

**PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA KREDIT
BPR SENTRAL ARTA ASIA (SAA) LUMAJANG**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN



DIAJUKAN OLEH
AGUNG PRAMUDYO
No. Pokok : 049715668

KEPADA
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**
2005

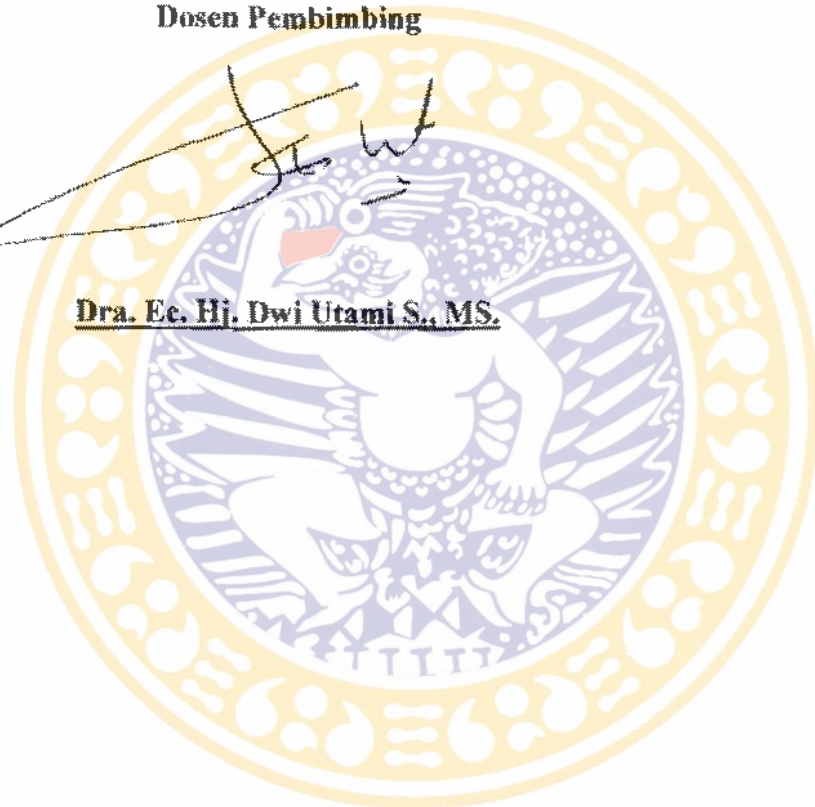
Surabaya, 17 / 2 2005

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing



Dra. Ec. Hj. Dwi Utami S., MS.



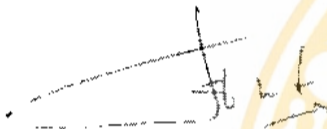
SKRIPSI

**PENGARUH VARIABEL BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA KREDIT BPR SENTRAL ARTA ASIA
(SAA) LUMAJANG**

**DIAJUKAN OLEH :
AGUNG PRAMUDYO
No Pokok : 049715668**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec Hj. DWI UTAMI S., M.S.

TANGGAL... 18 - 9 - 05

KETUA PROGRAM STUDI,



Prof. Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, SE

TANGGAL... 21 - 09 - 05

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran yang Dirasakan Nasabah Terhadap Penggunaan Kembali Jasa Kredit PT. BPR Sentral Arta Asia di Lumajang” ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bauran pemasaran yang dirasakan nasabah terhadap penggunaan kembali jasa kredit PT. BPR Sentral Arta Asia di Lumajang. Penelitian ini menggunakan 200 sampel yaitu nasabah yang minimal pernah satu kali menggunakan jasa kredit SAA Lumajang dan yang berdomisili di Lumajang. Variabel-variabel bebasnya adalah (X1) Jasa kredit yang dirasakan nasabah, (X2) Lokasi yang dirasakan nasabah, (X3) Biaya yang dirasakan nasabah, (X4) Promosi yang dirasakan nasabah, (X5) Kemampuan petugas untuk melayani yang dirasakan nasabah, (X6) Fasilitas fisik yang dirasakan nasabah, dan (X7) Proses penyampaian jasa yang dirasakan nasabah. Sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah penggunaan kembali jasa kredit. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan baik secara individu maupun secara bersama-sama dari kedua variabel bebas terhadap variabel dependen. Dari hasil perhitungan secara statistik diperoleh persamaan regresi $Y = -0,435 + 0,184 X_1 + 0,216 X_2 + 0,129 X_3 + 0,124 X_4 + 0,244 X_5 + 0,239 X_6 + 0,171 X_7$. Nilai uji t untuk variabel X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7 secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan kembali jasa kredit BPR SAA Lumajang. Untuk nilai uji F menunjukkan nilai 72,998 yang jauh lebih besar dari nilai F tabel, berarti tujuh variabel dari bauran pemasaran secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan kembali jasa kredit BPR SAA Lumajang. Koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan oleh model regresi ini sebesar 0,727 atau dapat diartikan sumbangan pengaruh kedua variabel bebas terhadap variabel dependen sebesar 72,7%, sedangkan 27,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model regresi.