7
	30.00	17	5.7	5.7	13.3
	31.00	27	9.0	9.0	22.3
	32.00	40	13.3	13.3	35.7
	33.00	53	17.7	17.7	53.3
	34.00	45	15.0	15.0	68.3

35.00	37	12.3	12.3	80.7
36.00	26	8.7	8.7	89.3
37.00	11	3.7	3.7	93.0
38.00	5	1.7	1.7	94.7
39.00	5	1.7	1.7	96.3
40.00	4	1.3	1.3	97.7
41.00	5	1.7	1.7	99.3
43.00	2	.7	.7	100.0
Total	300	100.0	100.0	

Tabel 19. Data Frekuensi Kualitas Pelayanan

Kualitas					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	18.00	1	.3	.3	.3
	19.00	1	.3	.3	.7
	20.00	1	.3	.3	1.0
	23.00	1	.3	.3	1.3
	25.00	3	1.0	1.0	2.3
	26.00	18	6.0	6.0	8.3
	27.00	64	21.3	21.3	29.7
	28.00	57	19.0	19.0	48.7
	29.00	60	20.0	20.0	68.7
	30.00	45	15.0	15.0	83.7
	31.00	31	10.3	10.3	94.0
	32.00	9	3.0	3.0	97.0
	33.00	3	1.0	1.0	98.0
	35.00	5	1.7	1.7	99.7
	36.00	1	.3	.3	100.0
Total		300	100.0	100.0	

Tabel 20. Data Frekuensi Prosedur Kredit

Prosedur					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
16.00	2	.7	.7	.7	
18.00	1	.3	.3	1.0	
19.00	1	.3	.3	1.3	
20.00	3	1.0	1.0	2.3	
21.00	6	2.0	2.0	4.3	
22.00	13	4.3	4.3	8.7	
23.00	22	7.3	7.3	16.0	
24.00	57	19.0	19.0	35.0	
Valid	25.00	53	17.7	17.7	52.7
	26.00	66	22.0	22.0	74.7
	27.00	39	13.0	13.0	87.7
	28.00	24	8.0	8.0	95.7
	29.00	6	2.0	2.0	97.7
	30.00	3	1.0	1.0	98.7
	31.00	2	.7	.7	99.3
	32.00	2	.7	.7	100.0
	Total	300	100.0	100.0	

Tabel 21. Data Frekuensi Promosi

Promosi					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
13.00	1	.3	.3	.3	
14.00	2	.7	.7	1.0	
17.00	2	.7	.7	1.7	
Valid	18.00	5	1.7	1.7	3.3
	19.00	6	2.0	2.0	5.3
	20.00	8	2.7	2.7	8.0
	21.00	68	22.7	22.7	30.7
	22.00	68	22.7	22.7	53.3

23.00	52	17.3	17.3	70.7
24.00	44	14.7	14.7	85.3
25.00	29	9.7	9.7	95.0
26.00	13	4.3	4.3	99.3
27.00	2	.7	.7	100.0
Total	300	100.0	100.0	

LAMPIRAN

Lampiran 6. Uji Prasyarat Analisis Data

Lampiran 6. Uji Prasyarat Analisis Data

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		300
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96597647
	Absolute	.076
Most Extreme Differences	Positive	.073
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		1.310
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Lineearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	841.050	14	60.075	9.521	.000
Keputusan *	Between Groups	Linearity	282.097	1	282.097	44.707
	Groups	Deviation from Linearity	558.953	13	42.996	6.814
Kualitas						.000
	Within Groups		1798.320	285	6.310	
	Total		2639.370	299		

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan *	Between Groups	(Combined)	985.670	15	65.711	11.285
Prosedur	Groups	Linearity	392.436	1	392.436	67.396
						.000

	Deviation from Linearity	593.234	14	42.374	7.277	.000
	Within Groups	1653.700	284	5.823		
	Total	2639.370	299			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Promosi	(Combined)		664.907	12	55.409	8.054	.000
	Between Groups	Linearity	309.196	1	309.196	44.943	.000
	Deviation from Linearity		355.712	11	32.337	4.700	.000
	Within Groups		1974.463	287	6.880		
	Total		2639.370	299			

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.543	2.515	4.191	.000		
	Kualitas	.284	.076	.204	3.746	.000	.886
	Prosedur	.341	.077	.252	4.403	.000	.798
	Promosi	.271	.085	.182	3.181	.002	.802

a. Dependent Variable: Keputusan

4. Uji Heteroskedasitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	3.558	1.612	2.207	.028
	Kualitas	-.022	.049	-.027	.656
	Prosedur	.047	.050	.062	.340
	Promosi	-.095	.055	-.112	.082

a. Dependent Variable: ABS

LAMPIRAN

Lampiran 7. Uji Prasyarat Analisis Data

Lampiran 7. Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Sederhana

a. Keputusan

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Prosedur ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.386 ^a	.149	.146	2.74591

a. Predictors: (Constant), Prosedur

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	392.436	1	392.436	52.047	.000 ^b
1	Residual	2246.934	298	7.540		
	Total	2639.370	299			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Prosedur

