

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Pelanggan *Repeat Order* FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok**

**Sri Wahyunawati<sup>1</sup>, Raissa Helena Momongan<sup>2\*</sup>**

<sup>1,2\*</sup>Program Studi Manajemen, STIE Dahani Dahanai, Buntok, Indonesia

Email: <sup>1</sup>wahyunawati@gmail.com, <sup>2\*</sup>raissahelenamomongan123@gmail.com

### **Abstract**

*A developed economy provides a large selection of goods and services that can be consumed. To meet their needs for goods and services, consumers do not always have to pay in cash because many companies offer financing services. Financing services are specialized in accordance with the development of product diversity and customer needs. Finance service companies must be able to improve the quality of their services to embrace new customers and retain existing customers. This study was made with the aim of knowing and analyzing how the Quality of Service provided by the Spectra Business Unit at FIFGROUP Tanjung Pos Buntok Branch can influence the Decision of Making Consumer Credit RO (Repeat Order). This type of research is a descriptive quantitative type with the data collection process using questionnaires, observations, interviews, library research, and documentation. The selected sample of 124 people determined by the Random Sampling method and then processed by the Multiple Linear Regression method. The results showed that the calculation of multiple linear regression is  $Y = 4.718 + 1.270X_1 + 0.702X_2 + 0.645X_3 + 1.097X_4 + 0.656X_5$ . The results of the hypothesis test show that simultaneously service quality has a positive and significant effect on consumer credit decisions at RO FIFGROUP Tanjung Pos Buntok Branch with a calculated  $F$  value of  $58.402 > F$  table 2.29. While partially, obtained  $t$  count Tangibles ( $X_1$ ) 4.187, Reliability ( $X_2$ ) 2.585, Responsiveness ( $X_3$ ) 2.592, Assurance ( $X_4$ ) 3.739 and Empathy ( $X_5$ ) 2.146, which means that these values are values that greatly affect Credit Decisions by consumers repeat order FIFGROUP Tanjung Pos Buntok Branch because  $t_{count} > t_{table}$*

**Keywords:** *Quality of Service, Financing, Credit, Repeat Order Customers, FIFGROUP*

### **Abstrak**

Perekonomian yang telah maju memberikan banyak pilihan barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Untuk memenuhi kebutuhannya terhadap barang dan jasa, konsumen tidak selalu harus membayar secara tunai karena banyak perusahaan yang menawarkan jasa pembiayaan. Jasa pembiayaan mengalami spesialisasi sesuai dengan perkembangan keanekaragaman produk dan kebutuhan pelanggan. Perusahaan jasa pembiayaan harus dapat meningkatkan kualitas pelayanannya untuk merangkul pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang telah ada. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisa bagaimana Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Bisnis Unit Spektra di FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok dapat mempengaruhi

Keputusan Pengambilan Kredit Konsumen RO (*Repeat Order*). Jenis penelitian ini merupakan jenis kuantitatif deskriptif dengan proses pengumpulan data yang menggunakan metode kuesioner, observasi, wawancara, penelitian kepustakaan, dan dokumentasi. Sampel yang terpilih sebanyak 124 orang yang ditentukan dengan metode Random Sampling kemudian diolah dengan metode Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan perhitungan regresi linear berganda yaitu  $Y = 4.718 + 1.270X_1 + 0.702X_2 + 0.645X_3 + 1.097X_4 + 0.656X_5$ . Hasil uji Hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit konsumen RO pada Bisnis Unit Spektra Dikantor FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok dengan Nilai F hitung  $58.402 > F$  tabel 2,29. Sedangkan secara parsial, diperoleh t hitung Bukti Fisik ( $X_1$ ) 4.187, Keandalan ( $X_2$ ) 2.585, Tanggapan ( $X_3$ ) 2.592, Jaminan ( $X_4$ ) 3.739 dan Empati ( $X_5$ ) 2.146, yang artinya nilai-nilai tersebut merupakan nilai yang sangat mempengaruhi Keputusan Pengambilan Kredit oleh konsumen *repeat order* pada bisnis unit spektra di kantor FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$

