

## **Pengaruh kualitas pelayanan terhadap implementasi pemberian kredit**

**Indra Kusmayadi<sup>1✉</sup>, Muhammad Arsyad<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah, Mamuju.

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan yang diterapkan pada PT. Bussan Auto Finance. serta untuk mengetahui cara pemberian kreditnya kepada masyarakat yang mengajukan permohonan kredit. Bentuk penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang menggunakan kuesioner dengan 93 responden sebagai sampel. Penelitian dan menggunakan alat uji Validitas dan Realibilitas Regresi linear sederhana secara parsial (uji t) dan uji korelasi determinasi (R<sup>2</sup>). Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  dan angka thitung  $8,201 > t$  tabel sebesar  $1,66177$ , angka ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima. Kualitas pelayanan berkorelasi kuat terhadap implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju dimana besarnya koefisien korelasi (R) sebesar  $0,681$ , angka ini berada pada posisi interval koefisien  $0,60 - 0,799$ , sehingga hipotesis penelitian diterima

**Kata kunci:** Kualitas pelayanan; implementasi pemberian kredit

## ***The Effect of Service Quality on the Implementation of Lending***

### **Abstract**

*This study aims to determine how the quality of service applied at PT Bussan Auto Finance. and to find out how to provide credit to people who apply for credit. This form of research uses a quantitative method, which uses a questionnaire with 93 respondents as a sample. Research and using validity and reliability test tools Partially simple linear regression (t test) and determination correlation test (R<sup>2</sup>). The results showed that service quality has a significant effect on the implementation of lending at PT Bussan Auto Finance Mamuju Branch, a significant value of  $0.004 < 0.05$  and a tcount of  $8.201 > t$ table of  $1.66177$ , this figure indicates that the research hypothesis is accepted. Service quality is strongly correlated with the implementation of lending at PT Bussan Auto Finance Mamuju Branch where the correlation coefficient (R) is  $0.681$ , this figure is in the position of the coefficient interval  $0.60 - 0.799$ , so the research hypothesis is accepted.*

**Key words:** Service quality; lending implementation

## PENDAHULUAN

Perusahaan lembaga pembiayaan merupakan salah satu lembaga yang bergerak dibidang keuangan non bank, lembaga tersebut memberikan pembiayaan bagi masyarakat baik untuk produktif (usaha) maupun konsumsi. PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju memiliki jumlah kantor yaitu 1 kantor pusat dan 194 kantor cabang yang wilayah kerjanya di seluruh Indonesia termasuk Kabupaten Mamuju. dengan melihat peluang di Kabupaten Mamuju, perusahaan pembiayaan PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju kemudian dengan cepat merespon dalam menyediakan jasa pembiayaan bagi para nasabah.

PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju sebagai perusahaan yang dapat dipercaya dalam memberikan mengarahkan tujuannya untuk memperoleh keuntungan yang optimal dalam menjalankan operasi perusahaan secara kontinyu melakukan promosi dengan menggunakan media cetak dan brosur-brosur dapat terus dipertahankan.

PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju menawarkan berbagai alternatif produk pembiayaan yang terus dikembangkan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Saat ini PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju menawarkan beberapa produk pembiayaan yang dimilikinya, seperti PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada nasabahnya, hal ini sesuai dengan pendapat Olson (2010:205) bagi nasabah yang terlanjur menggunakan jasa pembiayaan, promosi yang dilakukan manajemen PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju dapat menjadi insentif tambahan bagi mereka untuk tetap loyal. Hal ini juga dirasakan oleh PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju meningkatnya intensitas persaingan dan semakin banyaknya bermunculan pesaing menuntut perusahaan untuk senantiasa memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah serta berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang lebih berkualitas dari pesaing-pesaing mereka.

Untuk mendapatkan nasabah PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju mengedepankan kualitas pelayanan yang lebih baik kepada nasabah yang ingin menjadi mitra, dengan diterapkannya kualitas pelayanan kepada nasabah, dianggap akan dapat menciptakan kepuasan bagi para nasabah. Setelah nasabah merasa puas dengan produk yang diterima, mereka akan membandingkan pelayanan yang diberikan PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju dengan perusahaan pembiayaan lainnya.