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	20.226	1.832	11.042	.000
	Prosedur	.522	.072	.386	7.214

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Kualitas Layanan

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.327 ^a	.107	.104	2.81253

a. Predictors: (Constant), Kualitas

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	282.097	1	282.097	35.662	.000 ^b
1 Residual	2357.273	298	7.910		
Total	2639.370	299			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Kualitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	20.301	2.198	9.237	.000
	Kualitas	.457	.076		

a. Dependent Variable: Keputusan

c. Prosedur Kredit

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Prosedur ^b		. Enter

a. Dependent Variable: Keputusan

b. All requested variables entered.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	392.436	1	392.436	52.047	.000 ^b
	Residual	2246.934	298	7.540		
	Total	2639.370	299			

a. Dependent Variable: Keputusan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	20.226	1.832	11.042	.000
	Prosedur	.522	.072	.386	.7214

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Prosedur

d. Promosi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.342 ^a	.117	.114	2.79631

a. Predictors: (Constant), Promosi

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	309.196	1	309.196	39.542	.000 ^b
1 Residual	2330.174	298	7.819		
Total	2639.370	299			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Promosi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.913	1.832		11.959	.000
Promosi	.511	.081	.342	6.288	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

2. Regresi Liniear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Kualitas, Prosedur ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.475 ^a	.226	.218	2.62723

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas, Prosedur

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	596.285	3	198.762	28.796	.000 ^b
	Residual	2043.085	296	6.902		
	Total	2639.370	299			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas, Prosedur

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.543	2.515		.000
	Kualitas	.284	.076	.204	.000
	Prosedur	.341	.077	.252	.000
	Promosi	.271	.085	.182	.002

a. Dependent Variable: Keputusan

LAMPIRAN

Lampiran 8. Dokumen Foto Penelitian

a. UMKM Pembuatan Permen Tape



b. UMKM pembuatan Batako



c. UMKM Jasa Penjahit



d. UMKM Pembuatan Batu Bata



e. UMKM Pembuatan Mebel



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

1. Nama : Anaga Bramantyo
2. Alamat : Kuncen II , RT/RW 005 / 007 , Desa Seloboro , Kec. Salam, Kab. Magelang , Jawa Tengah
3. Pekerjaan : Mahasiswa
4. Nomor Telepon/HP : 0856 430 88846
5. Alamat Email : bramantyoanaga @gmail.com
6. Nomor KTP : 330 80 40 60 999 0001
7. Judul Penelitian : Pengaruh kualitas pelayanan , proses kredit , dan promosi terhadap keputusan UMKM Dalam Mengambil Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank Di Magelang

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Bertanggungjawab atas pelaksanaan kegiatan Survei/ Riset /KKN /PKL / Penelitian yang saya ajukan, dan akan mentaati serta tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku;
2. Dalam proses pelaksanaan kegiatan, pelaporan dan publikasi hasil kegiatan, akan memperhatikan aturan hukum, norma, nilai dan ada istiadat sehingga tidak menimbulkan keresahan dalam masyarakat;
3. Tidak akan menyalahgunakan proses dan hasil/ dokumen layanan elektronik rekomendasi penelitian untuk kepentingan yang melanggar aturan perundang-undangan yang berlaku;
4. Apabila dalam pelaksanaannya saya melanggar ketentuan pada butir 1, 2 dan 3 pada pernyataan ini, maka saya bersedia untuk bertanggungjawab secara pribadi maupun lembaga untuk dituntut sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh.

Dibuat di : Semarang, 20 Juni 2016
Pada tanggal :



(Anaga Bramantyo)



PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG
BADAN PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
Jl. Soekarno Hatta No. 20 (0293) 788249 Faks 789549
Kota Mungkid 56511

Kota Mungkid, 22 Juni 2016

Nomor : 071/258/59/2016
Sifat : Amat segera
Perihal : Izin Penelitian

Kepada :
Yth. **ANAGA BRAMANTYO**
Dsn Kuncen II RT 005 RW 007 Ds Seloboro
Kec. Salam Kabupaten Magelang
di

S A L A M

Dasar : Surat Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Magelang Nomor : 070/525/14/2016 Tanggal 22 Juni 2016, Perihal Rekomendasi.

