

Jejak Artikel:

Unggah: 8 Agustus 2023;

Revisi: 9 Agustus 2023;

Diterima: 10 Agustus 2023;

Tersedia Online: 10 Agustus 2023

Analisis Faktor Jaminan Rasa Aman, Aksesibilitas dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit di Bank BTN KC Medan

Etty Harya Ningsi¹, Lambok Manurung²

^{1,2}Universitas Battuta

ettysumadin@gmail.com, manurunglambok66@gmail.com

Riset ini ditujukan guna mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh jaminan rasa aman, aksesibilitas dan reputasi bank pada keputusan mengambil kredit di Bank BTN KC Medan. Teknik sampel sensus dipilih dengan jumlah sampel 120 responden. Hasil riset mendapatkan bahwa jaminan rasa aman tidak berdampak signifikan pada keputusan mengambil kredit dengan t_{hitung} senilai 1,079 dan signifikansi 0,283. Aksesibilitas berdampak positif dan signifikan pada keputusan mengambil kredit dengan t_{hitung} senilai 1,998 dengan tingkat signifikansi 0,031. Reputasi bank berdampak positif dan signifikan pada keputusan mengambil kredit dengan t_{hitung} senilai 2,029 dengan tingkat signifikansi 0,045. Secara simultan jaminan rasa aman, aksesibilitas dan reputasi bank berdampak positif dan signifikan tpada keputusan mengambil kredit dengan F_{hitung} senilai 2,855 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,68 dan taraf signifikansi 0,05. Terlihat pada hasil koefesien determinasi (*Adjusted R²* yang artinya variabilitas variabel dependen yang mampu diterangkan oleh variabel independen 34,5%. Dan 65,5% lainnya diterangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan didalam model regresi.

Kata Kunci: Jaminan Rasa Aman, Aksesibilitas, Reputasi Bank, Keputusan Mengambil Kredit

Pendahuluan

Salah sektor usaha jasa keuangan yang berorientasi pada keuntungan ialah perbankan. Bank memerankan bagian krusial didalam peningkatan serta perkembangan ekonomi. Kehadiran bank dapat berfungsi sebagai lembaga pembiayaan pembangunan ekonomi dengan menyalurkan dana pihak ketiga kepada pelaku ekonomi sehingga dapat melakukan berbagai kegiatan usaha (Teja & Yanti, 2023). Munculnya berbagai kekhawatiran perbankan akan berdampak pada degradasi pembangunan ekonomi.

Seiring bertambahnya jumlah bank yang tumbuh, persaingan pasar ekonomi yang sengit, dan bank harus memberikan layanan terbaik untuk menarik calon konsumen untuk berdagang. Persaingan yang sehat antar bank sangat penting untuk menjaga kredibilitas dan kepercayaan konsumen dan calon nasabah. Berkaca pada krisis moneter di Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, yang menempatkan banyak bank menjadi defisit hingga tutup karena merugi, skenario ini tidak sederhana kelihatannya (Hanitha, 2020). Akibat situasi ini, kepercayaan masyarakat terhadap bank semakin terkikis, dan mereka kurang berminat berbisnis dengan bank. Orang tidak tertarik untuk melakukan transaksi karena mereka tidak nyaman melakukannya.

¹Coressponden: Etty Harya Ningsi. Universitas Battuta. Jalan Sekip Simpang Jalan Sikaming Sei Putih Timur No.1 Medan. ettysumadin@gmail.com

Kehadiran perbankan di suatu daerah akan memberikan dampak yang baik dan akan membantu perkembangan ekonomi daerah tersebut (Asad et al., 2016). Kerangka kerakyatan perekonomian suatu negara akan dipengaruhi oleh terbentuknya bank- bank yang tersebar merata dan terintegrasi dengan baik di setiap daerah (Maryanto, 2011).

Nasabah di bank menggunakan berbagai kriteria untuk memilih bank pilihan mereka. Nasabah akan dipengaruhi oleh tiga variabel utama dalam pengambilan keputusan konsumen untuk memilih bank dan menjadi nasabah bank tersebut (Pasrizal, 2012).