Apalagi saat ini perkembangan persaingan bisnis pembiayaan semakin ketat dan penawaran dalam bidang pembiayaan juga semakin banyak, sehingga membuat PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju mulai menampakkan cara memberikan pelayanan prima yang berkualitas, nasabah cenderung tidak hanya melihat bagaimana mutu produk suatu perusahaan, tetapi juga cenderung memperhatikan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu pertimbangan utama nasabah dalam menentukan produk dan jasa dari perusahaan mana yang nantinya akan mereka pilih dalam memberikan pelayanan.

Implementasi pemberian kredit merupakan respon terhadap dari tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian atau nasabah. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan masyarakat atau nasabah adalah persepsi mereka pada suatu perusahaan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: bukti fisik yang memiliki indikator kualitas interior, kualitas eksterior, kenyamanan kursi dalam ruangan, kebersihan ruangan, kelengkapan fasilitas yang digunakan, dan kerapihan seragam karyawan dalam melayani, kehandalan memiliki indikator kepercayaan nasabah pada kualitas layanan, karyawan tidak membedakan pelayanan yang diberikan kepada nasabah, dan keakuratan pelayanan karyawan terhadap nasabah, ketanggapan karyawan cepat tanggap dalam menanggapi keluhan nasabah.

Kejelasan informasi yang diberikan menjadi bagian dari implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah, dan inisiatif karyawan dalam memberikan pelayanan, jaminan memiliki indikator ketepatan jadwal pelayanan, keamanan dalam pengurusan berkas administrasi, jaminan keselamatan selama berada di kantor, dan keyakinan nasabah pada kualitas layanan, dan empati memiliki indikator kemampuan karyawan berkomunikasi, keramahan karyawan, kemampuan karyawan memahami kebutuhan nasabah, dan sopan santun karyawan kepada setiap nasabahnya yang mengajukan permohonan kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju.

## **Kualitas Pelayanan**

Menurut Bambang (2012:26) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain. Sedangkan menurut Kotler (2011:486) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, jadi dapat disimpulkan bahwa jasa bukanlah barang, tetapi suatu aktifitas yang tidak dapat dirasakan.

Menurut Kotler (2011:488) mengemukakan bahwa terdapat empat karakteristik kualitas pelayanan, antara lain Intangibility (tidak berwujud) Jasa tidak berwujud, tidak dapat dilihat, dicicipi, dirasakan, dan didengar sebelum membeli, Inseparability (tidak dipisahkan) Jasa tidak dapat dipisahkan dari pembeli jasa itu, baik pembeli jasa itu adalah orang maupun mesin. Jasa tidak terwujud dan dapat dibeli oleh nasabah kapan saja dibutuhkan, dan Variability (keanekarupaan), namun jasa sangat beraneka rupa karena tergantung pada siapa yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba yang diinginkan, keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis tergantung dari keahlian mereka di bidang pelayanan dalam memberikan kepuasan kepada masyarakat secara umum.

## **Karakteristik Jasa**

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti mulai dari pelayanan personal (Personal Service) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa, beberapa diantaranya oleh Parasuraman (2012:42) mengatakan bahwa jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.

Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik. Kemudian menurut Tjiptono (2010:121) Jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas intangible yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara nasabah dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah nasabah yang dihadapi setiap nasabah.

Menurut Rangkuti (2012:90), jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, di mana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang.

Jadi pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan masalah nasabah.

## **Konsep Perusahaan Pembiayaan**

Kegiatan utama sebuah lembaga keuangan adalah menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan giro, tabungan dan deposito dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dana. Pengalokasian dana tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk pinjaman atau yang lebih dikenal dengan kredit atau pembiayaan. Pengalokasian dana dapat diwujudkan dalam bentuk pinjaman atau lebih dikenal dengan kredit atau pembiayaan.

Kegiatan pengalokasian dana yang paling penting dalam lembaga keuangan pinjaman pada nasabah atau yang dikenal dengan istilah kredit pada pembiayaan yang menjalankan prinsip operasionalnya berdasarkan prinsip keuangan, bukan pembiayaan yang lazim dilakukan oleh lembaga pembiayaan. Pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok jasa, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit.

