



PENGARUH PROMOSI, PROSEDUR KREDIT, TINGKAT SUKU BUNGA TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGAMBILAN KREDIT ULTRA MIKRO PADA PERUMDA BPR BANK GRESIK

Novita Devi Wulansari¹⁾, Sukaris Sukaris²⁾

^{1,2)}Management Study Program, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik
email : ¹⁾novitawulansari12@gmail.com, ²⁾sukaris21@gmail.com

(Submit : 14 Agustus 2021, Revised : 24 Agustus 2021, Accepted : 3 September 2021)

Abstract Unstable economic conditions during the pandemic resulted in several problems among Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), namely a decrease in sales turnover to bankruptcy due to losses. The customer's decision to take credit is a process of selecting several alternative credit options after considering the related factors. Factors that influence customer decisions in taking credit at financial institutions include location, service, credit facilities, interest rates, credit terms and procedures and promotions. This study aims to determine the effect of promotions, credit procedures and interest rates on customer decisions in conducting ultra micro loans at PERUMDA BPR Bank Gresik. The research method used is quantitative method, with a population of 602 ultra micro credit customers at PERUMDA BPR Bank Gresik. The sample in this study used purposive sampling, namely the method of determining the sample with certain considerations. The sample used in this study were 86 respondents, the data collection technique used a questionnaire. The analysis technique uses multiple regression analysis. Promotion has a positive and significant effect on Customer Decisions in Taking Ultra Micro Credit. Credit Procedures have a positive and significant impact on Customer Decisions in Taking Ultra Micro Credit. Interest rates have a positive and significant effect on Customer Decisions in Taking Ultra Micro Loans.

Keywords: promotion, procedure, interest, decision

I. PENDAHULUAN

Dalam kurun waktu setahun terakhir pandemi covid-19 merebak di Indonesia sejak awal tahun 2020 yang berdampak pada seluruh sektor kehidupan meliputi sektor ekonomi, pendidikan, sosial, budaya dan lain sebagainya. Pada sektor ekonomi dampak yang ditimbulkan dari pandemi salah satunya yaitu meredupnya kinerja ekonomi global seiring berkurangnya

aktivitas masyarakat dikarenakan keluarnya edaran Presiden Republik Indonesia mengenai pembatasan sosial berskala besar dalam rangka membatasi mobilitas dan percepatan penanganan *corona virus disease* 2019 (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 21 Tahun 2020).

Berdasarkan data yang dirilis pada tanggal 26 Agustus 2020 oleh situs katadata.co.id perlambatan ekonomi terjadi disemua negara termasuk negara kawasan Asia Tenggara.

Tabel 1
Pertumbuhan Ekonomi Negara Kawasan Asia Tenggara

Negara	Pertumbuhan Ekonomi
Vietnam	0,36%
Indonesia	-5,32%
Thailand	-12,2%
Singapura	-13,2%
Filipina	-16,5%
Malaysia	-17,1%

Sumber : Katadata.co.id, diakses pada 18 Oktober 2021

Pada kuartal II tahun 2020 Indonesia memiliki pertumbuhan -5,2% secara tahunan pada semua komponen produk domestik bruto (PDB), Thailand memiliki pertumbuhan ekonomi -12,2%, Singapura memiliki pertumbuhan -13,2%, Filipina memiliki pertumbuhan -16,5%, Malaysia menjadi negara yang mengalami kontraksi paling parah diantara negara kawasan Asia Tenggara ekonomi Malaysia turun -17,1% akibat dari penerapan karantina wilayah terbatas (*lockdown* parsial) dalam skala nasional. Namun Vietnam menjadi negara kawasan Asia Tenggara yang mampu mencatat pertumbuhan positif 0,36% dikarenakan keberhasilan dalam pengendalian covid-19 yang dapat mempercepat pemulihan ekonomi. Perkembangan penyebaran Covid-19 di Indonesia sepanjang tahun 2021 masih naik turun, bahkan pada bulan Juni-Juli 2021 terjadi lonjakan Covid-19 gelombang kedua di Indonesia, sehingga pemerintah memberlakukan PPKM darurat dimana semua kegiatan di berbagai sektor dialihkan secara daring guna menekan penyebaran Covid-19 yang membumung tinggi. Dibalik keputusan pemerintah menerapkan PPKM darurat terjadi problematik pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang paling berdampak efeknya mulai dari penurunan omset penjualan sampai dengan gulung tikar dikarenakan merugi, padahal disisi lain Usaha Mikro Kecil dan Menengah diharapkan

pemerintah sebagai roda pendorong pemulihan ekonomi dan menekan angka pengangguran di Indonesia.

Berdasarkan situasi demikian perbankan memiliki peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi sebuah bangsa karena perannya dalam jasa keuangan mampu menggerakkan perekonomian bangsa. Perbankan memiliki berbagai produk salah satunya yaitu kredit yang menjadi napas utama bisnis perbankan, PERUMDA BPR Bank Gresik merupakan badan usaha milik daerah (Pemerintah Kabupaten Gresik) yang bergerak sebagai lembaga keuangan (Perbankan). PERUMDA BPR Bank Gresik memiliki beberapa produk kredit yang bertujuan menarik perhatian nasabah mayoritas berasal dari kalangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), maka produk kredit ultra mikro ini ditujukan sebagai sarana dalam pengembangan usaha ditengah pandemi. Perekonomian yang masih belum stabil membuat beberapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memutuskan untuk mengambil produk kredit ultra mikro sebagai sokongan dana dan juga modal dan hal ini akan menimbulkan efek positif yaitu mengurangi tingkat pengangguran dan menambah pendapatan masyarakat.

Kredit ultra mikro merupakan salah satu produk PERUMDA BPR Bank Gresik dengan

fasilitas kredit yang diberikan kepada pelaku UMKM di Gresik dengan sistem tanggung renteng (3-5 orang/kelompok) dan plafon kredit sebesar 3 juta rupiah per nasabah, produk kredit ultra mikro merupakan produk baru yang baru di luncurkan pada pertengahan tahun 2020. Usaha PERUMDA BPR Bank Gresik

sebagaimana layaknya bank lainnya yaitu menghimpun dana pihak ketiga dan penyaluran kredit kepada masyarakat dan pelayanan jasa perbankan lainnya. Berikut merupakan realisasi kredit ultra mikro pada PERUMDA BPR Bank Gresik tahun 2020-2021.

Tabel 2
Realisasi Kredit Ultra Mikro Pada PERUMDA BPR Bank Gresik
Tahun 2020 - 2021 (Per Oktober)

Bulan	Jumlah (Rp)
2020	459.000.000
2021	1.347.000.000

Sumber : PERUMDA BPR Bank Gresik

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa besarnya realisasi kredit ultra mikro mengalami kenaikan di tahun 2021. Data tersebut membuktikan bahwa PERUMDA BPR Bank Gresik semakin membaik dengan peningkatan terhadap keputusan nasabah dalam mengambil kredit ultra mikro. Menurut Kotler (2013:211) faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit pada lembaga keuangan diantaranya meliputi lokasi, pelayanan, fasilitas kredit, suku bunga, jangka waktu dan prosedur kredit. Lebih lanjut Supriyanto dan Andriansyah (2019) memaparkan bahwa promosi juga menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit.

Promosi merupakan alat yang digunakan bank untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama. Menurut Farid (2019) promosi adalah kegiatan komunikasi untuk menyampaikan suatu informasi kepada konsumen sasaran mengenai produk yang ditawarkan sehingga konsumen sasaran tertarik untuk memberi produk ataupun jasa yang ditawarkan. Kemudahan prosedur yang ditawarkan bank dalam memberikan pinjaman juga merupakan salah satu faktor penting bagi nasabah, Prosedur kredit adalah tahapan yang harus dilalui oleh nasabah sebelum realisasi pencairan pengajuan kredit (Suciati, Supriyanto, & Mustiadi, 2020). Menurut

(Purnamasari, Wilujeng dan Mufidah 2019) sebelum bank memberikan kredit kepada nasabah terdapat beberapa proses yang harus dilakukan oleh nasabah hal ini bertujuan agar kredit yang disalurkan tidak salah sasaran dan dapat dikembalikan oleh nasabah sesuai dengan batas waktu yang ditentukan. Selain itu faktor tingkat suku bunga yang diberikan juga mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit, menurut Ningtias, Utomo dan Wihartanti (2020) tingkat suku bunga adalah balas jasa atau nilai yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya.

Dalam penelitian sebelumnya mengenai pengaruh promosi, prosedur kredit dan tingkat suku bunga terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit terjadi *inconsistation* pada hasil penelitian terdahulu seperti penelitian Farid (2019) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit, penelitian Galung, Mitariani dan Imbayani (2019) menyatakan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit. Sedangkan menurut Suciati, Supriyanto dan Mustiadi (2020) menyatakan hasil yang berbeda bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Penelitian

Katote, Yunus dan Syarifuddin (2020) , Huda, Sukidin dan Wahyuni (2019) yang menyatakan bahwa prosedur kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit. Sedangkan terdapat hasil yang berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Purnamasari, Wilujeng, dan Mufidah (2019) dengan hasil penelitian bahwa prosedur kredit tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit. Penelitian Ningtias, Utomo dan Wihartanti (2020), Simarta (2017) hasil penelitian didapatkan bahwa tingkat suku bunga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit. Sedangkan terdapat hasil yang berbeda dengan penelitian Achmad dan Kristiana (2020), Novitasari dan Hidayati (2020) dengan hasil penelitian bahwa tingkat suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh promosi, prosedur kredit dan tingkat suku bunga terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit ultra mikro pada PERUMDA BPR Bank Gresik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi, prosedur kredit dan tingkat suku bunga terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit ultra mikro pada PERUMDA BPR Bank Gresik.

II. KAJIAN PUSTAKA

Keputusan Pengambilan Kredit (Y)

Menurut Triono (2012:2) pengambilan keputusan adalah serangkaian proses mental untuk menentukan jalan keluar bagi suatu permasalahan yang dihadapi. Keputusan nasabah dalam mengambil kredit menurut Suardika (2019) adalah suatu proses dari pemilihan beberapa alternatif pilihan pengambilan kredit setelah mempertimbangkan faktor-faktor yang berkaitan. Berdasarkan beberapa pendapat diatas keputusan nasabah dalam mengambil kredit adalah sebuah proses keputusan untuk

menentukan jalan keluar bagi suatu permasalahan dengan mengambil kredit sebagai pilihan dari beberapa alternatif dan setelah mempertimbangkan faktor yang berkaitan. Indikator keputusan pengambilan kredit menurut Novitasari dan Hidayati (2020)

- a. Persepsi kinerja karyawan yaitu apakah karyawan pada bank tersebut bekerja dengan benar dan sesuai dengan prosedur atau terjadi banyak kesalahan sehingga mengganggu proses pengambilan kredit.
- b. Kepuasan kredit yang ditawarkan yaitu kredit yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga memberikan kepuasan bagi masyarakat yang mengambil kredit.
- c. Penyedia informasi saat diminta yaitu kemampuan perbankan dalam menyampaikan informasi dengan baik agar mudah dipahami nasabah dalam proses pengambilan kredit sehingga proses kredit dapat berjalan sesuai rencana.
- d. Kepercayaan nama dan citra bank yaitu citra yang baik akan memberikan pengaruh terhadap kepercayaan nasabah untuk memutuskan mengambil kredit pada bank yang dipercaya.

Promosi (X1)

Menurut Supriyanto dan Andriansyah (2019) promosi adalah teknik komunikasi dengan tujuan menyampaikan informasi dengan media digital maupun media cetak. Menurut Farid (2019) promosi adalah kegiatan komunikasi untuk menyampaikan informasi agar konsumen membeli produk ataupun jasa yang ditawarkan. Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa promosi adalah sarana untuk menginformasikan, membujuk konsumen agar konsumen terdorong untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Indikator promosi menurut Novitasari dan Hidayati (2020) :

- a. Periklanan
- b. Promosi Penjualan
- c. Kehumasan
- d. Penjualan Pribadi

Prosedur Kredit (X2)

Menurut Hana & Supriyadi (2020) prosedur kredit adalah tahapan yang diberikan oleh bank untuk melayani permintaan nasabah dalam pengajuan kresit supaya realisasi kredit dapat dilakukan. Lebih lanjut Rivai (2013 : 124) menyatakan bahwa prosedur kredit adalah persyaratan yang harus dipenuhi nasabah ketika pengajuan permohonan kredit sampai pelunasan kredit. Menurut Suardika (2019) prosedur kredit merupakan tahapan-tahapan yang diberikan oleh bank maupun lembaga keuangan untuk melayani permintaan nasabah dalam pengambilan kredit agar realisasi kredit dapat dilakukan. Berdasarkan beberapa pendapat diatas prosedut kresit adalah tahapan-tahapan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah yang melakukan pengajuan kredit agar realisasi kredit dapat dilakukan. Indikator prosedur kredit menurut Kuncoro (2012:247) :

- a. Realisasi kredit adalah persetujuan pihak bank untuk pencairan kredit nasabah sesuai dengan kesepakatan yang sudah disetujui sebelumnya.
- b. Kemudahan prosedur adalah suatu kemudahan yang diberikan oleh bank dalam tahapan- tahapan pengambilan kredit.
- c. Kecepatan pelaksanaan adalah kecepatan proses kredit pada bank.
- d. Persyaratan adalah kewajiban yang harus dipenuhi nasabah pada saat melakukan transaksi antara nasabah dengan pihak bank

Tingkat Suku Bunga (X3)

Menurut Huda, Sukidin dan Wahyuni (2019) tingkat suku bunga adalah harga yang harus dibayar sebagai bentuk imbalan dari pinjaman yang diambil dalam waktu tertentu dan dinyatakan dalam presentase. Suardika (2019) menjelaskan lebih lanjut bahwa tingkat suku bunga adalah tambahan uang dari penggunaan uang pinjaman oleh bank ataupun peminjam sebagai balas jasa yang dinyatakan dalam presentase dan dalam jangka waktu tertentu. Dari definisi tingkat suku bunga diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat suku bunga adalah harga yang harus dibayarkan untuk meminjam sejumlah uang dalam jangka waktu

tertentu dan dinyatakan dalam persentase. Indikator tingkat suku bunga menurut Taswan (2012:95)

- a. Tingkat suku bunga kredit bersaing
- b. Suku bunga kredit rendah
- c. Biaya administrasi rendah
- d. Tingkat suku bunga sesuai dengan suku bunga bank Indonesia (BI)

Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Antara Promosi Dengan Keputusan Pengambilan Kredit

Menurut Galung, dkk (2019) promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang penting bagi perusahaan karena berkaitan dalam pemasaran barang dan jasa. Menurut Novitasari dan Hidayati (2020) kegiatan promosi harus tepat sasaran karena berkaitan dengan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang, semakin sering kegiatan promosi dilakukan maka konsumen akan semakin *aware* dan tertarik dengan produk dan jasa yang ditawarkan.

2. Hubungan Antara Prosedur Kredit Dengan Keputusan Pengambilan Kredit

Menurut Rivai (2013:124) dalam Suardika (2019) prosedur kredit menjadi tolak ukur nasabah dalam mengambil produk kredit pada suatu bank, prosedur kredit yang mudah dan tidak berbelit-belit akan memungkinkan nasabah akan melakukan pengambilan kredit kembali.

3. Hubungan Antara Tingkat Suku Bunga Dengan Keputusan Pengambilan Kredit

Menurut Hana dan Supriyadi (2019) tingkat suku bunga adalah harga yang dibayar debitur kepada pihak kreditur sebagai bentuk balas jasa selama interval waktu tertentu. Suku bunga rendah menjadi faktor pertimbangan nasabah dalam mengambil kredit, dengan suku bunga rendah nasabah akan lebih setuju untuk meminjam dana di bank namun jika suku bunga yang ditawarkan tinggi maka semakin tinggi pula resiko calon kreditur batal mengajukan kredit

Companies that have competence in the fields of marketing, manufacturing and innovation can make its as a source to achieve competitive advantage (Daengs GS, et al. 2020:1419).

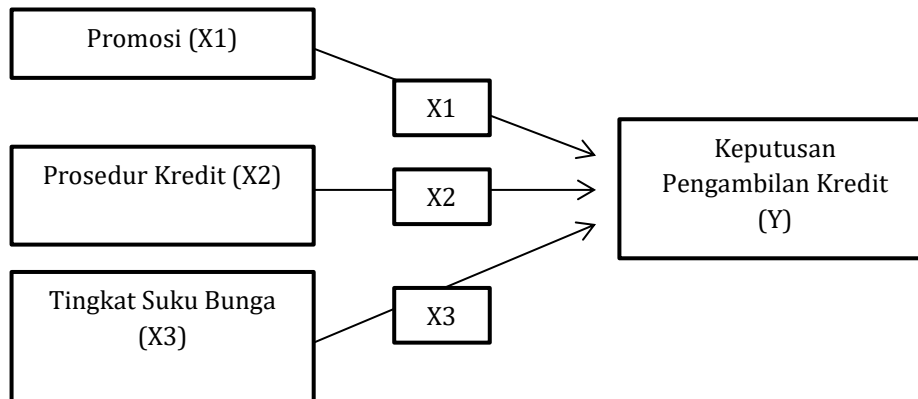
To find out the results of the data, the technique of data analysis is also used to test the hypotheses put forward by the researchers, because the analysis of the data collected to determine the effect of the independent variables on the related variables is used multiple linear statistical test. (Enny Istanti, et al, 2020:113).

The research design is a plan to determine the resources and data that will be used to be processed in order to answer the research question. (Asep Iwa Soemantri, 2020:5).

Time management skills can facilitate the implementation of the work and plans outlined. (Rina Dewi, et al. 2020:14)

Standard of the company demands regarding the results or output produced are intended to develop the company. (Istanti, Enny, 2021:560).

Kerangka Konseptual



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

- H1 : Promosi berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit
- H2 : Prosedur kredit berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit
- H3 : Tingkat suku bunga berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PERUMDA BPR Bank Gresik yang beralamat di Jalan Basuki Rahmat No. 18, Bedilan, Kebungson, Kec. Gresik, Kab. Gresik, Jawa Timur 61114.

Adapun penentuan jumlah sampel yang dikembangkan oleh Sugiyono (2017:91) adalah ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Menurut Wijaya (2013:29) dalam Suardika (2019) penentuan jumlah sampel apabila populasi diketahui secara jelas berjumlah 602 orang maka pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Jadi banyaknya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 86 orang nasabah PERUMDA BPR Bank Gresik. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk

dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019:289). Prosedur yang digunakan adalah memakai *purposive sampling* yaitu metode penetapan sampel dengan pertimbangan tertentu, Dalam hal ini ada beberapa pertimbangan peneliti dalam pengambilan sampel adalah nasabah PERUMDA BPR Bank Gresik yang mengambil kredit ultra mikro (Sugiyono, 2019:289).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian

ini adalah data primer dan data skunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner. Hasil penyebaran kuesioner akan diuji dengan menggunakan uji realibilitas dan validitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.576	3.224		2.970	.004
Total_X1	.789	.238	.375	3.313	.001
Total_X2	.688	.130	.247	3.443	.003
Total_X3	.969	.142	.075	2.483	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

H1 : Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Ultra Mikro Pada Perumda BPR Bank Gresik
Pengujian Hipotesis H1 Dari tabel dapat dilihat nilai Beta adalah sebesar 0,789 dengan signifikansi dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t- statistik 3.313 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1.662. Nilai original sample estimate positif mengindikasikan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Ultra Mikro Berdasarkan hasil regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima.

H2 : Pengaruh Prosedur Kredit Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Ultra Mikro Pada Perumda BPR Bank Gresik
Pengujian Hipotesis H2 Dari tabel dapat dilihat nilai Beta adalah sebesar 0,688 dengan signifikansi dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t- statistik 3.443 lebih besar dari

nilai t-tabel sebesar 1.662. Nilai original sample estimate positif mengindikasikan bahwa Prosedur Kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Ultra Mikro Berdasarkan hasil regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima.

H3 : Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Ultra Mikro Pada Perumda BPR Bank Gresik

Pengujian Hipotesis H3 Dari tabel dapat dilihat nilai Beta adalah sebesar 0,969 dengan signifikansi dibawah 5% yang ditunjukkan dengan nilai t- statistik 2.483 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1.662. Nilai original sample estimate positif mengindikasikan bahwa Tingkat suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Ultra Mikro Berdasarkan hasil regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

VI. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan .

1. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Ultra Mikro.
2. Prosedur Kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Ultra Mikro.
3. Tingkat suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Kredit Ultra Mikro

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, D., & Khristiana, Y. (2020). Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit. *Aktual: Journal Of Accounting and Financial* 5(1), 53-58.
- Daengs, G. S. A., Istanti, E., Negro, R. M. B. K., & Sanusi, R. (2020). The Aftermath of Management Action on Competitive Advantage Through Proccess Attributes at Food and Beverage Industries Export Import in Perak Harbor of Surabaya. *International Journal Of Criminology and Sociologi*, 9, 1418–1425.
- Farid, K. (2019). Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Masyarakat dalam Pengambilan Kredit. *Jurnal Ilmiah Ekonomi* 14 (2), 391-406.
- Galung, I. K., Mitriani, N. W., & Imbayani, I. G. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Kredit Pada PT. BPR Sentral Ekonomi Nusantara di Denpasar. *Values* 1 (1), 86-94.
- Hana, C., & Supriyadi, S. G. (2019). Pengaruh Prosedur Kredit dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Kredit Modal Kerja Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Ekuivalensi* 5 (2), 59-73.
- Huda, B., Sukidin, & Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial* 13 (1), 87-93.
- Istanti, Enny, et al.2021. The Effect of Job Stress and Financial Compensation Toward OCB And Employee Performance. *Jurnal Media Mahardika* Vol. 19 No. 3, Hal. 560-569.
- Istanti, Enny,et al. 2020. Impact Of Price, Promotion and Go Food Consumer Satisfaction In Faculty Of Economic And Business Students Of Bhayangkara University Surabaya, *Jurnal EKSPEKTRA Unitomo* Vol.IV No. 2, Hal. 104-120.
- Iwa Soemantri, Asep et al. 2020. Entrepreneurship Orientation Strategy, Market Orientation And Its Effect On Business Performance In MSMEs. *Jurnal EKSPEKTRA Unitomo* Vol. IV No. 1,Hal. 1-10.
- Katote, P., Yunus, H. R., & Syarifudin. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan dan Prosedur Kredit Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Oleh Nasabah Pada PT. BPR Hasamitra Cabang Daya di Makasar. *Accounting Journal*. 1 (2), 198-205.
- Kuncoro, M. (2012). *Manajemen Perbankan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Ningtiyas, S. I., Utomo, S. W., & Wihartanti, L. V. (2020). Pengaruh Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pada XX. *FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi* 7 (2), 309-317.
- Novitasari, Q. D., & Hidayati, R. A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Suku Bunga dan Promosi

- Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Rumah PT. Bank Tabungan Negara Cabang Gresik. *Jurnal Mahasiswa Manajemen* 1(1), 25-32.
- Purnamasari, J., Wilujeng, S., & Mufidah, Z. (2019). Pengaruh Lokasi dan Prosedur Kredit Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pada Nasabah PT. BPR Kerta Arthamandiri Kota Kepanjen-Kabupaten Malang *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*.2 (2), 1-5.
- Rina Dewi, et al. 2020. Internal Factor Effects In Forming The Success Of Small Businesses. *Jurnal SINERGI UNITOMO*, Vol. 10 No. 1, Hal. 13-21.
- Rivai, V., Veithzal, A. P., & Veithzal, A. P. (2013). *Credit Management Handbook (Manajemen Perkreditan Cara mudah Menganalisis Kredit, Teori, Konsep, Prosedur, dan Aplikasi serta Panduan Praktis Bankir, Mahasiswa, dan Nasabah)*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Simarmata, H. M. (2017). Pengaruh Kualitas Jasa, Citra Perusahaan dan Tingkat Suku Bunga Kredit Terhadap Keputusan Pengambilan Produk Kredit Mikro. *Jurnal Politeknik Bisnis Indonesia* 7 (1), 16-31.
- Suardika, I. K. (2019). Pengaruh Prosedur Kredit dan Tingkat Suku Bunga Kredit Terhadap Keputusan Mengambil Kredit PT, Bank Negara Indonesia (Persero) TBK Cabang Karangasem. *Jurnal Artha Satya Dharma* 12 (1), 54-69.
- Sucihati, R. N., Suprianto, & Mustiadi, D. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi, Pelayanan dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi Pada Nasabah Bank BRI Desa Jaya Makmur Kecamatan Labangka). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 17 (3), 164-174.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, & Andriansyah, B. (2019). Pengaruh Promosi dan Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Kredit Usaha Mikro di PT. Bank Mandiri (Persero) TBK. Cabang Tugumulyo Musi Rawas. *Jurnal Media Ekonomi (JURMEK)*, 27-38.
- Taswan. (2012). *Manajemen Perbankan*. Yogyakarta: UUP STIM YKPN.
- Triono, R. A. (2019). *Pengambilan Keputusan Manajerial (Teori dan Praktik Untuk Manajer dan Akademisi)*. Jakarta: Salemba Empat.