**Kata Kunci :** Kualitas Pelayanan, Pembiayaan, Kredit, Pelanggan *Repeat Order*, FIFGROUP.

## 1. PENDAHULUAN

Perekonomian yang telah maju memberikan banyak pilihan barang dan jasa yang dapat dikonsumsi. Untuk memenuhi kebutuhannya terhadap barang dan jasa, konsumen tidak selalu harus membayar secara tunai karena banyak perusahaan yang menawarkan jasa pembiayaan. Jasa pembiayaan mengalami spesialisasi sesuai dengan perkembangan keanekaragaman produk dan kebutuhan pelanggan. PT. Federal International Finance (FIFGROUP) adalah perusahaan yang menyediakan fasilitas jasa pembiayaan konvensional dan syariah. FIFGROUP berada dibawah manajemen Astra Financial, yang merupakan bagian dari divisi layanan keuangan PT. Astra International Tbk. FIFGROUP cabang Tanjung pos Buntok merupakan salah satu dari 409 Pos cabang yang dimiliki perusahaan yang selain menyediakan fasilitas jasa pembiayaan konvensional dan syariah juga berfokus pada bidang pembiayaan konsumen secara retail.

Potensi dan kebutuhan perekonomian tersier diluar dari kebutuhan primer pada masyarakat di Kabupaten Barito Selatan menjadi pemicu bagi FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok untuk memperluas layanan pembiayaan kredit di luar barang konsumtif, diantaranya inovasi jasa pembiayaan untuk masyarakat yang ingin beribadah Umroh namun hanya mampu dengan cara mengangsur. Upaya mengembangkan kompetensi dan melakukan inovasi di bidang pembiayaan ini adalah suatu keniscayaan bagi perusahaan guna menggalang pertumbuhan kredit yang berkesinambungan sekaligus menjalankan fungsinya sebagai perusahaan bidang jasa pembiayaan.

Garvin yang dikutip Tjiptono (2016:147) menyatakan bahwa terdapat lima perspektif mengenai kualitas yang meliputi variabel bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), jaminan (*Assurance*), daya tanggap (*Responsiveness*) dan empati (*Empathy*). Bagaimana kualitas suatu pelayanan dapat dilihat, tergantung pada orang yang menilainya. Untuk itu perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas pelayanannya agar loyalitas pelanggan dapat terbentuk yang pada akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan dan pembelian atau penggunaan barang atau jasa secara berkelanjutan. Seorang pelanggan yang loyal memiliki prasangka spesifik mengenai apa yang akan dibeli dan dari siapa. Menurut Fandy Tjiptono (2008 : 111 ), loyalitas adalah situasi dimana konsumen bersikap

positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) diikuti pola pembelian ulang yang konsisten.

Konsumen yang tergolong dalam kategori konsumen RO (*repeat order*) pada penelitian ini termasuk dalam kategori pelanggan yang loyal, merupakan konsumen yang sudah pernah melakukan kredit pada FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok. Konsumen kategori ini pada dasarnya telah memiliki pengalaman dan persepsi terhadap pelayanan yang diterimanya. Konsumen RO di FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok termasuk dalam pelanggan potensial bagi perusahaan karena berdasarkan data yang diperoleh saat riset ini dilakukan, jumlah pelanggan RO mencapai 43 persen dari total pelanggan. Keputusan yang diambil oleh konsumen RO dalam pengambilan kredit pembiayaan sangat dipengaruhi oleh bagaimana pelayanan sebelumnya yang diberikan perusahaan. Untuk itu pelayanan para promotor dan sales dalam menawarkan produk pembiayaan yang perlu mendapat perhatian khusus.