Pembiayaan adalah penyediaan atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara pembiayaan dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Sistem pembiayaan adalah suatu kerangka dari prosedur-prosedur yang berhubungan dengan proses penyediaan uang atau tagihan, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara pihak

lembaga keuangan dengan pihak lain yang mewajibkan pihak-pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang tagihan tersebut dalam jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil dari keuntungan yang didapatkan.

Menurut Antonio (2011:65) pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok lembaga keuangan, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit.

### **Konsep Kredit**

Menurut Undang-undang Perbankan No.10 Tahun 2014, Kredit adalah penyediaan uang atau tagihan, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam-meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Sedangkan, pengertian pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil. Jika kredit yang disalurkan mengalami kemacetan, maka langkah yang dilakukan adalah untuk menyelamatkan kredit tersebut. Jika memang masih bisa dibantu, maka tindakan yang tepat adalah menambah jumlah kredit atau dengan memperpanjang jangka waktunya. Dan apabila memang sudah tidak dapat diselamatkan kembali, maka tindakan terakhir bagi bank atau perusahaan pembiayaan dapat menyita jaminan

### **Implementasi Pemberian Kredit**

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan nasabah dalam memilih produk dan jasa dan ketidakpuasan nasabah atau nasabah telah semakin besar karena pada dasarnya salah satu tujuan dari suatu perusahaan adalah untuk menciptakan rasa puas pada nasabah atau nasabah. Oleh karena itu, nasabah memegang peranan yang cukup penting dalam mengatur dan mendapatkan fasilitas maupun pelayanan jasa diberikan oleh perusahaan dalam implementasi pemberian kredit kepada nasabah.

Menurut Rangkuti (2012:30) implementasi pemberian kredit merupakan respons nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Dari pendapat yang dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa definisi kepuasan nasabah adalah respons yang ditunjukkan oleh nasabah dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka nasabah akan kecewa, kurang puas atau bahkan tidak puas.

## **METODE**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini merupakan data nasabah PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju dalam kurun waktu tiga tahun terakhir sejak tahun 2019 hingga 2022 dengan total nasabah sebanyak 1.280. Karena banyaknya populasi yang telah diketahui, sehingga penarikan sampel menggunakan metode slovin (Sugiyono, 2008:48) dengan rumus sebagai berikut Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tarif Signifikansi 0,1 (10%)

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{1.280}{1 + 1.280 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.280}{1 + 1.280 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1.280}{1 + 1.280 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{1.280}{13,80} = 92,75$$

Menurut rumus diatas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 92,75 nasabah, sehingga dibulatkan menjadi 93 nasabah pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian untuk mendapatkan informasi mengenai cara karyawan PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang akan mengajukan permohonan dalam mendapatkan pinjaman keuangan

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan panduan kuesioner. Jenis pernyataan yang digunakan dalam bentuk butir-butir pernyataan dengan beberapa alternatif tanggapan dari responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

### **Teknik Analisis dan Pengolahan Data Penelitian**

#### **Uji Validitas**

Menurut Sugiyono (2008:55) item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi pula menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Untuk mencari nilai validitas dari sebuah item kita akan membandingkan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

#### **Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk pada butir pernyataan pada kuesioner penelitian mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) Uji reliabilitas menggunakan koefisien Croanbach's Alpa  $> 0,6$ .

#### **Uji Regresi Linear Sederhana**

Analisis dengan menggunakan rumus regresi linear sederhana seperti yang dikutip oleh Husain (2016:51), yaitu :

$$Y = a + bX + e$$

Dimana:

Y : Implementasi Pemberian Kredit

X : Kualitas Pelayanan

a : Konstanta

b : Koefisien Korelasi

e : Error term

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini digunakan analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode linier sederhana. Analisis Kuantitatif merupakan analisis yang menggunakan data-data yang dinyatakan dalam bentuk angka dengan kategori-kategori yang pada akhirnya akan menjadi total skor dari pengisian kuesioner yang telah ditanggapi oleh responden sesuai dengan pilihannya.

Uji t (Uji Parsial) dapat digunakan mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.  $H_{o1}$  = Variabel kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju.  $H_{a1}$  = Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju.

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) jika signifikansi thitung  $>$  ttabel 0.05, berarti  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak. Jika signifikansi thitung  $<$  ttabel 0.05, berarti  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima.

