

The Influence Of Bank Image, Credit Products And Interest Rates On The Decision To Take Credit At PT BPR Indra Candra Singaraja

Pengaruh Citra Bank, Produk Kredit Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Pada PT BPR Indra Candra Singaraja

Ni Nyoman Juli Nuryani¹, Ni Luh Putu Krispiani²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja^{1,2}

komangjulinuryani060776@gmail.com¹, yanikrispi2000@gmail.com²

**Corresponding Author*

ABSTRACT

The results of the study showed that there was an influence of bank image on the decision to take credit at PT BPR Indra Candra of 0.236. The results of the hypothesis test using the t-test showed that the t-count (3.622) was greater than the t-table (1.660). These results indicate that bank image greatly influences customer decisions to take loans at PT BPR Indra Candra. Based on the results of the study, the influence of credit products on the decision to take loans at PT BPR Indra Candra was 0.332. The results of the hypothesis test using the t-test showed that the t-count (3.544) was greater than the t-table (1.660). Therefore, it can be concluded that credit products offered to customers can increase customer desire to apply for loans. The results of the study showed that the influence of interest rates on credit decisions at PT BPR Indra Candra was indicated by a regression value of 0.360. The influence of interest rates on credit decision-making is also supported by the results of hypothesis testing, with the t-test showing that $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($4.128 > 1.660$). Based on the results of the study, it can be concluded that interest rates have a strong and positive influence on customer decisions to take out loans. This is evidenced by the existence of competitive interest rates that can influence customers in considering applying for loans to banks.

Keywords : *Bank Image, Credit Products and Interest Rates and the Decision to Take Credit*

ABSTRAK

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh citra bank terhadap keputusan untuk mengambil kredit di PT BPR Indra Candra sebesar 0,236. Hasil uji hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa nilai t-hitung (3,622) lebih besar daripada nilai t-tabel (1,660). Hasil ini menunjukkan bahwa citra bank memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk mengambil pinjaman di PT BPR Indra Candra. Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh produk kredit terhadap keputusan untuk mengambil pinjaman di PT BPR Indra Candra sebesar 0,332. Hasil uji hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung (3,544) lebih besar daripada nilai t tabel (1,660). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa produk kredit yang ditawarkan kepada pelanggan dapat meningkatkan keinginan pelanggan untuk mengajukan pinjaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh suku bunga terhadap keputusan kredit di PT BPR Indra Candra ditunjukkan oleh nilai regresi sebesar 0,360. Pengaruh suku bunga terhadap pengambilan keputusan kredit juga didukung oleh hasil uji hipotesis, dengan uji t menunjukkan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,128 > 1,660$). Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa suku bunga memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap keputusan pelanggan untuk mengajukan pinjaman. Hal ini dibuktikan dengan adanya suku bunga yang kompetitif yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam mempertimbangkan pengajuan pinjaman ke bank.

Kata kunci: Citra Bank, Produk Kredit, dan Suku Bunga serta Keputusan untuk Mengambil Kredit.

1. Pendahuluan

Pada saat globalisasi dan persaingan bisnis yang pesat saat ini, bank memegang peranan penting sebagai lembaga keuangan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Menurut Abdurrachman (2014), bank adalah lembaga keuangan yang menawarkan berbagai

layanan seperti peminjaman, penukaran mata uang, pemantauan mata uang, pengamanan barang berharga, dan pemberian dukungan keuangan kepada bisnis dalam berbagai skala. Bank sering disebut dengan istilah lain yaitu lembaga keuangan penting yang bertugas sebagai pengumpul dana dari masyarakat serta memberikan dana tersebut dalam bentuk pinjaman berupa kredit. Kondisi kredit memegang peranan penting dalam untuk dapat membuat ekonomi dari suatu negara dapat terus berkembang karena berfungsi sebagai alat utama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui penyediaan pinjaman kepada individu, perusahaan, dan sektor bisnis. Faktor internal dan eksternal dalam industri perbankan, serta kebijakan moneter, fiskal, dan stabilitas ekonomi global, memiliki dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan sektor kredit.

Pertumbuhan kredit secara keseluruhan di Indonesia sebagian besar dipengaruhi oleh pertumbuhan sektor perbankan, kebijakan Bank Indonesia, dan kondisi ekonomi yang dapat memengaruhi kepercayaan dan tindakan kreditur dan peminjam. Industri perbankan Indonesia telah mengalami pergeseran yang signifikan yang ditandai oleh terus berkembangnya teknologi dan regulasi yang lebih ketat. Namun demikian, pengaruh eksternal seperti ketegangan geopolitik dan perubahan kebijakan moneter global juga dapat sangat memengaruhi lingkungan kredit di Indonesia.

Pada tahun 2020, dunia dihadapkan pada pandemi COVID-19 yang mengguncang hampir seluruh sektor ekonomi, termasuk sektor perkreditan. Pandemi tersebut menyebabkan penurunan aktivitas ekonomi, gangguan pada rantai pasokan, dan meningkatnya ketidakpastian yang berdampak pada penurunan permintaan kredit. Banyak sektor usaha, terutama yang bergantung pada mobilitas dan interaksi langsung dengan konsumen, menghadapi kesulitan yang memengaruhi kelangsungan operasional dan kemampuan memenuhi kewajiban kredit. Namun, pasca fase krisis pandemi, perekonomian Indonesia mulai memasuki masa pemulihan. Sektor perkreditan perlahan menunjukkan pemulihan, didorong oleh upaya stimulus fiskal pemerintah dan kebijakan moneter longgar Bank Indonesia untuk mendukung likuiditas di pasar.

Pada tahun 2021 dan 2022, sektor perkreditan mulai bangkit, meskipun belum sepenuhnya pulih seperti sebelum pandemi. Namun, pada tahun 2023 hingga 2024, kondisi global yang tidak menentu, termasuk dampak konflik internasional dan kebijakan suku bunga tinggi oleh bank sentral negara-negara besar, menghadirkan tantangan baru bagi sektor perkreditan. Meningkatnya inflasi dan ketidakpastian ekonomi global juga berdampak pada permintaan kredit dan perilaku nasabah. Meski demikian, sektor perkreditan Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini mengalami perubahan ke arah positif, terutama pada sektor konsumen dan kredit untuk jenis usaha menengah kebawah atau sektor usaha kecil yang mengalami peningkatan signifikan.

Dalam periode pemulihan kredit saat ini, bisnis menghadapi persaingan yang lebih ketat dan perlu meningkatkan keunggulan kompetitif mereka. Ini termasuk meningkatkan produk kredit, suku bunga, dan citra keseluruhan mereka, karena persepsi pelanggan secara signifikan memengaruhi posisi perusahaan di masyarakat. Oleh karena itu, produk kredit harus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen secara efektif. Lebih jauh, penting untuk secara konsisten mematuhi sistem suku bunga kredit berdasarkan penyesuaian suku bunga BI.

Menurut Swasta (2012), meningkatkan citra perusahaan sangat penting bagi manajer industri jasa yang ingin meningkatkan pengambilan keputusan pelanggan. Menurut Weiwei (2007), citra perusahaan merupakan suatu komponen yang sangat mendorong keberhasilan usaha yang dapat diketahui dari segi fungsional dan dari segi emosional. Dimana aspek fungsional ini sering dikaitkan dengan hasil nyata yang diperoleh suatu perusahaan, sedangkan jika dilihat dari aspek emosional diketahui dari psikologis nasabah yang ditunjukkan melalui emosi atau sudut pandang nasabah terhadap perusahaan penyedia jasa. Emosi ini berasal dari

interaksi pribadi dengan perusahaan dan dari mengevaluasi karakteristik yang berfungsi sebagai indikator praktis reputasi perusahaan.

Selain citra perusahaan, produk kredit juga memainkan peran penting dalam menentukan keputusan kredit pelanggan. Dalam penelitian Kesuma & Suhartono (2013), produk kredit diartikan sebagai fasilitas pinjaman yang ditawarkan oleh lembaga keuangan kepada peminjam, yang harus dibayarkan tepat waktu sesuai apa yang sudah direncanakan diawal sebelumnya dan disertai dengan beban bunga atas dana yang dipinjam.

Produk kredit adalah layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan, termasuk bank dan lembaga pembiayaan, kepada individu, bisnis, atau entitas lain yang membutuhkan dana untuk berbagai keperluan, seperti pengeluaran pribadi, investasi, atau modal usaha. Dalam produk kredit, debitur meminjam sejumlah uang tertentu dari kreditur dan berkewajiban untuk membayarnya kembali dalam jangka waktu tertentu, disertai bunga atau biaya lain sesuai dengan ketentuan yang disepakati sebelumnya. Menurut Suryani (2017), menawarkan produk kredit yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan nasabah dapat membangun kepercayaan dan menyederhanakan proses pengambilan keputusan.

Suku bunga adalah jumlah, dinyatakan sebagai persentase, yang dibebankan pemberi pinjaman (seperti bank atau lembaga keuangan) kepada peminjam sebagai biaya untuk meminjam uang. Suku bunga biasanya dihitung setiap tahun dan ditunjukkan sebagai persentase dari jumlah yang dipinjam atau disimpan. Biaya penggunaan dana pinjaman dalam jangka waktu tertentu disebut sebagai suku bunga. Kevin et al. (2019) menyatakan bahwa kebijakan moneter bank sentral dan penawaran serta permintaan dana di pasar uang dapat memengaruhi suku bunga. Menurut Mankiw (2012), suku bunga mengacu pada biaya peminjaman uang atau pendapatan yang diterima oleh individu atau organisasi dari uang yang dipinjamkannya. Faktor-faktor seperti inflasi, kebijakan bank sentral, dan kondisi ekonomi secara keseluruhan memengaruhi suku bunga. Marbun dan rekan-rekannya (2023) menekankan bahwa suku bunga memegang peranan penting dalam memengaruhi keputusan kredit nasabah. Nasabah mungkin merasa terbebani oleh tingginya suku bunga dan mungkin menjadi lebih berhati-hati atau menunda mendapatkan kredit karena cicilan yang harus dibayarkan. Di sisi lain, ketika suku bunga rendah, hal itu dapat memudahkan nasabah dalam mengambil keputusan untuk mengambil pinjaman.

Demikian pula, PT BPR Indra Candra Singaraja harus terus mempertimbangkan pilihan nasabahnya untuk memastikan pertumbuhan mereka yang berkelanjutan, karena bank tersebut berupaya meningkatkan daya saingnya melalui peningkatan reputasinya, menyediakan opsi pinjaman yang menarik, dan menetapkan suku bunga yang kompetitif sebagai Bank Ekonomi Rakyat (BPR). Citra yang positif dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan memotivasi mereka untuk mengajukan pinjaman di bank tersebut. Selain itu, penting juga untuk mempertimbangkan berbagai produk kredit yang sesuai dengan kebutuhan spesifik nasabah ketika membuat keputusan tentang pemberian kredit. Suku bunga bank juga memiliki dampak yang signifikan, karena suku bunga yang kompetitif dapat menarik nasabah yang ingin meminjam uang. PT BPR Indra Candra Singaraja perlu terus meningkatkan produk dan layanannya untuk bertahan di industri perbankan, mengingat preferensi nasabah yang terus berkembang dan persaingan yang ketat. Jadi, untuk menjaga dan menumbuhkan jumlah peminjam, PT BPR Indra Candra Singaraja secara konsisten bekerja sama dengan pihak lain dengan meningkatkan reputasi bank, menyediakan opsi pinjaman yang tepat, dan menetapkan suku bunga yang kompetitif dan fleksibel. PT BPR Indra Candra Singaraja senantiasa berupaya memberikan berbagai keuntungan tambahan bagi para peminjam, termasuk produk kredit yang kompetitif, suku bunga yang menguntungkan, dan ketentuan keuangan yang akomodatif, guna memastikan kepuasan mereka dan menumbuhkan loyalitas jangka panjang.

PT BPR Indra Candra Singaraja adalah salah satu lembaga keuangan yang masih kompetitif dibidang penyedia jasa keuangan dan masih dapat terus berkembang dibandingkan

dengan perusahaan sejenisnya. Hal ini dikarenakan fokus mereka dalam mengutamakan nasabah karena nasabah merupakan aset penting bagi bank. Diharapkan jumlah nasabah PT BPR Indra Candra Singaraja akan terus bertambah, sehingga bank ini mampu bersaing dengan bank swasta maupun nasional. Tabel berikut ini memberikan gambaran visual mengenai jumlah realisasi kredit.

Tabel 1. Jumlah Realisasi Kredit Pada PT BPR Indra Candra Singaraja Tahun 2020-2024

Tahun	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persentase
2020	5.876.048.583.076,67	3.464.045.748.454,67	-
2021	6.037.509.412.435,00	5.921.605.305.440,00	-101%
2022	5.396.708.428.799,64	7.460.038.436.803,09	72%
2023	6.388.822.152.389,00	7.776.987.467.180,40	82%
2024	6.085.876.838.761,00	5.810.683.912.343,00	-105%

(Sumber : PT BPR Indra Candra Singaraja Tahun 2025)

Tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah realisasi kredit di PT BPR Indra Candra mengalami fluktuasi dari tahun 2020 hingga tahun 2024. Pada tahun 2020, realisasi kredit jauh lebih rendah dari target yang ditetapkan karena masih dalam masa pemulihan dampak pandemi COVID-19. Selain itu, terjadi pergeseran fokus dari kredit konsumsi dengan sistem pemotongan gaji bagi PNS menjadi kredit modal usaha, khususnya untuk usaha kecil dan menengah. Pada tahun 2021, terjadi peningkatan realisasi kredit, berkat adanya kerja sama dengan perusahaan fintech lending untuk menyalurkan kredit melalui skema channeling. Tahun 2022-2023 terjadi lonjakan realisasi kredit yang signifikan dan melampaui target, sebagai hasil dari inovasi PT BPR Indra Candra dalam melakukan diversifikasi produk perbankan dan resmi menjadi penyalur Kredit Usaha Rakyat (KUR). Penunjukan ini menyebabkan peningkatan realisasi kredit di PT BPR Indra Candra yang cukup signifikan. Pada tahun 2024, pengakuan kredit mengalami penurunan karena perusahaan menghentikan sementara kerja sama dengan perusahaan fintech lending. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat yang berutang kepada PT BPR Indra Candra yang tidak mampu membayar dan mengalami wanprestasi kredit (kredit macet). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah dalam memilih bank untuk melakukan pinjaman didasari oleh beberapa hal, seperti halnya citra bank, produk kredit, dan suku bunga yang ditawarkan.

2. Tinjauan Pustaka

Bank

Kasmir (2018) dalam bukunya menyatakan bahwa bank adalah perusahaan yang mengumpulkan dana dari para nasabah dan bank adalah lembaga keuangan yang menjamin pinjaman atau tabungan nasabah baik dalam bentuk simpanan berjangka, simpanan di bank umum, maupun simpanan giro. Dana yang terkumpul kemudian disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau kredit yang digunakan untuk mendukung berbagai sektor perekonomian. Bank berperan penting dalam menjaga stabilitas perekonomian, memperlancar peredaran uang dalam perekonomian, serta menyediakan layanan keuangan seperti transfer uang, pembayaran, dan pengelolaan investasi. Bank merupakan lembaga komersial yang beroperasi untuk pengumpul dana dari seluruh masyarakat baik dalam bentuk simpanan ataupun meminjamkan data (kredit) dimana tujuan tersebut untuk dapat meningkatkan taraf hidup dari nasabah atau masyarakat itu sendiri.

Citra Bank

Menurut Krisyantono (2012), citra bank atau yang disebut juga dengan corporate image merupakan kesan psikologis dan gambaran kegiatan perusahaan yang dipersepsikan

oleh masyarakat yang dibentuk oleh pengetahuan, reaksi, dan pengalaman mereka. Menurut Swasta (2012), penilaian masyarakat terhadap reputasi suatu perusahaan dapat dikategorikan menjadi positif, netral, dan negatif. Menurut Nugroho & Teguh (2013), citra suatu perusahaan dilihat sebagai persepsi oleh pemangku kepentingan eksternal, khususnya nasabah. Menurut Siadari & Lutfi (2021), citra dapat diartikan sebagai kesan yang terbentuk dari perasaan nasabah atau dari pelayanan pegawai perusahaan pada masyarakat. Jadi, menurut pandangan tersebut, citra menggambarkan persepsi suatu objek terhadap objek lainnya, yang dibentuk dengan terus-menerus mengolah informasi dari berbagai sumber yang dapat dipercaya. Citra bank ini merupakan gambaran keseluruhan pemahaman terhadap suatu entitas perbankan yang terbentuk dengan mengolah informasi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman dari berbagai sumber.

Produk Kredit

Menurut Kurriwati (2019), produk didefinisikan sebagai sesuatu yang ditawarkan kepada nasabah atau masyarakat baik dalam bentuk barang ataupun jasa yang dapat dilihat atau dinikmati. Bank akan dapat terus bersaing dan kehadirannya di industri ini semakin berkembang. PT BPR Indra Candra Singaraja berkomitmen untuk menjadi bank terdepan yang secara konsisten menawarkan produk kredit yang inovatif, dan berdedikasi untuk meningkatkan kualitas penawarannya. PT BPR Indra Candra Singaraja mengutamakan produk kredit yang baik karena bank menganggap nasabahnya sebagai aset yang paling berharga. Lebih jauh, PT BPR Indra Candra Singaraja bertujuan untuk memberikan nilai dan keuntungan tertinggi bagi para pemangku kepentingan. Oleh karena itu, diantisipasi bahwa daftar klien PT BPR Indra Candra Singaraja akan terus bertambah, seiring dengan minat nasabah terhadap perusahaan. Agar PT BPR Indra Candra Singaraja terus bersaing dengan bank swasta dan nasional lainnya, PT BPR Indra Candra Singaraja harus tetap mampu.

Tingkat Suku Bunga

Biaya meminjam uang, yang dikenal sebagai suku bunga, dan laba serta keuntungan yang diterima dari kepemilikan saham, yang dikenal sebagai dividen dan keuntungan modal, adalah dua cara utama modal diperoleh dan dibayarkan di pasar keuangan. Selain itu, perubahan suku bunga berdampak pada keputusan untuk melakukan investasi, khususnya pada sekuritas yang harganya berfluktuasi tergantung pada perubahan suku bunga (suku bunga yang lebih tinggi menyebabkan harga sekuritas yang lebih rendah dan sebaliknya). Ini berarti bahwa investor cenderung melihat keuntungan modal (Sitanggang & Munthe, 2018). Menurut Suyati (2016), suku bunga adalah biaya yang harus diberikan kepada seluruh nasabah atau masyarakat sekitar dan biasanya suku bunga sering kali diketahui dalam bentuk persentase. Suku bunga adalah biaya dari suatu pinjaman yang sudah dilakukan oleh nasabah dan biasanya berbentuk persentase untuk setiap periode waktu (baik per bulan maupun per tahun). Menurut Siregar & Hardana (2022), bunga dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai pembayaran yang dilakukan oleh peminjam sebagai imbalan atas dana yang dipinjam, dan biasanya dinyatakan dalam persentase. Menurut Lullah et al. (2020), suku bunga adalah uang yang harus dibayarkan oleh nasabah dan periode pembayaran sudah diatur dalam perjanjian pinjaman yang sering dinyatakan dalam bentuk persentase maupun jangka waktu 1,3,6 dan 12 bulan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di suatu lembaga keuangan yaitu PT BPR Indra Candra Singaraja, dimana lokasi dari bank tersebut berada di Jalan Pramuka No. 10 Singaraja. Berikut ini adalah alasan dilakukannya penelitian di BPR Indra Candra Singaraja yaitu PT BPR Indra Candra Singaraja merupakan BPR terbesar di Singaraja dan menduduki peringkat kedua dalam

hal aset di Bali. Pada tahun 2015, PT BPR Indra Candra Singaraja dalam perjalanannya sudah memperoleh sertifikat ISO 9001:2008 untuk Sistem Manajemen Mutu dalam memberikan layanan perbankan perkreditan rakyat kepada masyarakat. Nasabah PT BPR Indra Candra memiliki kantor cabang yang tersebar di berbagai lokasi di Kabupaten Buleleng. PT BPR Indra Candra Singaraja merupakan satu-satunya BPR yang berwenang memberikan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Provinsi Bali. BPR Indra yang telah melayani masyarakat Bali sejak tahun 1969 dan memiliki reputasi pengelolaan yang baik, berkomitmen untuk mendukung kemajuan UMKM agar dapat menjadi tumpuan pembangunan ekonomi Bali di masa mendatang. 5. PT BPR Indra Candra Singaraja secara konsisten menjaga reputasi bank dengan menawarkan berbagai produk kredit berkualitas dan suku bunga yang kompetitif untuk menarik nasabah yang ingin meminjam uang.

Jenis dari penelitian yang dipergunakan dalam skripsi ini adalah kuantitatif, dengan menunjukkan angka-angka berupa hasil dari statistik yang diperoleh dari penyebaran kuesioner penelitian. Populasi dipilih berdasarkan sejumlah debitur tertentu di tahun 2024 dari PT BPR Indra Candra Singaraja hanya akan meneliti, bukan seluruh populasi, sebagai sampel penelitian. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin, yang memperhitungkan populasi debitur yang diketahui sebanyak 126.429 debitur. Hal ini memungkinkan perhitungan besarnya sampel yang akurat. Dalam penelitian ini, digunakan besarnya sampel 100 nasabah yang disurvei pada tahun 2024, dengan tingkat kesalahan 10%. Nasabah tersebut dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu memiliki realisasi kredit di atas 100 juta, merupakan debitur yang berlokasi di Kabupaten Buleleng, dan memiliki kredit modal kerja maupun kredit investasi. Keputusan ini memastikan bahwa sampel yang dikumpulkan menunjukkan keragaman yang cukup dan sejalan dengan tujuan penelitian, termasuk pemeriksaan debitur dengan kredit tinggi, lokasi tertentu, dan jenis kredit tertentu. Metode ini menjamin bahwa sampel yang dipilih memiliki pengalaman langsung yang sangat relevan dengan topik penelitian, sehingga menghasilkan data yang lebih komprehensif dan signifikan untuk menganalisis hubungan antarvariabel penelitian. Teknik dalam pengambilan data-data di penelitian ini terdiri dari 2 jenis yaitu dokumentasi yang diambil pada saat penelitian dan angket yang disebarkan pada saat melakukan penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian dengan yang sudah dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan debitur sebagai sampel yaitu sebanyak 100 orang debitur dari PT BPR Indra Candra Singaraja dari banyaknya populasi penelitian yang diambil dari beberapa kriteria seperti memiliki realisasi kredit di atas 100 juta, merupakan debitur yang berlokasi di Kabupaten Buleleng, dan memiliki kredit modal kerja maupun kredit investasi. Hasil penelitian menunjukkan hasil *instrument* dalam penelitian dapat dipergunakan jika seluruh indikator dalam penelitian dikatakan valid, standar minimal nilai per indikator penelitian layak digunakan apabila nilai r lebih tinggi dari 0,196, nilai tersebut diperoleh berdasarkan rumus yang sudah ditentukan dalam mengetahui standar r tabel ($N-2$) ataupun jumlah sampel dikurang 2 yaitu $100 - 2 = 98$, berdasarkan perhitungan itu didapatkan nilai 0,196 sebagai standar valid. Nilai uji validitas dari jumlah indikator citra bank dengan jumlah indikator 4 yaitu dengan perolehan nilai dari hasil statistik yaitu sebesar 0,713, 0,702, 0,596, 0,808. Produk kredit dengan jumlah indikator 4 yaitu dengan perolehan nilai dari hasil statistik yaitu sebesar 0,517, 0,684, 0,560, 0,765, Tingkat suku bunga dengan jumlah indikator 4 yaitu dengan perolehan nilai dari hasil statistik yaitu sebesar 0,750, 0,774, 0,723, 0,638. Keputusan mengambil kredit dengan jumlah indikator 5 yaitu dengan perolehan nilai dari hasil statistik yaitu sebesar 0,672, 0,763, 0,668, 0,694, 0,780.

Berdasarkan nilai dari hasil uji reliabilitas dari seluruh variabel yang diteliti diketahui sudah reliabel dengan perolehan nilai diatas 0,60. Untuk mengetahui nilai dari variabel

penelitian yaitu citra bank dengan hasil perolehan nilai 0,899, produk kredit dengan hasil perolehan nilai sebesar 0,864, tingkat suku bunga dengan hasil perolehan nilai sebesar 0,907, keputusan mengambil kredit dengan hasil perolehan nilai 0,911.

Hasil uji asumsi klasik dikatakan baik jika nilai dari one sampel berada diatas 5% (0,05), Dimana hasil penelitian dari variabel yang digunakan menunjukkan nilai 0,377. Hasil dari uji multikolonieritas dapat dikatakan baik jika tidak terjadi masalah *multikolonieritas*, hasil tersebut dinyatakan baik jika variabel bebas < 0,10 untuk tolerance dan 10 untuk VIF. Dimana dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas dengan nilai citra bank yaitu nilai torelance 0,573 dan begitu juga VIF sebesar 1,746, produk kredit yaitu nilai torelance 0,280 dan begitu juga VIF sebesar 3,572, tingkat suku bunga yaitu nilai torelance 0,316 dan begitu juga VIF sebesar. Dari nilai tolerance dan VIF diatas sudah nampak jelas bahwa seluruh variabel yang peneliti gunakan dalam penelitian sudah terbebas dari masalah multikolonieritas. Dan pada uji autokorelasi tidak didapatkan masalah karena nilai dari seluruh variabel memiliki nilai durbin Watson lebih besar dari standar yang sudah ditentukan dengan sampel 100 yaitu 1,7364 dan nilai dari variabel penelitian 2,242 serta sudah memiliki nilai lebih kecil dari (4-du) atau 2,2636.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,286	0,235		1,221	0,225
Citra Bank	0,236	0,065	0,245	3,622	0,000
Produk Kredit	0,332	0,094	0,343	3,544	0,001
Tingkat Suku Bunga	0,360	0,087	0,376	4,128	0,000

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2025

Berdasarkan hasil output dari SPSS dengan analisis regresi, menunjukkan variabel yang digunakan di penelitian ini yaitu citra bank, produk kredit dan tingkat suku bunga bertanda positif dan dengan nilai tiga variabel yaitu citra bank, produk kredit dan tingkat suku bunga yang dilihat dari nilai Unstandardized Coefficients B, diketahui bahwa setiap variabel penelitian ini menunjukkan pengaruh kearah yang positif dan besarnya pengaruh variabel memiliki nilai yang berbeda. Nilai constant untuk Keputusan pengambilan kredit dari pengaruh citra bank, produk kredit dan tingkat suku bunga adalah 0,286, variabel citra bank yaitu 0,236, variabel produk kredit yaitu 0,332 dan variabel tingkat suku bunga yaitu 0,360. Hasil regresi penelitian dari setiap variabel bebas menunjukkan dampak positif pada peningkatan Keputusan dalam mengambil kredit di PT BPR Indra Candra Singaraja dengan peningkatan sebesar satu dan nilai constant sebesar 0,286.

Tabel 3. Analisis Korelasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,865a	0,748	0,74	0,32397

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2025

Hasil perhitungan diketahui memperoleh nilai 0,865. Berdasarkan nilai itu diketahui pengaruh citra bank, produk kredit, tingkat suku bunga pada pengaruhnya untuk menentukan keputusan setiap nasabah dalam mengambil kredit berada dikategori sangat kuat, dilihat dari tabel interprestasi nilai koefisien korelasi yaitu 0,80 sampai dengan 1,000.

Tabel 4. Hasil Analisis Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,865a	0,748	0,740	0,32397

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2025

Berdasarkan tabel 4. dapat dijelaskan nilai dari persentase semua variabel bebas dapat memberikan pengaruhnya dengan mengetahui nilai R Squarenya yaitu 0,748, dari ketiga variabel citra bank, produk kredit, tingkat suku bunga pada keputusan mengambil kredit dihitung dalam bentuk persentase menjadi sebesar 74,8%, sedangkan 25,2% dijelaskan variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti kualitas pelayanan, jaminan kredit, jangka waktu pinjaman atau yang lainnya.

Hasil uji signifikan simultan yang ditunjukkan dari hasil uji f-test diketahui seluruh variabel atau masing-masing variabel penelitian yang dipergunakan dalam penelitian seperti citra bank, produk kredit, tingkat suku bunga secara simultan pada pengaruh keputusan pengambilan kredit dengan angka sebesar 95,109 dan diketahui bahwa nilai profitabilitasnya atau sig 0,000. Berdasarkan hasil itu dapat diketahui bahwa nilai uji f-test harus melebihi standar, dengan rumus $K - 1 = 4 - 1 = 3$ dan sampel $n - k = 100 - 4 = 96$ yaitu 2,70.

Tabel 5. Uji T-test

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,286	0,235		1,221	0,225
Citra Bank	0,236	0,065	0,245	3,622	0,000
Produk Kredit	0,332	0,094	0,343	3,544	0,001
Tingkat Suku Bunga	0,360	0,087	0,376	4,128	0,000

Sumber : Hasil Olah Data Tahun 2025

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui dengan hasil uji parsial, diketahui nilai-nilai variabel penelitian yang digunakan melebihi 1,660 atau standar t tabel 96 dengan rumus jumlah sampel yaitu 100 dikurangi jumlah variabel penelitian yaitu 4, sehingga diperoleh standar r tabel 96 dengan nilai 1,660. Dari hasil uji t-test yang sudah dilakukan diketahui setiap variabel memperoleh nilai signifikan pada pengaruh keputusan pengambilan kredit seperti variabel bebas yang pertama citra bank memperoleh besarnya nilai t yaitu 3,622 serta nilai signifikan lebih rendah dari 0,05 yaitu 0,000, variabel bebas kedua produk kredit memperoleh besarnya nilai t yaitu 3,544 serta nilai signifikan lebih rendah dari 0,05 yaitu 0,001, variabel bebas ketiga tingkat suku bunga memperoleh besarnya nilai t yaitu 4,128 serta nilai signifikan lebih rendah dari 0,05 yaitu 0,000. Dari hasil uji tersebut dapat dikatakan bahwa semua hipotesis penelitian dapat diterima seluruhnya ini dikarenakan semua nilai sig variabel penelitian berada di bawah 0,050.

Pembahasan

Pengaruh Citra Bank Terhadap Keputusan Mengambil Kredit

Penelitian ini menemukan bahwa pengaruh citra bank terhadap keputusan mengambil kredit pada PT BPR Indra Candra sebesar 0,236. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji-t menunjukkan bahwa t-hitung (3,622) lebih besar dari pada t-tabel (1,660). Hasil ini menunjukkan bahwa citra bank sangat mempengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil pinjaman di PT BPR Indra Candra, karena memegang peranan penting dan positif dalam mendukung keinginan nasabah. Nasabah akan lebih berminat mengajukan pinjaman di bank apabila memiliki persepsi yang positif terhadap bank tersebut, namun hal tersebut harus diimbangi dengan kemampuan nasabah dalam melakukan pembayaran pinjaman tepat waktu.

Pengaruh Produk Kredit Terhadap Keputusan Mengambil Kredit

Berdasarkan hasil penelitian, pengaruh produk kredit terhadap keputusan mengambil pinjaman di PT BPR Indra Candra sebesar 0,332. Hasil pengujian hipotesis dengan

menggunakan uji-t menunjukkan bahwa t-hitung (3,544) lebih besar dari pada t-tabel (1,660).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa produk kredit yang ditawarkan kepada nasabah dapat meningkatkan keinginan nasabah untuk mengajukan pinjaman. Selain itu, produk kredit yang menarik kemungkinan akan terus menarik minat nasabah baru maupun nasabah lama, sehingga akan menarik lebih banyak nasabah. Dengan terus berfokus pada setiap produk kredit yang ditawarkan kepada nasabah, tentu akan memungkinkan manajemen bank untuk terus berinovasi dalam menentukan produk mana yang paling diminati oleh seluruh nasabahnya. Dengan memperhatikan aspek ini tentu akan berdampak pada peningkatan pendapatan bank, karena produk kredit memegang peranan penting dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk mengajukan kredit. Nasabah akan terus mencari manfaat dari produk kredit yang terus diperbarui setiap beberapa bulan atau tahun.

Pengaruh Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Mengambil Kredit

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh tingkat suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT BPR Indra Candra ditunjukkan dengan nilai regresi sebesar 0,360. Pengaruh Tingkat Suku Bunga terhadap keputusan pengambilan kredit juga didukung oleh hasil pengujian hipotesis, dengan uji t menunjukkan bahwa t hitung > t tabel ($4,128 > 1,660$). Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa suku bunga memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap keputusan nasabah untuk mengambil pinjaman. Hal ini dibuktikan dengan adanya suku bunga yang kompetitif dapat mempengaruhi nasabah dalam mempertimbangkan untuk mengajukan pinjaman ke bank. Nasabah yang sering mengajukan pinjaman dalam jumlah besar kepada bank, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Kredit Pemilikan Rumah (KPR), dan Kredit Pegawai, sering kali mendapatkan keuntungan dari suku bunga yang rendah dan jangka waktu pinjaman yang lebih panjang yang diberikan oleh bank. Hal ini terutama berlaku bagi pegawai pemerintah maupun swasta yang bekerja sama dengan PT. BPR Indra Candra. PT. BPR Indra Candra menawarkan suku bunga yang bervariasi. Nasabah yang sering meminjam uang di BPR Indra Candra sudah mengenal produk yang ditawarkan dan suku bunga yang berlaku. Nasabah sangat berminat untuk mengajukan pinjaman kredit di BPR Indra Candra, sehingga keputusan untuk mengajukan pinjaman meningkat.

5. Penutup

Kesimpulan

Citra bank memberikan pengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit di PT. BPR Indra Candra Singaraja, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin baik citra dari suatu lembaga keuangan atau bank maka dapat meningkatkan keinginan nasabah untuk mengambil kredit di bank tersebut. Produk kredit memberikan pengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit di PT. BPR Indra Candra Singaraja, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin banyak produk yang ditawarkan kepada para debitur maka akan memberikan dampak pada peningkatan jumlah nasabah yang mengambil kredit di Bank BPR Indra Candra Singaraja. Tingkat suku bunga memberikan pengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit di PT. BPR Indra Candra Singaraja, sehingga dapat dikatakan bahwa semakin kompetitif suku bunga yang diberikan kepada nasabah dalam proses penyaluran kredit maka semakin meningkat keinginan nasabah untuk terus melakukan pinjaman pada PT. BPR Indra Candra Singaraja.

Daftar Pustaka

- Abdurrachman, A. (2014). *Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perbankan*. Jakarta: PT. Pradya Paramitya, 75.
- Case, K. E., & Fair, R. C. (2007). *Principles of economics*. Pearson Education.

- Daga, R. (2021). *Pengaruh Citra Perbankan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Dengan Pelayan Dan Prosedur Kredit Sebagai Variabel Moderating Pada Pd Bpr Bank Makassar*. Center for Open Science.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro. Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1470.
- Griffin, R. W. (2012). Manajemen Jakarta: erlangga. *Hasil Wawancara Dengan Tgk. Baharuddin Ketua BUMG Kuta Kumbang*.
- Kasmir, B., & Lainnya, L. K. (2014). Manajemen Perbankan Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kasmir, S. E. (2018). *Bank dan lembaga keuangan lainnya edisi revisi*.
- Kesuma, W. W., & Suhartono, S. (2013). Analisis Kinerja Keuangan Debitur Inti Bank ABC Dengan Menggunakan Analisa Z-Score. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 1(1), 1–26.
- Kevin, K., Situngkir, E. S., Diana, E. S., Tenrigangka, R., Syaputri, A. R., Hartanti, D., & Kurniadi, A. (2019). Efektivitas bank sentral dalam menjaga kestabilan nilai tukar. *Equity: Jurnal Ekonomi*, 7(2), 1–11.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran. Jilid Kedua*. Jakarta: Erlangga. Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2011. *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Krisyantono, R. (2012). Public Relations Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.
- Kurriwati, N. (2019). Harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian. *Eco-Entrepreneur*, 5(2), 67–79.
- Lullah, N., Taswan, T., & Waruwu, P. (2020). Pengaruh Kecukupan Modal, Loan To Deposit Ratio, Konsentrasi Kepemilikan Dan Ukuran Bank Terhadap Kinerja Bank Umum. *Dinamika Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 9(1), 79–90.
- Mankiw, N. G. (2012). Principles of economics 6th edition. *South-Western College Publications*.
- Marbun, A., Gaol, A. R. L., Marbun, F. B., Gaol, R. L., Sihombing, R. M., Hasugian, C., & Siallagan, H. (2023). Pengaruh Suku Bunga Deposito Terhadap Perkembangan Dana Deposito. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 665–681.
- Mishkin, F. S. (2007). *The economics of money, banking, and financial markets*. Pearson education.
- Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, PERSEPSI HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI TABLEWARE PADA CV. INDO PIRANTI MULIA. *VALUES*, 1(4).
- Mulyana, A., Susilawati, E., Putranto, A. H., Arfianty, A., Muangsal, M., Supyan, I. S., Kurniawan, R., Harahap, L. R., & Soegiarto, D. (2023). *Manajemen keuangan*. Penerbit Widina.
- Nugroho, A., & Teguh, I. (2013). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Jaur Nugraha Eka Kurir (JNE) Cirebon. *Jurnal Manajemen*.
- Nugroho, U. (2018). *Metodologi penelitian kuantitatif pendidikan jasmani*. Penerbit CV. Sarnu Untung.
- Philip, K., & Gary, A. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip, K., & Lane, K. K. (2013). *Marketing management: 14. vydání*. grada publishing as.
- Purwanti, A. (2023). *Akuntansi manajemen*. Penerbit salemba.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2014). Perilaku konsumen edisi kedua. PT. Indeks Gramedia, 1.
- Siadari, K., & Lutfi, A. (2021). Pengaruh citra perusahaan, kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas penggunaan bni mobile banking (studi kasus bni kantor cabang harmoni). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 155.
- Siregar, B. G., & Hardana, H. A. (2022). *Metode Penelitian EKonomi dan Bisnis*. Merdeka Kreasi Group.

- Sitanggang, H., & Munthe, K. (2018). Pengaruh inflasi, suku bunga dan nilai tukar terhadap return Saham pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia pada periode 2013-2016. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 101–113.
- Soemirat, S. (2012). *Dasar-dasar public relations*.
- Suardika, I. K. (2019). Pengaruh Prosedur Kredit Dan Tingkat Suku Bunga Kredit Terhadap Keputusan Mengambil Kredit Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Karangasem. *Artha Satya Dharma*, 12(1), 54–69.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, P. D. (2019). metode penelitian pendidikan (kuantitatif, kualitatif, kombinasi, R&D dan penelitian pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67, 18.
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Procrastination And Task Avoidance: Theory, Research and Treatment*. New York: Plenum Press, Yudistira P, Chandra.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen pemasaran strategik bank di era global*. Prenada Media.
- Suryani, Y., & Ika, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Laba Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 5(2), 115–128.
- Suryanto, H. I., & Hidayat, A. S. (2025). Tingkat Margin Dan Kemudahan Akses Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Pembiayaan Murabahah: Studi Kasus Pada Bmt An Naafi, Boyolali. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(1).
- Suyati, S. (2016). Pengaruh Inflasi, Tingkat Suku Bunga Dan Nilai Tukar Rupiah/Us Dollar Terhadap Return Saham Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Serat Acitya*, 4(3), 70.
- Swasta, 2012, *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2, Liberty*. Yogyakarta.
- Weiwei, T. (2007). Impact of corporate image and corporate reputation on customer loyalty: A review. *Management Science and Engineering*, 1(2), 57.
- Wijaya, T. (2013). Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis teori dan praktik. *Yogyakarta: Graha Ilmu*, 6.