

Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Niat Nasabah Dalam Memilih Kredit Tanpa Agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar

Ida Bagus Gede Witnyana¹
Ida Bagus Sudiksa²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia
gusdewitnyana@yahoo.com/Telp: +6281999900333

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar. Jumlah sampel penelitian ditentukan dengan rumus Slovin menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 100 orang nasabah. Data dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, studi dokumentasi dan kuisisioner, selanjutnya analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, F-test, t-test dan *Standarized Coefficients Beta*. Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap dan norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar. Berdasarkan simpulan, maka saran yang dapat diajukan adalah menambah ragam produk yang suku bunganya lebih ringan dan jangka waktu pengembalian lebih lama khususnya untuk memberikan banyak pilihan bagi nasabah dari berbagai segmen sesuai dengan kondisi ekonominya, meningkatkan kualitas pelayanan terutama berkaitan dengan proses pemberian kredit dan meningkatkan komunikasi pemasaran melalui tenaga-tenaga pemasaran dalam usaha meyakinkan nasabah.

Kata kunci: *sikap, norma subyektif, niat memilih kredit.*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of attitude and subjective norm on the intention of customers in choosing a bank loan without collateral In Permata bank Branch Denpasar. The number of samples is determined by the formula Slovin study using purposive sampling as many as 100 customers. Data collected by the method of observation, interviews, documentation and questionnaire, further analysis of the data using multiple linear regression analysis, the classical assumption test, F-test, t-test and Standarized Beta Coefficients. The analysis showed that the attitude and subjective norm and significant positive effect on the

intention of customers simultaneously in choosing unsecured loan with Permata Bank Branch Denpasar. Based on the conclusions, the suggestions you can give is to add various products that quarter flowers lighter and longer repayment period specifically to provide more options for customers from various segments according to the condition of the economy, improve the quality of services, particularly related to credit granting process and improve communication marketing through marketing energies in an effort to convince customers.

Keywords: attitudes, subjective norms, intentions choosing credit.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi sangat terasa dengan berkembang pesatnya dunia usaha baik di bidang produksi, perdagangan maupun jasa. Perkembangan ini akan memberikan sumbangan yang besar bagi keberhasilan pembangunan Indonesia. Keberhasilan pembangunan Indonesia selama ini tidak terlepas dari peran serta lembaga-lembaga keuangan khususnya perbankan.

Perkembangan usaha perbankan terlihat dari peningkatan volume usaha, munculnya produk-produk baru yang ditawarkan oleh perbankan guna menggali dan menghimpun dana masyarakat serta adanya peningkatan pelayanan masyarakat, meningkatnya jumlah bank baik pendirian bank baru atau perluasan jaringan kantor (cabang).

Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan konsumen dan menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Tercapainya tujuan pemasaran melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen pada sasaran pasar harus didukung oleh pemahaman perilaku konsumen.

Kotler (2008:202) menyatakan bahwa berkaitan dengan perilaku konsumen, dalam hal ini penting diperhatikan konsep pemasaran. Perusahaan yang kreatif dan inovatif yang menganut konsep pemasaran akan selalu mengamati apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen yang berubah.

Menurut Lamb (2007 : 233), sikap (*attitude*) adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respon secara konsisten terhadap suatu obyek yang diberikan.

Menurut Moon (2009:132) dalam beberapa tahun terakhir, para peneliti mulai menyelidiki norma dalam konteks perilaku, dan pendekatan ini diakui sebagai yang baru. Norma subyektif mengacu pada keyakinan yang menyatakan bahwa referen adalah signifikan dalam menentukan perilaku. Menurut Rivai (2008:1792) norma subjektif terbetuk karena adanya keyakinan normatif dan motivasi dari referen yang dipercayai oleh konsumen. Penilaian terhadap norma subjektif dimaksudkan untuk mengetahui apakah lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen.

Bank Permata Cabang Denpasar memiliki Beberapa produk yang ditawarkan kepada nasabah diantaranya adalah: *liabilities*, kartu kredit, kredit tanpa agunan, perbankan UKM, perbankan konsumen, *investment services* dan PermataBank Syariah.

Produk yang mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir adalah kredit tanpa agunan (KTA), merupakan fasilitas pinjaman di Bank Permata Cabang Denpasar.

Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Perkembangan Jumlah Kredit Tanpa Agunan yang Dikeluarkan Bank Permata Cabang Denpasar Tahun 2008-2012

| No | Tahun | Kredit Tanpa Agunan | |
|-----------|-------|---------------------|---------------|
| | | Jumlah (Rp) | Perubahan (%) |
| 1 | 2008 | 11.915.695.000 | - |
| 2 | 2009 | 15.332.122.000 | 28,67 |
| 3 | 2010 | 20.389.066.000 | 32,98 |
| 4 | 2011 | 24.326.783.000 | 19,31 |
| 5 | 2012 | 32.903.417.000 | 35,26 |
| Jumlah | | 104.867.083.000 | 116,22 |
| Rata-rata | | 20.973.416.600 | 29,06 |

Tabel 1 di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah kredit tanpa agunan yang dikeluarkan Bank Permata Cabang Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2012 selalu meningkat setiap tahun. Peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2012 sebesar 35,26%, sedangkan peningkatan terendah adalah pada tahun 2011 sebesar 19,31%.