#### **Uji Korelasi**

Untuk mengetahui seberapa kuat atau lemah variabel yang diamati hubungan antara variabel-variabel tersebut, maka digunakan metode analisa korelasi (r) yang rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n(\sum X^2 - (\sum X)^2)} - \sqrt{n(\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \\ \text{Syarat korelasi (r) = -1}$$

Bila  $r = 0$  atau mendekati 0, maka dua variabel tidak berkorelasi

Bila  $r = 1$  atau mendekati 1 dan positif, maka dua variabel mempunyai hubungan yang kuat dan positif atau searah

Bila  $r = -1$  atau mendekati -1 dan negatif maka dua variabel mempunyai hubungan yang kuat dan negatif atau berlawanan, artinya variabel yang satu menyebabkan penurunan variabel.

Pedoman untuk mengetahui interpretasi koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1.**  
Pedoman Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka item pernyataan dikatakan valid dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka item pernyataan dikatakan tidak valid. Nilai r hitung didapatkan dengan menggunakan program software SPSS (Statistical Package for Social Science) versi 24.0, sedangkan r tabel didapatkan dengan cara melihat tabel r. Berdasarkan tabel product moment untuk degree of freedom (df) =  $N - 2$ , dimana jumlah N (sampel) adalah  $93 - 2 = 91$ , maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1982. Adapun hasil uji validitas dalam penelitian adalah:

**Tabel 2.**  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Pernyataan X1.1	0,654	0,1716	Valid
Pernyataan X1.2	0,581	0,1716	Valid
Pernyataan X1.3	0,275	0,1716	Valid
Pernyataan X1.4	0,502	0,1716	Valid
Pernyataan Y1.1	0,392	0,1716	Valid
Pernyataan Y1.2	0,560	0,1716	Valid
Pernyataan Y1.3	0,429	0,1716	Valid
Pernyataan Y1.4	0,678	0,1716	Valid

Hasil uji validitas pada tabel 2 diketahui angka pernyataan X1.1 r hitung sebesar 0,654 > r tabel 0,1716, pernyataan X1.2 r hitung 0,581 > r tabel 0,1716, pernyataan X1.3 r hitung 0,275 > r tabel 0,1716, dan pernyataan X1.4 r hitung 0,502 > r tabel 0,1716. Angka pernyataan Y1.1 r hitung sebesar 0,392 > r tabel 0,1716, pernyataan Y1.2 r hitung sebesar 0,560 > r tabel 0,1716, pernyataan Y1.3 r hitung sebesar 0,429 > r tabel 0,1716, dan pernyataan Y1.4 r hitung sebesar 0,678 > r tabel 0,1716.

### Uji Realibilitas

**Tabel 3.**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Angka	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,628	0,60	Reliabel
Pemberian Kredit (Y)	0,649	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 3 maka diperoleh nilai Cronbach's alpha variabel kualitas pelayanan sebesar 0,628 > 0,60, dan pemberian kredit sebesar 0,649 > 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan reliabel atau menimbulkan arti ganda.

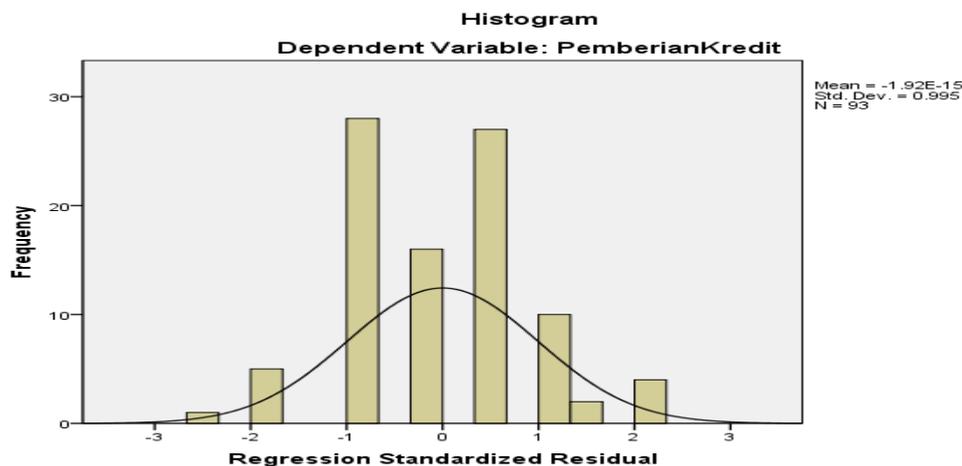
### Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dapat menggunakan Kolmogorov-Smirnov yang ada pada program SPSS, dengan ketentuan:

Apabila nilai signifikansi > 5% (0.05), maka data memiliki distribusi normal;

Apabila nilai signifikansi  $< 5\%$  (0.05), maka data tidak memiliki distribusi normal.

Uji normalitas dilakukan dengan cara melihat data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (bell shaped). Data yang ‘baik’ adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal.



**Gambar 1.**  
 Hasil Uji Normalitas

Gambar diatas menunjukkan distribusi data dengan bentuk lonceng (bell shaped) dengan data yang baik karena menunjukkan pola seperti distribusi normal.

**Uji Multikolinearitas**

Hasil dari uji multikolinearitas ini menghasilkan tingginya nilai variabel pada sampel, yang berarti standar errornya besar, akibatnya saat nilai koefisien diuji, t-hitung akan bernilai kecil dari t-tabel. Model regresi yang baik adalah dengan tidak terjadinya korelasi atau bebas dari gejala multikolinier. Variance inflation factor (VIF) dan tolerance, digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi, dengan ketentuan:

Apabila nilai  $VIF > 10$  atau  $tolerance < 0,10$ , maka dapat dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas; Apabila nilai  $VIF < 10$  atau  $tolerance > 0,10$  maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Berikut hasil uji multikolinearitas yang didapatkan dalam penelitian ini:

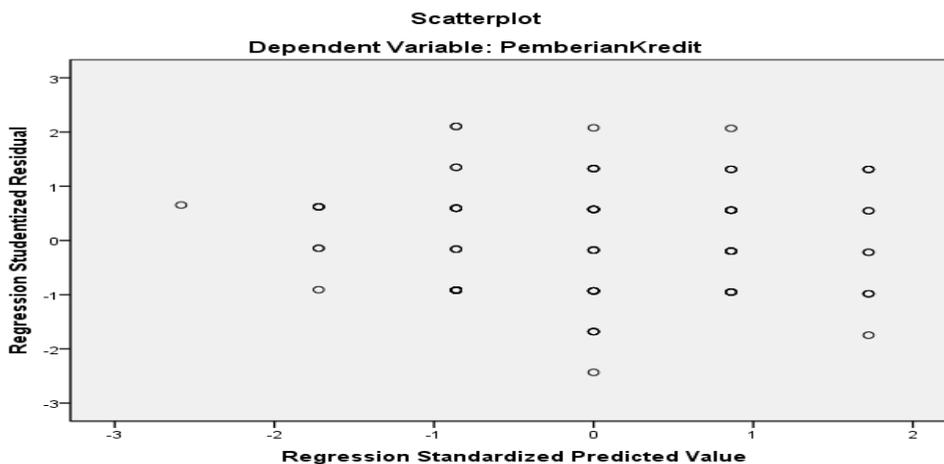
**Tabel 4.**  
 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan (X)	1.000	1.000

Tabel 4 nilai *tolerance* yang dimiliki variabel kualitas pelayanan, sedangkan nilai VIF kualitas pelayanan sebesar  $1.000 < 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya gejala Multikolinearitas dalam model regresi.

**Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini didapatkan Gambar scatterplot regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0. dimana titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja. dan tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.



Gambar 2.  
 Hasil Uji Heteroskedastisitas

### Uji Regresi Linear Sederhana Uji t (Uji Parsial)

Sebelum memulai menghitung hasil analisis regresi linear sederhana secara parsial atau uji t, terlebih dahulu menentukan nilai dan ttabel dengan cara menguji ttabel dengan rumus  $N - K - 1$ ,  $N =$  Jumlah responden

$K =$  Jumlah variabel X dan Y

$N - K - 1 = 93 - 1 - 1 = 91$ . Jadi,  $ttabel = 1,66177$

Metode regresi linear sederhana dimaksudkan untuk mengetahui keeratan pengaruh diantara kedua variabel menggunakan bantuan program software SPSS versi 24.0.