Dengan ini kami tidak keberatan dan menyetujui atas pelaksanaan Kegiatan Riset/ Penelitian /PKL di Kabupaten Magelang yang dilaksanakan oleh Saudara :

Nama	:	ANAGA BRAMANTYO
Pekerjaan	:	Mahasiswa, UNY
Alamat	:	Dsn Kuncen II RT 005 RW 007 Ds Seloboro Kec. Salam Kab.Magelang
Penanggung Jawab	:	Endra Murti Sagoro, S.Pd, M.Sc
Lokasi	:	Disperinkop dan UMKM Kab. Magelang
Waktu	:	22 Juni 2016 s.d 30 Juni 2016
Peserta	:	
Tujuan	:	Mengadakan Penelitian dengan Judul : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROSEDUR KREDIT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGAMBIL KREDIT PADA LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK (LKBB) DI MAGELANG”

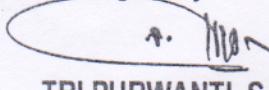
Sebelum Melaksanakan Kegiatan observasi agar Saudara Mengikuti Ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

1. Melapor kepada Pejabat Pemerintah setempat untuk mendapat petunjuk seperlunya.
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku
3. Setelah pelaksanaan kegiatan selesai agar melaporkan hasilnya kepada Kepala Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Magelang
4. Surat izin dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku, apabila pemegang surat ini tidak mentaati / mengindahkan peraturan yang berlaku.

Demikian untuk menjadikan periksa dan guna seperlunya.

a.n. KEPALA BADAN PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
KABUPATEN MAGELANG

Ub.
Kepala Bidang Pelayanan Perizinan


TRI PURWANTI, S.Sos

Pembina

NIP. 19630811 198607 2 001

TEMBUSAN :

1. Bupati Magelang
2. Kepala Badan/ Dinas/Kantor/Instansi terkait



PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG

KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jl. Soekarno-Hatta No. 007, (0293) 788616

KOTA MUNGKID 56511

Kota Mungkid, 22 Juni 2016.

Nomor : 070 / 525 / 14 / 2016

Lampiran : 1 (satu) buku

Perihal : Rekomendasi.

Kepada :
Yth, Kepala Badan Penanaman Modal
dan Pelayanan Perijinan Terpadu
Kabupaten Magelang.

Di -

KOTA MUNGKID

1. Dasar : Surat dari BPMD Provinsi Jawa Tengah
Nomor : 070/2092/04.1/2016
Tanggal : 20 Juni 2016.
Tentang : Rekomendasi Penelitian.
2. Dengan hormat diberitahukan bahwa kami tidak keberatan atas pelaksanaan Penelitian/Riset/Survey/Mencari data di Kabupaten Magelang yang dilakukan oleh :
 - a. N a m a : ANAGA BRAMANTYO
 - b. Pekerjaan : Mahasiswa
 - c. Alamat : Kuncen RT 005/RW 006 Desa Seloboro Kec Salam Kab Magelang
 - d. Penanggung Jawab : Endra Murti Sagoro, S.Pd., M.Sc
 - e. Lokasi : Kabupaten Magelang
 - f. W a k t u : 22 Juni s/d 30 Juni 2016
 - g. Lembaga : U N Y.
 - h. Anggota : -
 - i. Tujuan : Mengadakan penelitian dengan judul :

“ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROSEDUR KREDIT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGAMBIL KREDIT PADA LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK (LKBB) DI MAGELANG ”

3. Sebelum melakukan kegiatan, terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat Pemerintah setempat untuk mendapat petunjuk seperlunya.
4. Pelaksanaan Survey/Riset/Observasi tidak disalah gunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintahan, dan tidak membahas masalah politik dan/atau agama yang dapat menimbulkan terganggunya stabilitas keamanan dan ketertiban.
5. Setelah pelaksanaan selesai agar menyerahkan hasilnya kepada Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Magelang.
6. Surat Rekomendasi ini dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak mentaati / mengindahkan peraturan yang berlaku.

Demikian untuk menjadikan periksa dan guna seperlunya.

AN. KEPALA KANTOR KESBANGPOL
KABUPATEN MAGELANG
Kepala Seksi Politik dan Kewaspadaan Nasional
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
M A G E L A N G
WARDI SUTRISNO, BA
Penata Tk. I
NIP. 19590205 198503 1 012

Tembusan,

1. Bp. Bupati Magelang;



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
Telepon: (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 31 Mei 2016

Nomor : 074/1735/Kesbangpol/2016
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepada Yth :
Gubernur Jawa Tengah
Up. Kepala Badan Penanaman Modal Daerah
Provinsi Jawa Tengah
Di
SEMARANG

Memperhatikan surat :

Dari : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
Nomor : 1272/UN34.18/LT/2016
Tanggal : 31 Mei 2016
Perihal : Permohonan Ijin Pra Survey