Faktor yang diperhitungkan oleh nasabah didalam menyelesaikan transaksi di suatu bank, ketika jaminan rasa aman merupakan suatu kepercayaan atau keyakinan akan rasa aman menempatkan uangnya. Pelanggan merasa lebih aman dalam menyimpan jika memiliki rasa aman. Faktor lain ialah didalam menilai kemudahan untuk bertransaksi di bank dalam hal aksesibilitas. Dalam arti lain, layanan bank harus disesuaikan dengan kebutuhan nasabahnya, seperti ketersediaan *M-Banking* dan mesin ATM untuk keperluan transaksi. Di sisi lain, nasabah mengevaluasi reputasi bank ketika menyelesaikan transaksi di bank, dan reputasi dapat dikenali sebagai risiko dalam dan dari dirinya sendiri atau sebagai akibat dari risiko lain. Operasi operasional dengan dampak operasional dan keuangan dapat menyebabkan risiko reputasi.

Keputusan nasabah pengambilan kredit sangat penting, sangat penting diketahui sebelum nasabah mengambil kredit di Bank. Keputusan tersebut menyiratkan bahwa tidak ada hambatan besar atau kecil. Akibatnya, keputusan harus dibuat. Keputusan yang dibuat dapat berdampak dan menimbulkan masalah dalam situasi seperti ini, memungkinkan kinerja organisasi untuk tetap sesuai tujuan yang telah ditetapkan pada awalnya. Kepercayaan nasabah terhadap bank, sebagai unit bisnis yang menyediakan layanan yang sangat diatur, merupakan aspek penting dalam menentukan kelangsungan hidup bank. Persepsi nasabah terhadap citra dan reputasi bank berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Akibatnya, salah satu bahaya yang dihadapi dan harus dikelola oleh bank adalah risiko reputasi.

Berdasarkan pantauan langsung Bank BTN KC Medan merupakan kota dengan jumlah penduduk yang berkembang pesat. Kota Medan adalah pusat perdagangan, industri, dan bisnis terbesar di Indonesia. Kemajuan Kota Medan semakin terlihat, dimulai dari sektor perdagangan, transportasi, dan jasa yang kesemuanya tumbuh sangat pesat. Hal inilah yang mendorong banyak pengusaha di wilayah Kota Medan berlomba-lomba mencari peluang bisnis baru di berbagai daerah. Aksesibilitas kota yang mudah membuat kota ini menjadi tujuan pilihan wisatawan dari seluruh dunia yang ingin singgah dan berbisnis di Medan. Banyak perusahaan bermunculan di kawasan Kota Medan, mulai dari restoran hingga pusat perbelanjaan bahkan jasa keuangan. Kota Medan memiliki perekonomian yang kuat dan tingkat pendapatan warga yang tinggi. Karena letaknya yang berada di jalan lintas Sumatera, kota ini dipilih sebagai lokasi pendirian bank-bank, baik konvensional maupun syariah. Namun, keuntungan ekonomi yang dinikmati penduduk Kota Medan tidak memaksa mereka untuk menggunakan layanan bank.

Kajian Literatur

Keputusan Mengambil Kredit

Keputusan mengambil kredit dapat diartikan secara luas. Berikut beberapa pendapat para ahli mengenai keputusan mengambil kredit seperti pandangan (Kotler, 2011) yang berpendapat bahwa, memahami keputusan kredit merupakan langkah dalam proses memperoleh kredit dari bank. Dengan kata lain, keputusan pelanggan untuk mengambil kredit adalah pilihan yang digunakan sebagai salah satu dari banyak pilihan yang tersedia. Keputusan mengambil kredit meliputi pemeriksaan, riset, dan analisis kelengkapan, keabsahan, dan kelayakan berkas/surat/data calon debitur sampai dengan keputusan diterima atau ditolaknya kredit (Djohan, 2014). Keputusan nasabah untuk mengambil kredit merupakan hasil dari perbandingan

dua atau lebih alternatif keputusan kredit, yang menyiratkan bahwa seseorang yang mengambil keputusan harus mempertimbangkan pilihan lain (Kuncoro dan Aditya, 2012).

Sebelum klien memperoleh kredit dari bank, mereka harus membuat keputusan sadar untuk melakukannya. Pilihan menyiratkan bahwa tidak ada hambatan, besar atau kecil, dan bahwa keputusan harus dibuat. Keputusan yang dibuat di area ini dapat berdampak dan menimbulkan kesulitan di area lain, sehingga harus berhati-hati saat mengambil keputusan di area ini sehingga kegiatan organisasi tetap mengarah pada tujuan. Keputusan adalah pilihan atau tindakan yang dibuat antara dua atau lebih pilihan. Seorang pelanggan harus memiliki berbagai pilihan untuk dipilih jika dia ingin membuat keputusan yang baik. Akibatnya, nasabah harus menentukan apa yang harus dilakukan, atau memilih salah satu opsi yang tersedia saat mengambil pinjaman bank.

Pada dasarnya memutuskan untuk mengambil kredit adalah proses mengevaluasi banyak karakteristik yang dapat mendukung pemohon kredit yang diusulkan sebagai dasar guna memutuskan apakah permohonan kredit bisa diterima atau ditolak. Keputusan nasabah untuk mengambil kredit sangat penting sebagai pertimbangan, agar tidak terjadi kesalahan atau hambatan dalam pengambilan kredit dan terpenuhinya harapan nasabah.

Jaminan Rasa Aman

Ketika datang ke konsep jaminan keamanan, ada banyak sudut pandang yang berbeda. Salah satu daya tarik utama bagi nasabah untuk bertransaksi di bank adalah jaminan rasa aman. Karyawan bisa mempercayai nasabah dalam perubahan, dan perusahaan dapat menumbuhkan rasa aman bagi pelanggan, sesuai dengan jaminan. Pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan tersebut karena telah diberikan kepercayaan dan rasa aman. Setelah kebutuhan dasar, kebutuhan rasa aman adalah tingkat tuntutan berikutnya. Ada persyaratan untuk perlindungan keamanan fisik manusia. Manusia memerlukan perlindungan dari gangguan kriminal agar merasa aman dan nyaman di rumah dan saat bepergian. Karena konsumen tidak merasa gentar atau takut, dan nyawanya tidak terancam dimanapun dan kapanpun, keamanan fisik akan membuat mereka merasa aman secara psikologis (Sri, 2018).

Kebutuhan dasar dari rasa aman dapat digolongkan sebagai kebutuhan kategori kedua dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain, keamanan mengacu pada kebutuhan akan perlindungan fisik manusia. Namun, ketika berbicara tentang lembaga keuangan seperti bank, menjadi hal yang tidak sama. Klien mencari rasa aman dari bank, seperti jaminan hukum dan undang-undang yang diberikan bank kepada konsumen sebagai jaminan bahwa jika pelanggan mendapatkan kredit atau melakukan transaksi lain, pelanggan akan aman. Adapun risiko dari jaminan rasa aman ialah *Functional Risk*, *Financial Risk* dan *Social Risk*.

Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan sebuah derajat keadaan yang dapat mempermudah seorang nasabah dalam melakukan transaksi terhadap suatu bank. Keadaan tersebut dalam berupa pelayanan dan lingkungan. Dalam arti lain aksesibilitas yang mudah meliputi kemudahan waktu, kemudahan biaya dan kemudahan usaha dalam melakukan transaksi. Aksesibilitas didefinisikan sebagai “kemudahan yang dengannya penyandang disabilitas dapat mewujudkan peluang yang sama dalam semua aspek kehidupan dan penghidupan,” sebagai “kemudahan yang dengannya penyandang disabilitas dapat beraktivitas didalam bangunan dan lingkungan dengan tetap mempertimbangkan kelancaran dan kelayakan masalah sirkulasi, visual, dan komponen” (Yohana dan Edwin, 2014). Dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas adalah kemudahan nasabah dalam menggunakan jasa bank untuk kelancaran dan kenyamanan dalam menerima kredit.

Secara normatif, adanya aksesibilitas dalam lingkungan perbankan adalah untuk memberikan pelayanan dan perlindungan antara nasabah dan pemberi jasa keuangan. Dengan

demikian, maka pemberi jasa pelayanan dituntut harus menciptakan pelayanan sebaik mungkin demi mempermudah nasabah didalam bertransaksi dan mengambil kredit.