**Tabel 5.**

Hasil Uji Regresi Secara Parsial (Uji t)

Variabel bebas	Unstandardized Coefficients	Std Error	Standardized Coefficients	t	Sig
	Beta		Beta		
(Constant)	16,825	2,046		8,223	0,000
Kualitas Pelayanan	0,724	0,620	0,621	8,201	0,004

Berdasarkan tabel 5 hasil analisis statistik Coeffisients dapat dilihat bahwa besarnya nilai konstanta atau  $a = 16,825$  serta koefisien regresi  $X = 0,724$  sehingga dapat dibuat persamaan regresi linear sederhana antara variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju, dengan formula persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 16,825 + 0,724X + 0,05$$

Dari hasil persamaan regresi linear sederhana pada tabel 5 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut Nilai konstanta pada persamaan regresi linear sederhana sebesar 16,825 yang artinya bahwa jika nilai kualitas pelayanan dalam keadaan tetap atau tidak mengalami perubahan, maka angka implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju sebesar 16,825.

$b = 0,724$  artinya bahwa jika kualitas pelayanan meningkat satu satuan, maka implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju sebesar 0,724 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau konstan.

Pengujian hipotesis secara parsial bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju secara parsial atau satu persatu. Uji parsial atau uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian dengan membandingkan angka thitung dengan angka ttabel pada taraf signifikansi 0,05. Uji parsial atau uji t memiliki arti hipotesis diterima jika angka thitung  $>$  ttabel dengan nilai probabilitas kesalahan lebih kecil dari 0,05 (5%) dan sebaliknya hipotesis ditolak jika angka thitung  $<$  ttabel dengan nilai probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 (5%).

Berdasarkan hasil analisis statistik coefficients kolom signifikan pada tabel 5, pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan kualitas pelayanan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,004, dengan menggunakan batas signifikan 0,05 dapat diketahui bahwa nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  dan angka thitung  $8,201 > t_{tabel}$  sebesar 1,66177. Hal ini berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju dan hipotesis penelitian diterima.

### Koefisien Korelasi (R) Dan Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 6.  
Hasil Koefisien Korelasi (R) Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,681	0,666	0,611	1,337

Berdasarkan hasil tabel 6 menjelaskan bahwa besarnya koefisien korelasi (R) sebesar 0,681 termasuk dalam kategori hubungan yang kuat yang menunjukkan bahwa korelasi antara variabel kualitas pelayanan terhadap implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,666 atau 66,6% yang menunjukkan bahwa variabel independen mampu menerangkan variabel dependen dalam penelitian ini dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini diterima.

### SIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju nilai signifikan  $0,004 < 0,05$  dan angka thitung  $8,201 > t_{tabel}$  sebesar 1,66177, angka ini menunjukkan hipotesis penelitian diterima; dan Kualitas pelayanan berkorelasi kuat terhadap implementasi pemberian kredit pada PT Bussan Auto Finance Cabang Mamuju dimana besarnya koefisien korelasi (R) sebesar 0,681, angka ini berada pada posisi interval koefisien 0,60 – 0,799, sehingga hipotesis penelitian diterima.

### DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, 2011. Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik. Jakarta : PT. Salemba Empat
- Bambang, 2012. Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Edisi Pertama. Jakarta : PT. Salemba Empat
- Irawan, 2010. Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro
- Kotler Philip, 2011. Manajemen Pemasaran Jasa di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian (Edisi Pertama). Terjemahan oleh A. B. Susanto. 2003. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi Rambat. 2010. Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik. Jakarta : PT. Salemba Empat
- Olson, 2010. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: PT. Bumi Aksara Persada
- Parasuraman, 2012. Manajemen Pemasaran Edisi Pertama, Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Peter, 2013. Pengantar Manajemen Lanjutan. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada
- Rangkuti 2012. Manajemen Pemasaran Jasa, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono, 2008. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Suwito, 2011. Riset Pemasaran, Cetakan Kelima. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Tjiptono Fandy, 2010. Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan
- Wisnalmawati, 2009. Manajemen Pemasaran, Cetakan Kelima. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama