

# **BAB 1**

## **Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Bank adalah lembaga keuangan yang berdampak pada perekonomian suatu negara. Pembangunan ekonomi bergantung pada perkembangan sektor perbankan sebagai penggerak kegiatan ekonomi. Berdasarkan publikasi Otoritas Jasa Keuangan tentang statistik perbankan, jumlah bank di Indonesia per Juli 2022 sebanyak 107 bank dan 25.568 kantor bank, dengan rincian 8 Kantor Cabang Bank Asing, 68 Bank Swasta Nasional, 27 Bank BPD, dan 4 Bank Persero. Dengan berkembangnya sektor perbankan di Indonesia, persaingan antar bank menjadi semakin kompetitif. Persaingan antar bank disebabkan oleh pertumbuhan masing-masing bank, dan pertumbuhan masing-masing bank disebabkan oleh perluasan kapasitas setiap bank dalam menghimpun dana dalam skala kecil dan besar dari masyarakat (Mawey et al., 2018). Persaingan ini bisa menjadi kekuatan pendorong yang penting untuk meningkatkan peran bank dalam perekonomian. Dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah, bank-bank akan bersaing untuk memberikan produk, jasa dan layanan yang terbaik.

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah, juga dikenal sebagai Bank Jateng, merupakan bank BUMD (Badan Usaha Milik Daerah). Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Pemerintah Kota/Kabupaten se-Jawa Tengah memiliki saham Bank Jateng. Tujuan Bank Jateng dalam memberikan kredit kepada pemilik usaha kecil adalah mengelola keuangan daerah atau bertindak sebagai pemegang kas daerah sehingga dapat meningkatkan perekonomian daerah. Per September 2020, Bank Jateng memiliki 37 Cabang Konvensional dan 5 Cabang Syariah dengan Cabang Pembantu (Capem) Konvensional sebanyak 125 dan Capem Syariah sebanyak 14. Cabang dan Capem tersebar di seluruh Jawa Tengah, DIY, dan DKI Jakarta. Bank Jateng KC Kajen merupakan cabang Bank Jateng yang berlokasi di Kajen, Kabupaten Pekalongan. Bank Jateng KC Kajen, seperti semua bank, memiliki kegiatan seperti menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali sebagai kredit atau pinjaman. Serta kegiatan khusus lainnya yaitu memberikan layanan berupa jasa perbankan.

Penyaluran dana dalam bentuk kredit merupakan kegiatan paling penting dan vital bagi Bank Jateng KC Kajen karena pada umumnya pendapatan terbesar dari sebuah bank, termasuk Bank Jateng KC Kajen, berasal dari bunga kredit. Untuk meningkatkan pendapatan, Bank Jateng KC Kajen menetapkan target pencapaian kredit. Keberadaan berbagai jenis bank mulai dari Bank Swasta sampai Bank BUMN, memiliki jenis produk simpanan dan pinjaman yang rata-rata hampir sama baik dari jenis maupun cara (Suwandi et al., 2022). Meningkatnya persaingan untuk jasa keuangan telah mengharuskan bank untuk mencari dan menarik segmen pasar baru (Frangos et al., 2012). Bank Jateng memiliki produk pinjaman kredit konsumtif yang berbeda dari bank-bank lain, yaitu kredit *Personal Loan* (PLO) yang dikhususkan untuk Aparatur Sipil Negara (ASN) dengan *payroll* Bank Jateng. Produk ini menjadi andalan Bank Jateng karena mereka dapat lebih mudah mendapatkan calon debitur dari kalangan ASN. Oleh karena itu, Bank Jateng KC Kajen dalam strategi pencapaian target kredit lebih memfokuskan pada penyaluran kredit PLO kepada ASN.

Banyak lembaga keuangan menawarkan produk-produk perbankan, termasuk produk kredit, yang merupakan tanda persaingan yang intens dalam sektor perbankan. Keberagaman produk kredit yang tersedia memberikan pilihan bagi nasabah untuk memilih dan mengambil keputusan produk kredit mana yang paling cocok sesuai kebutuhannya. Di tengah persaingan yang semakin intens, sebuah bank harus mampu merespon kebutuhan dan keinginan nasabah, dan juga dapat memenuhi harapan mereka dengan menyediakan layanan yang lebih unggul dari

pesaing (Adiditi et al., 2021). Menurut (Suryani, 2020) nasabah akan memilih bank yang mampu memahami kebutuhan dan keinginannya, dan bisa memberikan produk dan jasa yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhannya serta yang memiliki nilai mutu lebih baik.