Tabel 2 Perkembangan Jumlah Nasabah Kredit Tanpa Agunan di Bank Permata Cabang Denpasar Tahun 2008-2012

| No | Tahun | Nasabah Kredit Tanpa Agunan | |
|-----------|-------|-----------------------------|---------------|
| | | Jumlah (Orang) | Perubahan (%) |
| 1 | 2008 | 935 | - |
| 2 | 2009 | 1.090 | 16,58 |
| 3 | 2010 | 1.225 | 12,39 |
| 4 | 2011 | 1.326 | 8,24 |
| 5 | 2012 | 1.563 | 17,87 |
| Jumlah | | 6.139 | 55,08 |
| Rata-rata | | 1227,8 | 13,77 |

Tabel 2 menunjukkan bahwa perkembangan jumlah nasabah kredit tanpa agunan di Bank Permata Cabang Denpasar dari tahun 2008 sampai tahun 2012 adalah selalu meningkat setiap tahun. Peningkatan tertinggi terjadi pada tahun

2012 sebesar 17,87%, sedangkan peningkatan terendah adalah pada tahun 2011 sebesar 8,24%.

Walaupun terjadi peningkatan jumlah nasabah kredit, namun masih ditemui keluhan. Beberapa keluhan tersebut adalah: karyawan kurang dapat memberikan perhatian pribadi kepada nasabah pada saat diperlukan karena banyaknya kesibukan dan banyaknya nasabah yang dilayani, disamping masih memandang status nasabah, kurangnya tanggung jawab karyawan terhadap proses transaksi yang mengalami *error* koneksi, karyawan kurang mendengar keluhan nasabah sehingga tidak menyampaikan ke manajemen, dan nasabah sering kesulitan jika melakukan pelaporan pengaduan berkaitan dengan proses maupun transaksi kredit.

Penelitian ini Bertujuan Untuk

- 1) Untuk mengetahui pengaruh sikap dan norma subyektif secara simultan terhadap niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh norma subyektif terhadap niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar.

Untuk Menjawab Tujuan Penelitian Di atas, Maka Dirumuskan Hipotesis Penelitian Sebagai berikut

Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Secara Simultan Terhadap Niat Konsumen Dalam Memilih Produk

- H₁: Sikap dan norma subyektif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap konsumen dalam memilih produk.
- H₂: Sikap berpengaruh positif terhadap niat konsumen dalam memilih produk.
- H₃: Norma subyektif berpengaruh positif terhadap niat konsumen dalam memilih produk.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Bank Permata Cabang Denpasar terletak di Jalan Melati No.63 Denpasar dipilih sebagai lokasi penelitian. Adapun yang melatar belakangi pemilihan Bank Permata Cabang Denpasar sebagai lokasi penelitian adalah karena terletak pada lokasi yang sangat strategis di daerah perkotaan dan pada wilayah perumahan, perkantoran dan perdagangan sehingga strategis dalam menjalankan usaha perbankan.

Obyek Penelitian

Sebagai obyek dalam penelitian adalah bidang pemasaran yaitu perilaku nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, terdiri dari: budaya, sosial, pribadi, psikologis dan bauran pemasaran.

Identifikasi Variabel

- 1) Variabel terikat dalam penelitian ini adalah niat calon nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan (Y).
- 2) Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sikap (X_1) dan norma subyektif (X_2).

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

- 1) Data kuantitatif adalah data jumlah kredit tanpa agunan yang disalurkan, jumlah nasabah kredit tanpa agunan dan jumlah karyawan di Bank Permata Cabang Denpasar serta skor jawaban responden dari hasil kuesioner yang disebarakan.
- 2) Data kualitatif adalah tentang sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi, deskripsi jabatan dan aktivitas pemasaran Bank Permata Cabang Denpasar.

Sumber Data

- 1) Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban dari kuesioner niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan, sikap dan norma subyektif.
- 2) Data sekunder dalam penelitian jumlah nasabah, sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi dan deskripsi jabatan serta aktivitas pemasaran di Bank Permata Cabang Denpasar.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah kredit tanpa agunan di Bank Permata Cabang Denpasar tahun 2012 sebanyak 1.563 orang nasabah kredit tanpa agunan.

Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2009:108), yaitu:

Teknik Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan sikap dan norma subyektif terhadap niat calon nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan yaitu berubahnya niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan akibat adanya perubahan sikap dan norma subyektif secara serempak.

Hasil analisis dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi linier berganda (Sugiyono, 2012:277):

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_i$$

Dimana:

\hat{Y} = Niat calon nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan

a = Nilai konstanta

X_1 = Sikap

X_2 = Norma subyektif

b_1 = Koefisien regresi dari sikap (X_1)

b_2 = Koefisien regresi dari norma subyektif (X_2)

e_i = Faktor residual

F-test

Uji f digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan sikap dan norma subyektif terhadap niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan.

t-test

Rumus yang digunakan untuk menguji (Sugiyono, 2012:246):

$$t = \frac{b_i - \beta_i}{S_{b_i}}$$

Dimana:

t = t-hitung

b_i = Koefisien regresi parsial yang ke-i dari regresi sampel

β_i = Koefisien parsial yang ke-i dari regresi populasi

S_{b_i} = Kesalahan standar (*standar error*) koefisien regresi sampel.

Standardized Coefficients Beta

Standardized coefficients beta bertujuan untuk menentukan variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat. Dalam hal ini variabel bebas adalah sikap dan norma subyektif sedangkan variabel terikat adalah niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan.

Deskripsi Variabel

Penelitian terhadap 100 orang responden di tentang variabel sikap, norma subyektif dan niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan diukur dengan menggunakan rata-rata skor.

1) Sikap (X_1)

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Jawaban Indikator Keyakinan dari 100 Orang Responden di Bank Permata Cabang Denpasar

| No | Pernyataan | Total Skor | Rata-rata Skor | Kategori Penilaian |
|----------------|---|------------|----------------|--------------------|
| 1 | Nilai manfaat kredit | 386 | 3,86 | Yakin |
| 2 | Suku bunga kredit | 341 | 3,41 | Yakin |
| 3 | Proses pemberian kredit | 316 | 3,16 | Cukup yakin |
| 4 | Karyawan paham kebutuhan nasabah | 352 | 3,52 | Yakin |
| 5 | Peralatan dan fasilitas dengan teknologi yang memadai | 350 | 3,50 | Yakin |
| Jumlah Skor | | 1.745 | 17,45 | - |
| Rata-rata Skor | | 349 | 3,49 | Yakin |

Distribusi frekuensi jawaban dijelaskan bahwa rata-rata keyakinan adalah 3,49 dengan kategori yakin, Nilai manfaat kredit adalah 3,86 dengan kategori yakin.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Jawaban Indikator Evaluasi dari 100 Orang Responden di Bank Permata Cabang Denpasar

| No | Pernyataan | Total Skor | Rata-rata Skor | Kategori Penilaian |
|----------------|---|------------|----------------|--------------------|
| 1 | Nilai manfaat kredit | 343 | 3,43 | Penting |
| 2 | Suku bunga kredit | 370 | 3,70 | Penting |
| 3 | Proses pemberian kredit | 366 | 3,66 | Penting |
| 4 | Karyawan paham kebutuhan nasabah | 363 | 3,63 | Penting |
| 5 | Peralatan dan fasilitas dengan teknologi yang memadai | 389 | 3,89 | Penting |
| Jumlah Skor | | 1.831 | 18,31 | - |
| Rata-rata Skor | | 366,20 | 3,66 | Penting |

Distribusi frekuensi jawaban dijelaskan bahwa nilai manfaat kredit diketahui rata-rata skor adalah 3,43 tergolong dalam kategori penting

2) Norma Subyektif (X_2)

Tabel 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Indikator Keyakinan Normatif dari 100 Orang Responden di Bank Permata Cabang Denpasar

| No | Pernyataan | Total Skor | Rata-rata Skor | Kategori Penilaian |
|----------------|-------------------------------------|------------|----------------|--------------------|
| 1 | Pendapat orang tua | 359 | 3,59 | Yakin |
| 2 | Pendapat saudara (kandung/keluarga) | 351 | 3,51 | Yakin |
| 3 | Pendapat sahabat | 367 | 3,67 | Yakin |
| 4 | Pendapat teman (sekolah/sekantor) | 319 | 3,19 | Cukup yakin |
| Jumlah Skor | | 1.396 | 13,96 | - |
| Rata-rata Skor | | 349 | 3,49 | Yakin |

Distribusi frekuensi jawaban dijelaskan bahwa rata-rata skor pendapat orang tua adalah 3,59 dengan kategori yakin, pendapat saudara (kandung/keluarga) adalah 3,51 dengan kategori yakin.

Tabel 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Indikator Motivasi dari 100 Orang Responden di Bank Permata Cabang Denpasar

| No | Pernyataan | Total Skor | Rata-rata Skor | Kategori Penilaian |
|----------------|-------------------------------------|------------|----------------|--------------------|
| 1 | Pendapat orang tua | 326 | 3,26 | Cukup Menuruti |
| 2 | Pendapat saudara (kandung/keluarga) | 314 | 3,14 | Cukup Menuruti |
| 3 | Pendapat sahabat | 278 | 2,78 | Cukup Menuruti |
| 4 | Pendapat teman (sekolah/sekantor) | 299 | 2,99 | Cukup Menuruti |
| Jumlah Skor | | 1.217 | 12,17 | - |
| Rata-rata Skor | | 304,25 | 3,04 | Cukup Menuruti |

Sumber: Lampiran 4 (data diolah) Tahun 2013.

Secara keseluruhan rata-rata skor adalah 3,04 berarti nasabah cukup menuruti pendapat orang lain (referen) dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar.

3) Niat Nasabah dalam Memilih Kredit Tanpa Agunan (X_1)

Niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan dalam penelitian ini merupakan variabel bebas yang disimbolkan dengan Y yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subyektif tentang perilaku.

Hasil perhitungan diperoleh skor niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan adalah 53,55 berarti secara keseluruhan nasabah mempunyai niat yang cukup kuat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel | Koefisien Regresi | Koefisien Beta | t-hitung | Signifikan t |
|---------------------------|-------------------|----------------|----------|--------------|
| Konstanta | 4,918 | - | - | - |
| Sikap (X_1) | 0,470 | 0,678 | 14,174 | 0,000 |
| Norma Subyektif (X_2) | 0,422 | 0,443 | 9,267 | 0,000 |
| R | = 0,888 | | | |
| R Square (R^2) | = 0,789 | | | |
| F-hitung | = 181,138 | | | |
| Signifikan F | = 0,000 | | | |

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui nilai konstanta (a) adalah 4,918, koefisien regresi sikap (b_1) adalah 0,470 dan koefisien regresi norma subyektif (b_2) adalah 0,422 sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda:

$\hat{Y} = 4,918 + 0,470 X_1 + 0,422 X_2$ adalah meningkatnya niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar secara serempak dipengaruhi oleh meningkatnya sikap dan norma subyektif nasabah.

Nilai koefisien determinasi dengan R^2 sebesar 0,789 menunjukkan bahwa variasi pengaruh secara simultan sikap dan norma subyektif terhadap niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar adalah sebesar 78,90 persen, sedangkan sisanya 21,10 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel sikap dan norma subyektif yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis 1 (F-test)

Hasil uji F-test berdasarkan Tabel 4.7 dan Gambar 4.4 diperoleh F-hitung adalah 181,38 lebih besar dari F-tabel sebesar 3,07 dengan sig. 0,000 < 0,05.

Hasil Uji Hipotesis 2 dan 3 (t-test)

Hasil uji t-test diperoleh t_1 -hitung adalah 14,174 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,658 dengan sig. 0,000 < 0,05.

2) Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Niat Nasabah dalam Memilih Kredit Tanpa Agunan

Hasil uji t-test berdasarkan t_2 -hitung adalah 9,267 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,658 dengan sig. 0,000 < 0,05.

Standardized Coefficients Beta

Hasil *Standardized Coefficients Beta* diketahui koefisien Beta sikap (β_1) adalah 0,678 lebih besar dari koefisien Beta norma subyektif (β_2) yaitu 0,443 menunjukkan sikap berpengaruh dominan terhadap niat

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

- 1) Sikap dan norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar.
- 2) Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar.
- 3) Norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat nasabah dalam memilih kredit tanpa agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar.

Saran

- 1) Menambah ragam produk yang suku bunganya lebih ringan dan jangka waktu pengembalian lebih lama khususnya untuk memberikan banyak pilihan bagi nasabah dari berbagai segmen sesuai dengan kondisi ekonominya.
- 2) Meningkatkan kualitas pelayanan terutama berkaitan dengan proses pemberian kredit yang dilaksanakan menurut aturan-aturan atau prosedur sesuai

- 3) Meningkatkan komunikasi pemasaran melalui tenaga-tenaga pemasaran dalam usaha meyakinkan nasabah sehingga berpengaruh terhadap niat

DAFTAR RUJUKAN

- Fredereca, Bunga Geofanny dan Chairy. 2010. Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 3, No. 2, Agustus 2010, Hal. 128-143.*
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lamb Jr., Charles W. 2007. *Pemasaran, Buku 1*. Jakarta : Salemba Empat.
- Moon, Sun-Jung. 2009. The Effect of Value, Motivation, Attitude, Subjective norm on the Environmental Friendly Product Purchase Intention. *Journal of School of Business Kyungpook National University, 2009, pp. 131-134.*
- Rifai, Ahmad. 2008. Perilaku Konsumen Sayuran Organik di Kota Pekanbaru. *Jurnal Industri dan Perkotaan Volume XII Nomor 22/Agustus 2008, Hal.1786-1792.*
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.