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROSEDUR KREDIT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGAMBIL KREDIT PADA LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK (LKBB) DI MAGELANG**”, kepada:

Nama : ANAGA BRAMANTYO
NIM : 12812141056
No. HP/Identitas : 085643088846 / 3308040609940001
Prodi / Jurusan : Akuntansi / Pendidikan Akuntansi
Fakultas : Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
Lokasi Penelitian : Disperinkop dan (UMKM), Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah
Waktu Penelitian : 31 Mei s.d 30 Juni 2016

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Temsan disampaikan Kepada Yth :

1. Gubernur DIY (Sebagai Laporan)
2. Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
3. Yang bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN MAGELANG
BADAN PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
Jl. Soekarno Hatta No. 20 (0293) 788249 Faks 789549
Kota Mungkid 56511

Kota Mungkid, 22 Juni 2016

Nomor : 071/258/59/2016
Sifat : Amat segera
Perihal : Izin Penelitian

Kepada :
Yth. ANAGA BRAMANTYO
Dsn Kuncen II RT 005 RW 007 Ds Seloboro
Kec. Salam Kabupaten Magelang
di

S A L A M

Dasar : Surat Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Magelang Nomor : 070/525/14/2016 Tanggal 22 Juni 2016, Perihal Rekomendasi.

Dengan ini kami tidak keberatan dan menyetujui atas pelaksanaan Kegiatan Riset/ Penelitian /PKL di Kabupaten Magelang yang dilaksanakan oleh Saudara :

Nama	: ANAGA BRAMANTYO
Pekerjaan	: Mahasiswa, UNY
Alamat	: Dsn Kuncen II RT 005 RW 007 Ds Seloboro Kec. Salam Kab. Magelang
Penanggung Jawab	: Endra Murti Sagoro, S.Pd, M.Sc
Lokasi	: Disperinkop dan UMKM Kab. Magelang
Waktu	: 22 Juni 2016 s.d 30 Juni 2016
Peserta	-
Tujuan	: Mengadakan Penelitian dengan Judul : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROSEDUR KREDIT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGAMBIL KREDIT PADA LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK (LKBB) DI MAGELANG”

Sebelum Melaksanakan Kegiatan observasi agar Saudara Mengikuti Ketentuan- ketentuan sebagai berikut :

1. Melapor kepada Pejabat Pemerintah setempat untuk mendapat petunjuk seperlunya.
2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku
3. Setelah pelaksanaan kegiatan selesai agar melaporkan hasilnya kepada Kepala Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Magelang
4. Surat izin dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku, apabila pemegang surat ini tidak mentaati / mengindahkan peraturan yang berlaku.

Demikian untuk menjadikan periksa dan guna seperlunya.

a.n. KEPALA BADAN PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN PERIZINAN TERPADU
KABUPATEN MAGELANG

Ub.

Kepala Bidang Pelayanan Perizinan

BRMPPT 1

TRI PURWANTI, S.Sos

Pembina

NIP 19630811 198607 2 001

TEMBUSAN :

1. Bupati Magelang
2. Kepala Badan/ Dinas.Kantor/Instansi terkait



PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH
BADAN PENANAMAN MODAL DAERAH

Alamat : Jl. Mgr. Soegioprano No. 1 Telepon : (024) 3547091 – 3547438 – 3541487
Fax : (024) 3549560 E-mail :bpmd@jatengprov.go.id http://bpmd.jatengprov.go.id
Semarang - 50131

Semarang, 20 Juni 2016

Nomor : 070/6898/2016
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Perihal : Rekomendasi Survey

Kepada
Yth. Bupati Magelang
u.p. Kepala Badan Kesbangpol
Kab. Magelang

Dalam rangka memperlancar pelaksanaan kegiatan penelitian bersama ini terlampir disampaikan Rekomendasi Penelitian Nomor 070/2092/04.1/2016 Tanggal 20 Juni 2016 atas nama ANAGA BRAMANTYO dengan judul proposal PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROSEDUR KREDIT DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN UMKM DALAM MENGAMBIL KREDIT PADA LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK (LKBB) DI MAGELANG, untuk dapat ditindaklanjuti.

Demikian untuk menjadi maklum dan terimakasih.

KEPALA BADAN PENANAMAN MODAL DAERAH
PROVINSI JAWATENGAH



I Ketut SUJARWANTO DWIATMOKO, M.Si.
Pembina Utama Madya
NIP 19651204 199203 1 012

Tembusan :

1. Gubernur Jawa Tengah;
2. Kepala Badan Kesbangpol dan Linmas Provinsi Jawa Tengah;
3. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta;
4. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta;
5. Sdr. ANAGA BRAMANTYO.