**Tabel 1.1**  
**Realisasi Kredit Konsumtif Tahun 2022**

	Target	Realisasi	%
Januari	631.412.000	629.001.606	99,62%
Februari	633.190.000	629.370.214	99,40%
Maret	635.073.000	628.918.600	99,03%
April	629.940.000	630.412.247	100,07%
Mei	630.780.000	626.316.880	99,29%
Juni	634.350.000	625.032.753	98,53%
Juli	628.100.000	624.535.484	99,43%
Agustus	631.900.000	628.167.880	99,41%
September	637.000.000	629.738.966	98,86%
Oktober	640.000.000	630.639.527	98,54%
November	645.900.000	639.518.392	99,01%
Desember	651.880.000	645.751.582	99,06%

*Sumber : Data Sekunder diolah, 2023.*

Tabel di atas menunjukkan realisasi kredit konsumtif Bank Jateng KC Kajen yang tidak selalu mencapai target. Meskipun realisasi kredit konsumtif hampir mencapai 100% atau hampir tercapai, namun tetap saja hal ini akan menjadi permasalahan bagi pihak Bank Jateng KC Kajen dan tentu tidak baik untuk perusahaan. Penurunan penyaluran kredit akan berdampak pada turunnya pendapatan bank yang kurang menguntungkan bagi Bank Jateng KC Kajen karena akan merugikan tingkat profitabilitas usaha secara keseluruhan. Diperlukan kebijakan dan strategi yang baik dari manajemen untuk mengatasi permasalahan ini, mengingat segmen kredit dari sebuah bank merupakan salah satu penyumbang pendapatan bank (Kosasih et al., 2019).

Satu pertanyaan penting muncul untuk bank agar dapat bersaing dan menyalurkan kreditnya. Pertanyaan tersebut yaitu pertanyaan mengenai bagaimana nasabah membuat keputusan dalam mengambil kredit. Memahami bagaimana perilaku nasabah dalam proses keputusan pengambilan kredit merupakan salah satu upaya bank agar dapat menguatkan daya saing produk kreditnya dan meningkatkan penyaluran kreditnya. Dengan memahami hal tersebut, bank akan memperoleh informasi yang dapat berguna dalam menyusun perencanaan strategi pemasaran untuk produk kreditnya. Strategi pemasaran dikatakan baik apabila memperhatikan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah (Listyawati, 2020). Jawaban dari pertanyaan diatas seharusnya dapat membantu bank mengembangkan strategi pemasaran khusus untuk mendapatkan nasabah baru maupun mempertahankan yang sudah ada.

Setiap nasabah selalu menghadapi masalah dalam proses mengambil keputusan. Masalah-masalah tersebut menuntut setiap nasabah untuk bisa mengambil keputusan yang bijak. Untuk menghindari pengambilan keputusan yang dapat menyebabkan kerugian di masa mendatang, nasabah harus mempertimbangkan lebih dulu kelebihan dan kekurangan dari keputusan tersebut. Keputusan kredit nasabah dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor pribadi dan faktor psikologis merupakan faktor internal. Sedangkan faktor eksternal yaitu seperti faktor sosial dan faktor dari perbankan itu sendiri (Suprpto & Puryandani, 2020). Selanjutnya (Kotler, 2013) dalam (Wulansari & Sukaris, 2021) mengemukakan bahwa unsur-

unsur yang meliputi pelayanan, prosedur kredit, lokasi, fasilitas kredit, jangka waktu, dan suku bunga dapat mempengaruhi keputusan kredit oleh nasabah. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menjawab pertanyaan mengapa nasabah memilih produk kredit tertentu, salah satunya adalah penelitian dari (Frangos et al., 2012) yang menerangkan bahwa kualitas layanan, suku bunga, dan status perkawinan merupakan faktor penting mengapa nasabah mengambil kredit.

Suku bunga merupakan contoh dari aspek perbankan yang memiliki dampak terhadap keputusan pengambilan kredit nasabah. Tingkat suku bunga kredit didasarkan pada BI rate dan disesuaikan dengan kebijakan manajemen bank. Akibatnya, persaingan tingkat suku bunga antar bank menjadi lebih intens. Nasabah memiliki banyak pilihan dalam hal produk kredit yang dapat mereka pilih karena setiap bank menawarkan suku bunga yang bervariasi. Suku bunga yang lebih rendah dapat menurunkan biaya pinjaman, sehingga meningkatkan permintaan pinjaman bank (Frangos et al., 2012). Dengan kata lain, nasabah lebih memilih meminjam ke bank yang menawarkan suku bunga yang lebih rendah daripada pesaingnya. (Wati & Dewi, 2017) dalam (Kosasih et al., 2019) mengemukakan bahwa suku bunga yang tinggi dapat menghambat nasabah untuk menggunakan fasilitas kredit yang ditawarkan oleh bank karena nasabah menganggap biaya pembiayaan akan tinggi.

Faktor lain dari perbankan yang mempengaruhi keputusan kredit nasabah adalah prosedur kredit. Setiap bank memiliki prosedur kreditnya sendiri. Prosedur kredit diterapkan guna mencegah terjadinya risiko pemberian kredit. Akibatnya, proses kredit yang harus dilalui oleh nasabah akan memerlukan waktu yang lama. Nasabah sangat mementingkan prosedur kredit yang mudah bagi mereka (Kosasih et al., 2019; Wulansari & Sukaris, 2021). (Isaga, 2018) dalam (Dang et al., 2019) berpendapat bahwa kemungkinan akses nasabah ke kredit lebih kecil dengan adanya prosedur kredit yang rumit dari lembaga keuangan. Oleh karena itu, bank dituntut untuk dapat menyediakan kemudahan prosedur kredit kepada nasabah yang akan mengambil kredit. Senada dengan pendapat (Huda et al., 2019) bahwa nasabah lebih memilih untuk meminjam ke bank dengan prosedur kredit yang sederhana karena kebutuhan akan dana yang cepat dan mudah.

Faktor eksternal yang bisa mempengaruhi keputusan nasabah mengambil kredit salah satunya literasi keuangan. Literasi keuangan mengacu pada kemampuan mengelola keuangan, mulai dari pemasukan dan pengeluaran, agar dapat mengambil keputusan yang terbaik untuk kesejahteraan hidup (Adi Caksana & Wulandari, 2021). Menurut (Tsalitsa & Rachmansyah, 2016) literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan kredit nasabah pada lembaga keuangan. Menurut (Lyons et al., 2019), seseorang dengan literasi keuangan yang baik cenderung melakukan pinjaman di bank, sedangkan seseorang dengan literasi keuangan yang buruk cenderung melakukan pinjaman di non-bank. Nasabah yang memiliki literasi keuangan tinggi dapat mengelola keuangan pribadinya dan memperhitungkan ketika akan mengajukan kredit konsumtif (Adi Caksana & Wulandari, 2021). Literasi keuangan adalah determinan yang kuat untuk memprediksi permintaan keuangan karena seorang dengan akses ke layanan keuangan formal biasanya memiliki pengetahuan keuangan yang lebih tinggi terlepas dari kondisi keuangan mereka (Cole et al., 2009) dalam (Dang et al., 2019), lebih lanjut menjelaskan bahwa seseorang yang literasi keuangannya baik cenderung sering mengakses layanan keuangan formal. Sejalan dengan penelitian (Oktavianti & Hakim, 2017) yang mengatakan bahwa semakin baik literasi keuangan seseorang, semakin sering orang tersebut mengakses layanan kredit formal.

Tinggi rendahnya tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap ketepatan seorang tersebut dalam memilih produk keuangan seperti kredit, dan dapat terhindar dari risiko keuangan. Individu dengan literasi keuangan yang baik akan mampu memperhitungkan kredit

yang hendak diambil, sedangkan individu yang tidak baik literasi keuangannya, akan takut untuk mengambil kredit karena takut terjadi kredit macet yang mengakibatkan skor kredit nasabah tersebut menjadi tidak baik. Dalam penelitian (Braun & Netto, 2020), individu dengan literasi keuangan yang rendah cenderung memiliki skor kredit yang buruk.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai masalah kriteria pemilihan bank yang sesuai dengan preferensi nasabah, mengapa dan bagaimana mereka memilih bank tertentu. Penelitian terdahulu mengenai persepsi suku bunga kredit menjadi bagian faktor yang memiliki pengaruh penting terhadap keputusan pengambilan kredit. Penelitian oleh (Anwar & Pujiyono, 2013) menjelaskan jumlah aset, keuntungan, lama usaha, persepsi tingkat bunga, jenis kelamin, pendidikan, dan usia berpengaruh terhadap keputusan UMKM mengambil kredit perbankan. (Khusna, 2016) menjelaskan bahwa persepsi mengenai sistem bagi hasil, persepsi laba, dan persepsi tingkat suku bunga berpengaruh terhadap keputusan UMKM mengambil pembiayaan *mudharabah*. Menurut penelitian oleh (Huda et al., 2019) kualitas layanan, prosedur kredit, dan suku bunga memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah mengambil kredit. Menurut penelitian (Tsalitsa & Rachmansyah, 2016) menemukan bahwa literasi keuangan dan faktor demografi memiliki pengaruh pada keputusan nasabah mengambil kredit.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan dengan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah mengambil kredit, penelitian ini memilih 3 faktor dari beberapa penelitian di atas, yaitu persepsi suku bunga kredit, prosedur kredit, dan literasi keuangan. Namun, penelitian tersebut sebagian besar mengenai keputusan pengambilan kredit produktif. Sehingga perlu dilakukan penelitian yang meneliti tentang keputusan nasabah dalam mengambil kredit konsumtif. Atas hal tersebut, maka penelitian ini akan mengkaji lebih dalam tentang “Pengaruh Persepsi Suku Bunga Kredit, Prosedur Kredit, dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit Konsumtif di Bank Jateng KC Kaje”. Dengan mengajukan pertanyaan penelitian (i) apakah persepsi suku bunga kredit berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil kredit, (ii) apakah prosedur kredit berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil kredit, dan (iii) apakah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil kredit.

## **BAB 2**

### **Kajian Pustaka**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Keputusan Pengambilan Kredit**

Keputusan nasabah dalam mengambil kredit adalah tindakan memilih suatu pilihan dari berbagai pilihan yang tersedia (Griffin, 2012). Nasabah harus mempertimbangkan berbagai faktor yang berkaitan dengan keinginannya sebelum memutuskan untuk mengambil kredit (Huda et al., 2019). Keputusan pengambilan kredit yang salah dapat menimbulkan masalah, sehingga perlu cermat agar tidak terdapat hambatan yang mengganggu dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah (Suardika, 2019).

Indikator Keputusan Pengambilan Kredit menurut (Yusman Khanafi, 2021) :

- a. Pengenalan kebutuhan, yaitu keadaan dimana nasabah menyadari adanya suatu kebutuhan yang harus dipenuhi.
- b. Pencarian informasi, yaitu proses mencari informasi tentang produk yang cocok dan dinilai mampu memenuhi kebutuhan.
- c. Penilaian alternatif, yaitu mempertimbangkan informasi mengenai produk-produk alternatif yang berbeda.
- d. Keputusan mengambil kredit, yaitu menentukan keputusan produk kredit mana yang akan diambil.
- e. Evaluasi pasca mengambil kredit, yaitu proses menilai keputusan dan tindakannya dalam memanfaatkan produk kredit tersebut. Kepuasan dan ketidakpuasan yang dialami nasabah akan berpengaruh terhadap perilaku selanjutnya.

##### **2.1.2 Persepsi Suku Bunga Kredit**

(Kasmir, 2013) mendefinisikan bunga bank sebagai imbalan yang diterima bank maupun nasabah yang menggunakan produk bank berdasarkan prinsip bank konvensional. Menurut (Huda et al., 2019) nasabah harus membayar tingkat bunga, yang dinyatakan sebagai persentase, untuk meminjam sejumlah uang tertentu dengan jangka waktu tertentu. Persepsi suku bunga kredit adalah bagaimana nasabah melihat suku bunga sebagai harga yang tinggi, rendah, dan wajar (Schiffman & Kanuk, 2008). Suku bunga yang lebih rendah dapat menurunkan biaya pinjaman, sehingga meningkatkan permintaan pinjaman bank (Frangos et al., 2012). (Wati & Dewi, 2017) dalam (Kosasih et al., 2019) mengemukakan bahwa suku bunga yang tinggi dapat menghambat nasabah untuk menggunakan fasilitas kredit yang ditawarkan oleh bank karena nasabah menganggap biaya pembiayaan akan tinggi.

Indikator Persepsi Suku Bunga Kredit menurut (Taswan, 2012):

- a. Tingkat suku bunga kredit bersaing, yaitu suku bunga yang ditawarkan oleh sebuah bank mampu bersaing dengan bank-bank lain.
- b. Suku bunga kredit terjangkau, yaitu suku bunga kredit yang ditawarkan oleh sebuah bank terjangkau oleh nasabah.
- c. Biaya administrasi terjangkau, yaitu biaya administrasi yang harus dibayar oleh nasabah peminjam kredit terjangkau.

##### **2.1.3 Prosedur Kredit**

Prosedur kredit, sebagaimana didefinisikan oleh (Kuncoro & Suhardjono, 2012), adalah upaya bank untuk menurunkan risiko pemberian kredit, dimulai dari penyusunan perencanaan kredit, pemberian keputusan kredit, dokumentasi dan administrasi, persetujuan pemberian kredit, serta pengawasan dan pembinaan kredit. Menurut (Huda et al., 2019) nasabah lebih memilih meminjam ke bank yang memiliki proses atau prosedur tidak rumit karena kebutuhan

akan dana yang aman, cepat, dan mudah. Nasabah akan tertarik mengambil kredit apabila prosedur kredit mudah, proses pelayanan bank cepat, dan syarat-syarat tidak sulit (Saputra & Sagoro, 2018).

Indikator Prosedur Kredit menurut (Kuncoro & Suhardjono, 2012):

- a. Realisasi kredit, yaitu persetujuan pihak bank untuk mencairkan permintaan kredit dari pemohon sesuai dengan kesepakatan awal.
- b. Kemudahan prosedur, yaitu kemudahan yang diberikan oleh bank saat meminjam uang, atau masyarakat diberikan kemudahan oleh bank untuk mengakses kredit.
- c. Kecepatan pelaksanaan, yaitu kecepatan nasabah memperoleh kredit dan layanan pada saat melakukan pinjaman di bank.
- d. Persyaratan, yaitu syarat yang harus dipenuhi oleh nasabah saat melakukan transaksi atau saat melakukan pinjaman di bank.

#### **2.1.4 Literasi Keuangan**

Literasi keuangan adalah pemahaman dasar individu tentang pengelolaan keuangan, seperti pemasukan dan pengeluaran agar dapat membuat keputusan bijak guna meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraannya (Adi Caksana & Wulandari, 2021). literasi keuangan mencakup pengetahuan akan lembaga keuangan, produk keuangan, dan kemampuan keuangan seperti kemampuan menghitung bunga, serta pengelolaan uang, dan perencanaan keuangan (Lisa Xu dan Bilal Zia, 2012) dalam (Andriani & Cholid, 2019). Menurut (Tsalitsa & Rachmansyah, 2016) pengetahuan keuangan sangat penting bagi nasabah untuk menghindari pengambilan keputusan keuangan yang salah. Literasi keuangan adalah determinan yang kuat untuk memprediksi permintaan keuangan karena seorang dengan akses ke layanan keuangan formal biasanya memiliki pengetahuan keuangan yang lebih tinggi terlepas dari kondisi keuangan mereka (Cole et al., 2009) dalam (Dang et al., 2019), lebih lanjut menjelaskan bahwa seseorang yang literasi keuangannya baik cenderung sering mengakses layanan keuangan formal. Sejalan dengan penelitian (Oktavianti & Hakim, 2017) yang mengatakan bahwa semakin baik literasi keuangan seseorang, semakin sering orang tersebut mengakses layanan kredit formal.

Indikator Literasi Keuangan menurut (Chen & Volpe, 1998):

- a. Pemahaman dasar keuangan, meliputi sejumlah konsep yang terkait dengan pemahaman dasar tentang keuangan pribadi.
- b. Pemahaman tabungan dan pinjaman, meliputi pemahaman mengenai tabungan dan pinjaman. Dalam aspek ini, nasabah perlu mengetahui dasar-dasar mengenai bunga bank, jenis-jenis tabungan serta kredit.
- c. Pemahaman asuransi, meliputi dasar-dasar asuransi serta produk-produk asuransi seperti asuransi jiwa, kesehatan dan kendaraan bermotor.
- d. Pemahaman investasi, meliputi tentang suku bunga pasar, reksadana, dan risiko investasi. Nasabah perlu memahami sesuatu yang berhubungan dengan hal investasi.

