

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS
PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGAMBILAN
KREDIT BERJANGKA PADA BANK JATENG
CABANG SEMARANG**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
pada Program Magister Manajemen Pascasarjana
Universitas Diponegoro



Oleh:

**NYONI LAKSANA GRAHA. SP, S.Kom
C4A107001**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2012**

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa
Tesis berjudul:

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGAMBILAN KREDIT BERJANGKA PADA BANK JATENG CABANG SEMARANG

yang disusun oleh Nyoni Laksana Graha. SP, S.Kom, NIM C4A107001
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 29 Maret 2012 dan dinyatakan telah memenuhi syarat
untuk diterima sebagai Tesis.

Pembimbing,

Dr. Syuhada Sufian, MSIE

Mengetahui
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Universitas Diponegoro

Prof. Dr. Sugeng Wahyudi, MM



SERTIFIKASI

Saya, Nyoni Laksana Graha. SP, S.Kom, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program Magister Manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di pundak saya.

Nyoni Laksana Graha. SP, S.Kom

ABSTRAKSI

Pada tahun 2008, secara umum telah terjadi penyimpangan (deviasi) lebih terutama pada triwulan II s/d IV. Pada tahun 2009, secara umum telah terjadi penyimpangan (deviasi) kurang sejak triwulan I s/d IV dengan kecenderungan gap deviasi yang semakin melebar. Pada tahun 2010, secara umum juga telah terjadi penyimpangan (deviasi) kurang sejak triwulan I s/d IV dengan kecenderungan gap deviasi yang semakin melebar. Dengan didasarkan pada fakta tersebut di atas maka telah terjadi ketidakseimbangan antara faktor penawaran yang tercermin dari penetapan Rencana atau Target dan faktor permintaan yang tercermin dari Realisasi. pertumbuhan jumlah nasabah kredit berjangka di Bank Jateng Cabang Semarang mengalami fluktuatif dimana pada bulan Desember mengalami penurunan tertinggi mencapai 11,43 persen dari bulan Nopember. Sedangkan peningkatan jumlah nasabah terjadi pada bulan Maret yang mencapai 16,88 persen. Secara keseluruhan rata-rata pertumbuhan jumlah nasabah kredit berjangka pada tahun 2011 adalah sebesar 1,05 persen. Rendahnya pertumbuhan jumlah nasabah ini merupakan salah satu fenomena yang menarik untuk dikaji tentang keputusan nasabah untuk mengambil kredit berjangka di Bank Jateng Cabang Semarang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit pada Bank Jateng Cabang Semarang. Sampel yang digunakan sebanyak 72 responden dengan analisis data menggunakan uji regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa persepsi harga, kualitas layanan dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit di Bank Jateng Cabang Semarang. Pengaruh terbesar terhadap keinginan nasabah untuk mengambil kredit di Bank Jateng Cabang Semarang adalah persepsi harga, sehingga pihak manajemen perusahaan perlu menjaga konsistensi persepsi harga yang berlaku sehingga tetap dapat bersaing dengan bank lainnya. Faktor kualitas pelayanan merupakan faktor yang memberikan pengaruh paling kecil terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit, sehingga pihak manajemen perlu lebih meningkatkan kualitas pelayanan terutama dalam kemudahan prosedur pengajuan kredit serta mempercepat kepastian waktu yang dibutuhkan dalam proses pencairan kredit.

Kata Kunci : Persepsi harga, kualitas layanan, lokasi, keputusan nasabah

ABSTRACT

In 2008, in general there has been more deviation particularly on quarter II until IV. In 2009, in general, there also has been less deviation on quarter I until IV with the tendency of increasingly wide deviation. In 2010, there is also has been less deviation since quarter I until IV with the tendency of increasingly wide deviation. Based on that facts, there has been imbalance between the results that reflected from the establishment of a plan or target and demand factor the reflected on the realization. Growing number of derivatives credit customer at Bank Jateng has been decreased, and the highest is 11,43% on December, compare to on November. And the increasement the number of customers until 16,88% occured on March. Overall, the average of the increasement during 2011 is at 1,05%. The low growth of customer numbers is one of interesting phenomenon to be studied from the customer decision of having derivatives credit at Bank Jateng Semarang Barnch point of view.

The aim of this research is to analyze the influence of perceived price, the service quality, and the location to the customer decision taking periodical credit at Bank Jateng Semarang Branch. The total sample is 72 respondens with and using multiple linear regression test to analyze the data.

Based on the result of the research, there is a result that perseption of the price, quality of the service and location has a positive effect to the customer decision in having derivatives credit at Bank Jateng Semarang Branch. The biggest influence is the perseption of the price, and the managements should to keep the consistency of perceived price, so they can compete with other banks. As the service quality factor has the smallest influence, the bank should develop the service quality, especially by giving the easy process for the submission of credit procedure and speed up the process of confirmation of the credit.

Key words : perceived price, service quality, location, customer decision

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkah dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas dalam penulisan Tesis dengan judul “PENGARUH PRESEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGAMBILAN KREDIT BERJANGKA (Study Kasus pada Bank Jateng cabang Semarang)” yang merupakan persyaratan untuk memperoleh gelar magister di bidang Ilmu Ekonomi pada Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak tidak akan dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu proses penyelesaian tesis ini khususnya dan juga selama menempuh pendidikan di Magister Manajemen Universitas Diponegoro, yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Sugeng Wahyudi, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Dr. H. Ibnu Widiyanto, MA selaku Ketua Bidang Akademik Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang
3. Bapak Dr. Syuhada Sufian. MSIE selaku dosen pembimbing yang telah sudi meluangkan waktu, pikiran dan tenaga serta dengan penuh kesabaran untuk memberikan saran, petunjuk dan dorongan yang sangat berharga didalam penyusunan tesis ini.
4. Pimpinan, pengelola, staf pengajar dan segenap staf administrasi Program Pasca Sarjana Magister Mamajemen UNDIP Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta kelancaran didalam proses belajar mengajar.
5. Pimpinan dan Staff Bank Jateng Cabang Semarang terutama Mas Edwimirwan Senoaji yang telah membantu dalam proses pelaksanaan penelitian.

6. Nasabah Bank Jateng Cabang Semarang yang bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden penelitian.
7. Mami (Alm) dan Papi (Alm) yang dahulu memberikan support agar dapat terselesaikannya masa studi pasca sarjana dan tesis ini.
8. Keluarga tercinta yang dengan segala kasih sayang dan kesabarannya selalu mendukungku, mendorongku, memberi semangat agar aku tidak patah semangat.
9. Bp Santoso owner Bedagan Motor group dan rekan-rekan yang selalu memberikan support untuk terselesaikan tesis ini.
10. Teman-teman seperjuangan angkatan 29 yang selalu memberikan semangat dan dukungan agar terselesaikannya tesis ini.
11. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebut satu persatu, yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan program dan penelitian.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan, dikarenakan keterbatasan yang ada, namun sumbangan pemikiran yang penulis sampaikan mudah-mudahan bermanfaat bagi pembaca.

Semarang, Maret 2012

Nyoni Laksana G.S.P

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Draft Tesis	ii
Sertifikasi	iii
Abstrak	iv
Abstract	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Tabel	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	12
1. Perilaku Konsumen	12
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
3. Tahap-tahap dalam Keputusan Pembelian	15
4. Harga	18
5. Kualitas Pelayanan	20
6. Lokasi	24
7. Pengertian Kredit	28
8. Unsur-unsur Kredit	30
9. Dasar-dasar Pemberian Kredit	30
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	33
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	33
2.4. Hipotesis.....	35
2.5. Definisi Operasional Variabel	29

BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1. Populasi dan Sampel.....	43
	3.2. Jenis dan Sumber Data.....	44
	3.3. Metode Pengumpulan Data	45
	3.4. Teknik Analisis Data	45
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	4.1. Gambaran Umum Responden	52
	4.2. Hasil Penelitian	54
	4.3. Pembahasan	65
BAB V	SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	
	5.1. Simpulan	69
	5.2. Implikasi Teoritis	70
	5.3. Implikasi Manajerial	71
	5.4. Keterbatasan Penelitian	72
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Target dan Realisasi Kredit berjangka pada Bank Jateng Cabang Semarang Tahun 2008-2010 (Dalam Juta Rupiah)	6
Tabel 1.2	Pertumbuhan Jumlah Nasabah Kredit berjangka pada Bank Jateng Cabang Semarang Tahun 2011	7
Tabel 2.1	Penelitian terdahulu	33
Tabel 4.1	Profil Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.2	Profil Nasabah Berdasarkan Kelompok Umur Responden	53
Tabel 4.3	Profil Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas	56
Tabel 4.6	Rekapitulasi Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.7	Ringkasan Hasil Estimasi Regresi Pengajuan Kredit : f (X_1, X_2, X_3)	61