Konsumen RO (*repeat order*) telah melakukan evaluasi dari pengalaman sebelumnya terhadap pelayanan yang didapatkan dan kesesuaiannya dengan harapan. Kemampuan dari para promotor dan sales untuk memberikan pelayanan terbaik dengan mempermudah pelanggan dalam proses pengajuan kredit serta jaminan privasi dan keamanan data konsumen menimbulkan rasa percaya dan keyakinan dari pelanggan untuk kembali melakukan pengambilan kredit pembiayaan di FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok. Dengan tujuan mengetahui bagaimana pengaruh dimensi kualitas pelayanan yang dilakukan oleh FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok secara parsial dan simultan terhadap keputusan konsumen RO dalam mengambil kredit, penelitian ini didesain dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Oleh Pelanggan *Repeat Order* FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok.

## **2. KAJIAN TEORI**

### **2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Tjiptono (2017: 180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan dapat sesuai dengan harapan pelanggan. Goetsch dan Davis yang dikutip Tjiptono dan Chandra (2016: 115) menyatakan bahwa kualitas pelayanan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

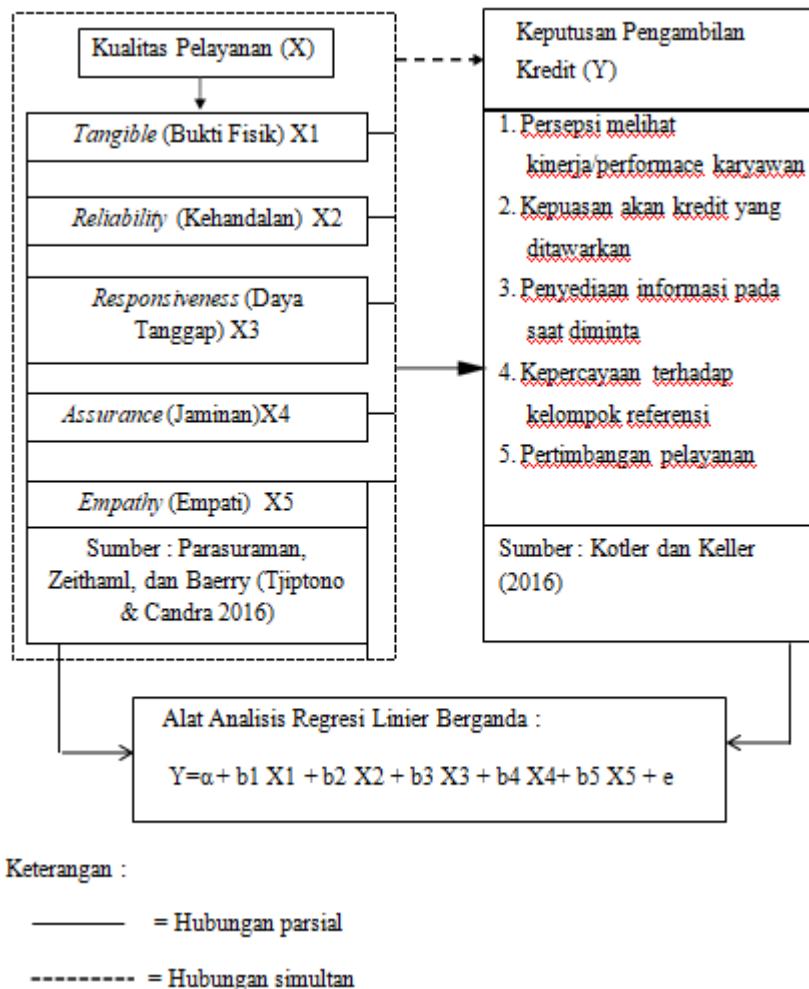
### **2.2. Jasa Pembiayaan**

Jasa pembiayaan merupakan fasilitas yang diberikan oleh lembaga keuangan berupa pendanaan atau investasi. Pembiayaan diartikan sebagai pendukung pendanaan atau investasi yang direncanakan diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain. Kasmir (2001:92) menyatakan bahwa pembiayaan ialah penyediaan uang berupa tagihan atau kredit atau yang bisa dianalogikan bersama itu, menurut keputusan bersama dari penyedia jasa pembiayaan kepada pihak lain sesuai dengan syarat dan prosedur serta adanya kesepakatan bersama yang mewajibkan pihak peminjam untuk mengembalikan uang tagihan atau kredit sampai batas periode yang telah ditentukan sebagai ganti atau untuk hasil

### **2.3. Keputusan Pengambilan Kredit**

Yang dimaksud keputusan menurut Kotler (Sufitrayati dan Nailufar, 2018) merupakan proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan dan perilaku setelahnya yang dilalui konsumen. Keputusan nasabah dalam mengambil pembiayaan/kredit menurut Schiffman dan Kanuk merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan dalam pengambilan pembiayaan/kredit (Ambarita et al., 2016). Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah mengambil pembiayaan

disuatu lembaga keuangan adalah proses keputusan nasabah memilih satu dari beberapa alternatif yang ada dalam mengambil pembiayaan, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia alternatif lainnya.



Gambar 1. Kerangka berfikir  
Sumber: diolah peneliti, 2022

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Populasi

Populasi dalam riset ini yaitu seluruh pelanggan *repeat order* pada FIFGROUP cabang Tanjung Pos Buntok berjumlah 180 orang.

#### 3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:143) jumlahnya sampel yang digunakan harus *representative* (mewakili) agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannyapun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Pengambilan sampel pada riset ini dilakukan dengan teknik *probability sampling*. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Yamane dengan batas toleransi error sebesar 5% dan berdasarkan hasil perhitungan maka jumlah sampel yang dijadikan responden pada riset ini adalah sebanyak 124 orang.

#### 3.3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengungkap dan menjangkau informasi kuantitatif serta keterangan lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, peneliti mengumpulkan data yang berkaitan

dengan menggunakan teknik observasi, teknik kuesioner untuk mengumpulkan data untuk statistik, wawancara dan studi pustaka untuk membantu proses pengolahan data serta memperkuat hasil.

### 3.4. Teknik analisis data

Data yang didapatkan pada riset ini diolah menggunakan teknik analisis yang dilakukan secara bertahap, dimulai dengan uji validitas yang menggunakan rumus *pearson product moment*, uji reliabilitas, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), uji regresi linier berganda dan uji koefisien determinasi.

## 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1. Analisis deskriptif

Pada penelitian ini gambaran responden di kelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan. Tabel 1. dan tabel 2. berikut adalah sajian deskriptif berdasarkan usia dan pekerjaan:

Tabel 1. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia

No	Karakteristik	Jumlah	Persentase%
1	22-25 tahun	9	7%
2	26-35 tahun	61	49%
3	36-45 tahun	45	36%
4	46-59 tahun	9	7%
Total		124	100%

Sumber: data diolah peneliti 2022

Dapat dilihat dari tabel diatas kategori responden berdasarkan usia ialah kisaran umur 22 s/d 25 tahun terdapat 9 orang yang di persentasikan 7%, 26 s/d 35 tahun terdapat 61 orang dan di persentasikan dengan 49%, 36 s/d 45 tahun terdapat 45 orang yang di persentasikan dengan 36% dan 46 s/d 59 tahun dengan jumlah 9 orang dan di persentasikan dengan 9%.

Tabel 2. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Karakteristik	Jumlah	Persentase%
1	Pegawai Swasta	19	15%
2	PNS/BUMD	47	38%
3	Pedagang	58	47%
Total		124	100%

Sumber: data diolah peneliti 2022

Dapat dilihat dari tabel diatas kategori responden berdasarkan Pekerjaan ialah pegawai swasta dengan jumlah 19 orang yang di persentasikan 15%, PNS/BUMD terdapat 47 orang dan di persentasikan dengan 38%, sedangkan pedagang terdapat 58 orang yang di persentasikan dengan 47%.

### 4.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

#### 1) Uji Validitas

Hasil dari uji validitas untuk variabel Kualitas Pelayanan yang berupa Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), dan Empati ( $X_5$ ) didapat

dengan mengetahui nilai korelasi antara skor item pernyataan dengan jumlah skor, nilai, kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel yang dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) 124 - 2, pada riset ini didapat r tabel dengan jumlah n 122 sebesar 0,176. Dan didapatkan berdasarkan hasil perhitungan bahwa setiap item pertanyaan memiliki nilai lebih dari 0,176 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel tersebut valid.

Hasil dari uji validitas untuk variabel (Y) Keputusan Pengambilan Kredit di dapat r tabel dengan jumlah n 122 sebesar 0,176 dan dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut valid.

## 2) Uji Reliabilitas

Hasil uji reabilitas pada variabel Kualitas Pelayanan Bukti Fisik (X<sub>1</sub>), Keandalan (X<sub>2</sub>), Daya Tanggap (X<sub>3</sub>), Jaminan (X<sub>4</sub>), dan Empati (X<sub>5</sub>) didapatkan semua hasil r memiliki nilai r hitung > r tabel. Karena memiliki nilai diatas > 0,5 maka dapat di simpulkan bahwa alat ukur dalam riset ini telah reliabel.

Hasil Uji Reliabilitas untuk Variabel (Y) Keputusan Pengambilan Kredit didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,904. Karena nilai diatas 0,5 maka dapat di simpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut reliabel.

## 3) Hasil Uji Hipotesis

### a) Hasil Analisis Regresi Linier berganda

Tabel. 3. Hasil Analisis Regresi Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.718	2.089		2.258	.026
Bukti Fisik(X <sub>1</sub> )	1.270	.303	.297	4.187	.000
Keandalan(X <sub>2</sub> )	.702	.272	.190	2.585	.011
Daya Tanggap(X <sub>3</sub> )	.645	.249	.153	2.592	.011
Jaminan(X <sub>4</sub> )	1.097	.293	.255	3.739	.000
Empati(X <sub>5</sub> )	.656	.306	.158	2.146	.034

Sumber: data diolah peneliti 2022

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = 4.718 + 1.270X_1 + 0.702X_2 + 0.645X_3 + 1.097X_4 + 0.656X_5$$

Yang dapat diartikan bahwa dengan konstanta sebesar 4.718 maka jika Bukti Fisik (X<sub>1</sub>), Keandalan (X<sub>2</sub>), Daya Tanggap (X<sub>3</sub>), Jaminan (X<sub>4</sub>), dan Empati (X<sub>5</sub>) nilai-nilainya adalah 0, maka Keputusan pengambilan kredit (Y) nilainya adalah 4.718.

### b) Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel. 4. Hasil Perhitungan Uji Parsial (Uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.718	2.089		2.258	.026
Bukti Fisik(X1)	1.270	.303	.297	4.187	.000
Keandalan(X2)	.702	.272	.190	2.585	.011
Daya Tanggap(X3)	.645	.249	.153	2.592	.011
Jaminan(X4)	1.097	.293	.255	3.739	.000
Empati(X5)	.656	.306	.158	2.146	.034

Sumber: data diolah peneliti 2022

Berdasarkan output hasil uji parsial (uji t) diperoleh t hitung lebih besar dari t tabel pada berbagai tingkat signifikansi. Nilai t hitung > nilai t tabel memiliki arti bahwa  $H_0$  ditolak atau secara variabel Bukti Fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ) dan Empati ( $X_5$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y).

#### c) Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel. 5. Hasil Perhitungan Uji Simultan (Uji F)  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3106.868	5	621.374	58.402	.000 <sup>b</sup>
Residual	1255.479	118	10.640		
Total	4362.347	123			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT(Y)

b. Predictors: (Constant), Empati(X5), Daya Tanggap(X3), Jaminan(X4), Bukti Fisik(X1), Keandalan(X2)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 58.402. dengan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , df 1 (jumlah Variabel-1) atau  $6-1=5$ , dan df 2 ( $n-k-1$ ) atau  $124-5-1=118$  ( $n$  adalah jumlah kasus dan  $k$  adalah jumlah variabel independen). Karena F hitung > F tabel ( $58.402 > 2,29$ ), maka  $H_0$  ditolak yang artinya Bukti fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ) dan Empati ( $X_5$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan pada Keputusan Pengambilan Kredit (Y).