## **2.2 Pengembangan Hipotesis**

### **2.3.1 Pengaruh Persepsi Suku Bunga Kredit terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit**

Menurut penelitian (Suprpto & Puryandani, 2020) nasabah akan mempertimbangkan mengambil kredit di suatu bank apabila suku bunga yang ditawarkan tinggi karena dinilai biaya yang akan dikeluarkan oleh nasabah akan tinggi. Sebaliknya, apabila suku bunga yang diberikan terjangkau, maka nasabah akan lebih cenderung untuk mengambil kredit karena dinilai biaya yang dikeluarkan lebih rendah pula (Prabowo et al., 2020). Suku bunga yang tinggi akan berdampak buruk terhadap persepsi nasabah untuk melakukan pinjaman (Kosasih et al.,

2019). Menurut penelitian (Anwar & Pujiyono, 2013) dan (Khusna, 2016) bahwa persepsi suku bunga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil kredit. Hal ini berarti bahwa semakin baik atau tinggi persepsi nasabah tentang suku bunga kredit maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk mengambil kredit.

H1 : Persepsi Suku Bunga Kredit memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil kredit.

### **2.3.2 Pengaruh Prosedur Kredit terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit**

Menurut penelitian (Huda et al., 2019; Saputra & Sagoro, 2018; Siahaan et al., 2021) bahwa prosedur kredit berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil kredit. Prosedur kredit yang mudah dan cepat akan menguntungkan kedua belah pihak, baik dari sisi bank maupun bagi nasabah. Pertimbangan nasabah terkait prosedur kredit begitu tinggi, sebagian besar akan memilih bank yang memiliki prosedur kredit yang mudah dan cepat. Dengan demikian jelas bahwa prosedur kredit akan membuat nasabah cenderung memutuskan untuk menggunakan produk kredit berulang kali.

H2 : Prosedur Kredit memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil kredit.

### **2.3.3 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit**

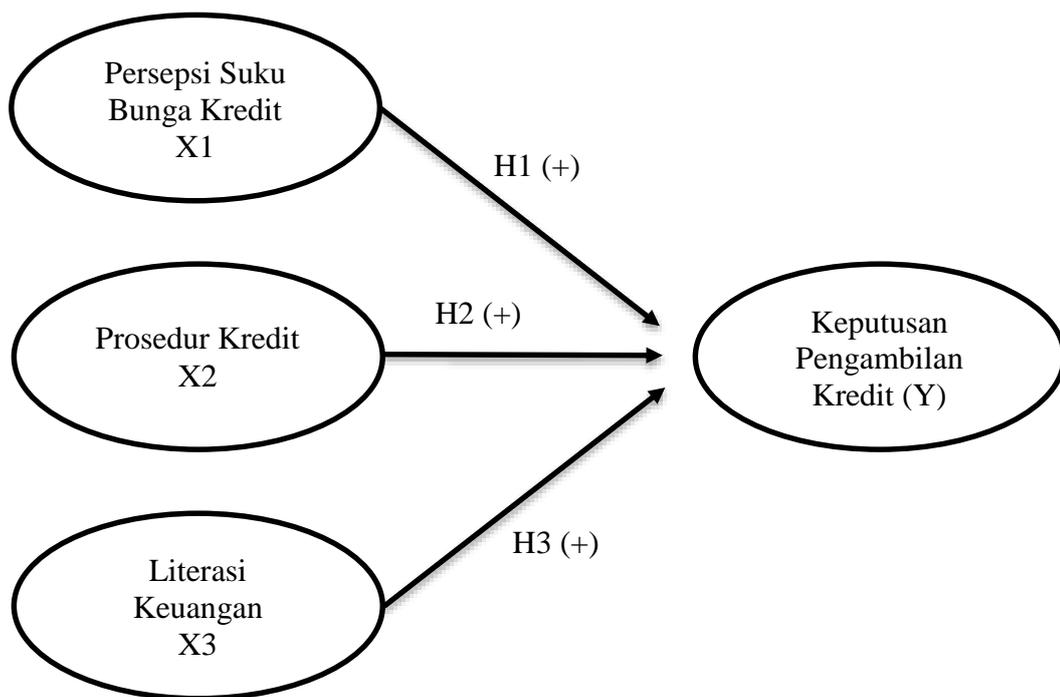
Literasi keuangan mengacu pada kemampuan individu untuk mengenali dan mengetahui risiko keuangan untuk mengambil keputusan bijak terkait keuangan. Keputusan yang bijak, dalam hal ini keputusan mengambil pinjaman perbankan, dapat dipengaruhi oleh pemahaman mengenai pengelolaan keuangan yang baik. Literasi keuangan memungkinkan individu untuk berhasil secara finansial dan memahami keuntungan dan risiko dari setiap jenis produk kredit yang dapat memberikan kesejahteraan di kemudian hari (Adi Caksana & Wulandari, 2021). Menurut penelitian (Andriani & Cholid, 2019; Prabowo et al., 2020; Tsalitsa & Rachmansyah, 2016) menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil kredit. Apabila seorang nasabah memiliki literasi keuangan yang baik, dimana mampu mengelola keuangan dengan baik, maka lebih cenderung berani untuk mengambil kredit karena sudah memperhitungkan segala risiko yang ada.

H3 : Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah mengambil kredit.

## **2.3 Model Penelitian**

Model penelitian menggambarkan hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian ini dapat digambarkan dengan model penelitian pada Gambar 2.1.

**Gambar 2.1**  
**Model Penelitian**



## BAB 3 Metode Penelitian

### 3.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang akan dijadikan penelitian dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah yang meminjam kredit konsumtif di Bank Jateng KC Kajen pada tahun 2022. Jumlah nasabah yang mengambil kredit di tahun 2022 sebanyak 1.383 nasabah. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik keseluruhan populasi (Sugiyono, 2021). Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2021). Sampel yang diambil memiliki kategori tertentu yaitu nasabah yang berstatus sebagai ASN (PNS dan P3K). *margin of error* dalam penentuan jumlah sampel sebesar 10%

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin. Rumus slovin dipilih karena penelitian ini merupakan penelitian yang telah diketahui jumlah populasinya.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel  
N : Jumlah populasi  
e : *Sampling error*

$$n = \frac{1.383}{1 + 1.383(0,1)^2}$$

$$n = 93,377$$

### 3.2 Definisi Operasional

**TABEL 3.1**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Definisi	Indikator
Keputusan Pengambilan Kredit (Y)	Keputusan nasabah dalam mengambil kredit adalah tindakan memilih suatu pilihan dari berbagai pilihan yang tersedia (Griffin) (2002).	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Penilaian alternatif 4. Keputusan mengambil kredit 5. Evaluasi pasca mengambil kredit (Yusman Khanafi, 2021)
Persepsi Suku Bunga Kredit (X1)	Persepsi suku bunga kredit adalah bagaimana nasabah melihat suku bunga sebagai harga yang tinggi, rendah, dan wajar (Schiffman & Kanuk, 2008).	1. Tingkat suku bunga bersaing 2. Suku bunga kredit rendah 3. Biaya administrasi rendah (Taswan, 2012)

Prosedur Kredit (X2)	Menurut (Kuncoro, 2012) prosedur kredit adalah upaya bank untuk menurunkan risiko pemberian kredit,	1. Realisasi kredit 2. Kemudahan prosedur 3. Kecepatan pelaksanaan 4. Persyaratan (Kuncoro & Suhardjono, 2012)
Literasi Keuangan (X3)	Literasi keuangan adalah pemahaman dasar individu tentang pengelolaan keuangan, seperti pemasukan dan pengeluaran agar dapat membuat keputusan bijak guna meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraannya (Adi Caksana & Wulandari, 2021)	1. Pemahaman dasar keuangan 2. Pemahaman abungan dan pinjaman 3. Pemahaman asuransi 4. Pemahaman investasi (Chen & Volpe, 1998)

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, dimana responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan (Sugiyono, 2021). Untuk mengukur jawaban yang diberikan oleh responden menggunakan skala likert. Skala likert berisikan lima tingkat jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

### 3.4 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah cara penelitian berbasis filsafat positivisme yang menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data, dan analisis data bersifat kuantitatif/statistik untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2021). Analisis penelitian ini menggunakan beberapa uji yaitu pengujian validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji kelayakan model, dan pengujian hipotesis. Alat analisis statistik yang digunakan adalah software yaitu SPSS.

### 3.5 Uji Kualitas Data

#### 3.5.1 Uji Validitas

Kelayakan suatu pertanyaan dalam sebuah penelitian diukur dengan menggunakan uji validitas. Suatu pertanyaan dianggap layak atau valid apabila pertanyaan tersebut dapat menjelaskan apa yang akan diukur pada penelitian tersebut. Pengukuran dilakukan dengan membandingkan hasil dari  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel. Apabila  $r$  hitung lebih tinggi dan bernilai positif maka dapat dikatakan pertanyaan pada kuesioner tersebut valid (Ghozali, 2021).

#### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah cara untuk mengukur kuesioner yang berdasarkan indikator dari variable yang telah ditentukan (Ghozali, 2021). Apabila jawaban yang diberikan oleh responden terhadap kuesioner konsisten sepanjang waktu, maka data dari kuesioner dapat dikatakan reliabel. Pengujian dilakukan dengan menguji koefisien alpha ( $\alpha$ ). Kuesioner dinilai reliabel jika *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 artinya kuesioner dapat digunakan dan dipercaya dalam penelitian (Ghozali, 2021).

### 3.6 Uji Asumsi Klasik

#### 3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, nilai residual berdistribusi normal (Ghozali, 2021). Penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi uji KS lebih besar dari 0,05 maka data dianggap normal. Sedangkan jika lebih kecil dari 0,05 maka data dikatakan tidak normal.

#### 3.6.2 Uji Multikolinieritas

Untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen atau tidak, digunakan uji multikolinieritas. Seharusnya model regresi tidak memiliki korelasi antar variabel independen. Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Model regresi dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas apabila nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$  (Ghozali, 2021).

#### 3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Apabila terdapat kesamaan varian residual maka dapat disebut homogenitas. Sedangkan apabila terdapat perbedaan disebut heterogenitas. Seharusnya model regresi yang baik tidak terdapat heterogenitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heterogenitas dengan mengamati ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Dikatakan tidak terdapat heterogenitas apabila tidak ada pola dan titik yang jelas tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2021).

### 3.7 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode untuk menganalisis hubungan antar beberapa variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2021). Penelitian ini menggunakan analisis model linear berganda untuk mengetahui pengaruh antara persepsi suku bunga kredit, prosedur kredit, dan literasi keuangan terhadap keputusan nasabah mengambil kredit menggunakan alat analisis yaitu SPSS. model persamaan linear berganda dalam penelitian memiliki rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	= Keputusan Mengambil Kredit
X1	= Persepsi Suku Bunga Kredit
X2	= Prosedur Kredit
X3	= Literasi Keuangan
$\alpha$	= Konstanta
$\beta$	= Koefisien Regresi
e	= Error

### 3.8 Uji Kelayakan Model

### **3.8.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk menjelaskan seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021). Nilai  $R^2$  berkisar antara nol dan satu.

### **3.8.2 Uji Statistik F**

Uji statistik F bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh persepsi suku bunga kredit, prosedur kredit, dan literasi keuangan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah mengambil kredit konsumtif di Bank Jateng KC Kajen dengan cara membandingkan nilai F hitung dan F tabel.

1. Apabila F hitung  $>$  F tabel, atau nilai sig.  $<$  0,05, maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila F hitung  $<$  F Tabel atau nilai sig.  $>$  0,05, maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### **3.8.3 Uji Statistik t**

Untuk menguji pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan uji statistik t. Untuk mengetahui berpengaruh atau tidak, bisa dilihat dengan membandingkan nilai t hitung dan nilai t tabel, atau dengan melihat nilai signifikan.

1. Apabila t hitung  $<$  t tabel atau nilai signifikan t  $>$  0,05, maka dinyatakan tidak signifikan yang berarti secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Apabila t hitung  $>$  t tabel atau nilai signifikan t  $<$  0,05 Maka dinyatakan signifikan yang berarti secara parsial variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.