#### d) Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary



Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 <sup>a</sup>	.712	.700	3.26185

a. Predictors: (Constant), Empati(X5), Daya Tanggap(X3), Jaminan(X4), Bukti Fisik(X1), Keandalan(X2)

Dari tabel model summary di atas dapat diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,712 dan Adjusted R square sebesar 0,700. Hal ini berarti 70,2% keputusan pengambilan kredit dapat dijelaskan oleh variabel empati, bukti fisik, keandalan, tanggapan, jaminan, sedangkan sisanya yaitu 29,8% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.3. Pembahasan

##### 1. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.

Hasil perhitungan uji t pada variabel bukti fisik diperoleh t hitung sebesar 4.187 dengan tingkat signifikansi 0.00. Nilai t hitung tersebut > dari nilai t tabel maka  $H_0$  di tolak artinya secara parsial Bukti Fisik ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y). Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pada variabel bukti fisik seperti pengetahuan karyawan mengenai penjelasan informasi kredit dan penampilan yang rapi karyawan di kantor FIFGROUP cabang Tanjung pos Buntok membawa pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit konsumen *repeat order*.

##### 2. Pengaruh Keandalan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.

Hasil perhitungan uji t pada variabel keandalan diperoleh t hitung sebesar 2.585 dengan tingkat signifikansi 0.011. Nilai t hitung tersebut > nilai t tabel maka  $H_0$  di tolak artinya secara parsial keandalan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y). Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pada variabel Keandalan seperti keakuratan karyawan dalam memberikan perhitungan angsuran kredit dan pelayanan yang tepat waktu di kantor FIFGROUP cabang Tanjung pos Buntok membawa pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit konsumen *repeat order*.

##### 3. Pengaruh Daya Tanggap Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.

Hasil perhitungan uji t pada variabel daya tanggap diperoleh nilai t hitung sebesar 2.592 dengan tingkat signifikansi 0.011. Nilai t hitung tersebut > nilai t tabel maka  $H_0$  di tolak artinya secara parsial Daya Tanggap ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y). Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pada variabel daya tanggap seperti cepat dalam menanggapi disaat konsumen memerlukan informasi di kantor FIFGROUP cabang Tanjung pos Buntok membawa pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit konsumen *repeat order*.

##### 4. Pengaruh Jaminan Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.

Hasil perhitungan uji t pada variabel Jaminan diperoleh nilai t hitung sebesar 3.739 dengan tingkat signifikansi 0.00. Nilai t hitung tersebut > nilai t tabel maka  $H_0$  ditolak artinya secara parsial Jaminan ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y). Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan pada variabel Jaminan seperti melakukan proses yang cepat dan jujur dalam memberikan pelayanan serta mempermudah proses pengajuan kredit konsumen *repeat order* pada bisnis unit spektra di kantor FIFGROUP cabang Tanjung pos Buntok



membawa pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit konsumen *repeat order*.

5. Pengaruh Empati Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.

Hasil perhitungan uji t pada variabel empati diperoleh nilai t hitung sebesar 2.146 dengan tingkat signifikansi 0.034. Nilai t hitung tersebut > nilai t tabel maka  $H_0$  ditolak artinya secara parsial Empati ( $X_5$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pengambilan Kredit (Y). Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dari variabel Empati seperti memberikan pelayanan dan mempermudah proses pengajuan kredit konsumen tanpa memandang status sosial serta menunjukkan kesungguhan dalam merespon setiap pengajuan kredit konsumen pada bisnis unit spektra di kantor FIFGROUP cabang Tanjung pos Buntok membawa pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pengambilan Kredit konsumen *repeat order*.

6. Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit.

Hasil perhitungan uji F diperoleh Nilai F hitung > F tabel ( $58.402 > 2,29$ ), karena F hitung > (Lebih Besar) F tabel ( $58.402 > 2,29$ ), maka  $H_0$  ditolak yang artinya Bukti fisik ( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Tanggapan ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ) dan Empati ( $X_5$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan pada Keputusan Pengambilan Kredit (Y). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan kualitas pelayanan yang di terapkan oleh suatu perusahaan jasa pembiayaan maka dapat mempengaruhi seseorang dalam menentukan keputusan pengambilan kredit.

## 5. PENUTUP

### 5.1. Kesimpulan

- Hasil pengujian parsial (uji t) variabel bukti fisik memperlihatkan nilai t hitung sebesar 4.187 dengan tingkat signifikansi 0.00. Nilai t hitung tersebut > dari nilai t tabel ( $4.187 > 1.979$ ) berarti  $H_1$  diterima.
- Hasil pengujian parsial (uji t) variabel keandalan memperlihatkan t hitung sebesar 2.585 dengan tingkat signifikansi 0.011. Nilai t hitung tersebut > dari nilai t tabel ( $2.585 > 1.979$ ) berarti  $H_2$  diterima.
- Hasil pengujian parsial (uji t) variabel daya tanggap memperlihatkan nilai t hitung sebesar 2.592 dengan tingkat signifikansi 0.011. Nilai t hitung tersebut > dari nilai t tabel ( $2.592 > 1.979$ ) berarti  $H_3$  diterima
- Hasil pengujian parsial (uji t) variabel jaminan memperlihatkan t hitung sebesar 3.739 dengan tingkat signifikansi 0.00. Nilai t hitung tersebut > dari nilai t tabel ( $3.739 > 1.979$ )
- Hasil pengujian parsial (uji t) variabel empati memperlihatkan t hitung sebesar 2.146 dengan tingkat signifikansi 0.034. Nilai t hitung tersebut > dari nilai t tabel ( $2.146 > 1.979$ ) berarti  $H_4$  diterima
- Hasil pengujian simultan (uji F) memperlihatkan Nilai F hitung > F tabel ( $58.402 > 2,29$ ), Artinya Bukti fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati secara bersama-sama pada Keputusan Pengambilan Kredit.

### 5.2. Saran

Hasil penelitian ini menggambarkan kondisi bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan sangat mempengaruhi keputusan pelanggan khususnya pelanggan *repeat order* pada FIFGROUP Cabang Tanjung Pos Buntok untuk kembali mengambil kredit. Namun jika dilihat dari hasil uji koefisien determinasi yang menunjukan bahwa masih ada 29,8 persen faktor lain yang juga dapat mempengaruhi, maka penulis memberikan saran agar penelitian

selanjutnya dapat menggali faktor-faktor lain yang juga berpengaruh, guna memaksimalkan keberhasilan perusahaan dalam meraih pelanggan.

## 6. DAFTAR RUJUKAN

- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta. Mitra Wacana Media.
- Asri, S. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa di Politeknik Negeri Balikpapan. Balikpapan. *JSHP ( Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan)*, 1(1), 77. <https://doi.org/10.32487/jshp.v1i1.237>
- Cahyadi, Made Andra. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit Dan Promosi Terhadap Keputusan UMKM dalam Melakukan Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) Di Kecamatan Buleleng. Bali. Program Studi S1 Akuntansi Jurusan Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- Fandy, Tjiptono, Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta. Andi.
- Farah Diza, Silcyljeova Moniharapon, Imelda W. J Ogi. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pt. Fifgroup Cabang Manado). Manado. Jurnal EMBA Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 109-119. <https://doi.org/10.35794/emba.4.1.2016.11568>
- Frangos, C. C., Fragkos, K. C., & Sotiropoulos, I. 2012. *Factors Affecting Customers Decision for Taking out Bank Loans : A Case of Greek Customers. Journal of Marketing Research & Case Studies*, (May), 16. <https://doi.org/10.5171/2012.927167>
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey. Pearson Pretice Hall, Inc.
- Sari Fatmaningsih, A. W. 2019. Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus : Ka Bandara Stasiun Sudirman Baru, Bni City). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–16. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v3i2.124>
- Sufitrayati, & Nailufar, f. 2018. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Banda Aceh. Langsa. Jurnal Manajemen Keuangan Syariah Ihtiyath, 2(1), 1–22. <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v2i1.689>