Adapun tujuan adanya aksesibilitas yang diberikan lembaga jasa keuangan:

1. Terciptanya batasan dan hubungan yang jelas tentang hak dan tanggungjawab serta kewenangan antara pihak jasa keuangan dan nasabah yang terkait dengan penyelenggaraan pengambilan kredit.
2. Terciptanya sistem penyelenggaraan pelayanan jasa keuangan yang layak dan berdasarkan ketentuan yang diberlakukan.
3. Terciptanya perlindungan dan kepastian pengambilan kredit bagi nasabah dalam pelayanan yang diberikan lembaga keuangan.

Reputasi Bank

Kepercayaan nasabah terhadap bank, sebagai unit bisnis yang beroperasi dalam industri yang sangat teregulasi, merupakan aspek penting dalam menentukan kelangsungan hidup bank dalam jangka panjang. Kepercayaan nasabah sangat dipengaruhi oleh reputasi bank. Dengan demikian maka bank dituntut untuk harus tetap menjaga citra nya agar tidak muncul risiko yang tidak diinginkan. Berdasarkan persepsi masyarakat reputasi bank merupakan sebuah gambaran tentang sebuah bank itu sendiri. Persepsi tersebut dapat bernilai negatif atau positif. Setiap bank harus berusaha mempertahankan reputasinya demi kelangsungan hidup bank tersebut untuk mencapai tujuan organisasinya serta tetap dikenal oleh masyarakat secara luas.

Dalam dunia usaha, reputasi bank menjadi nilai penting. Karena reputasi bank, baik atau buruk, merupakan penentu utama keberhasilannya. Reputasi perusahaan adalah masalah yang kompleks, tetapi bisa sangat berharga jika dipelihara dengan benar. Beberapa isu kunci manajemen reputasi dan persepsi publik tentang reputasi (Yicong, 2021). Reputasi bank merupakan aset tidak berwujud. Reputasi bank akan ditentukan oleh tindakannya sebagai suatu entitas (Roy, 2014). Hal ini juga akan ditentukan oleh pesan dan sinyal yang dipilih untuk disampaikan ke pasar. Nama bank merupakan tanda reputasi yang jika ditangani dengan baik akan menggambarkan bank sebagai salah satu yang akan diterima oleh masyarakat. Inijuga bermanfaat bagi pelanggan. Reputasi seseorang merupakan cerminan dari pengalamannya terhadap produk atau jasa yang didapatkannya. Konsumen akan lebih yakin bahwa mereka akan menerima apa yang sudah dijanjikan jika perusahaan memiliki reputasi yang baik. Konsumen dapat mengandalkan reputasi untuk memastikan bahwa apa yang mereka terima memenuhi harapan mereka (Rani, 2012).

Bagi bank yang komoditas utamanya adalah jasa, reputasi dan nama baik merupakan hal yang cukup penting. Pemahaman bahwa reputasi itu berupa citra merek, citra perusahaan, reputasi merek, nama terbaik, pelayanan prima, dan segala sesuatu yang berkaitan dengan kepuasan nasabah yang diprioritaskan dalam upaya pemasaran suatu bank (Aziz, 2012).

Hubungan Jaminan Rasa Aman dengan Keputusan Mengambil Kredit di Bank BTN KC Medan

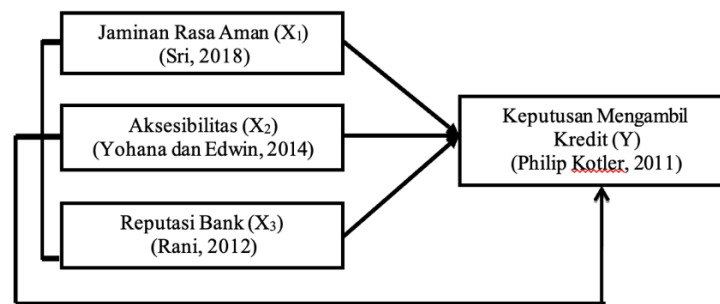
Karyawan bank mampu menumbuhkan kepercayaan pada nasabah dan karyawan mampu menjelaskan produk produk keuangan yang ditawarkan kepada nasabah sehingga nasabah menjadi merasa aman dengan keputusan mengambil kredit yang dilakukan di Bank BTN KC Medan. Kebutuhan rasa aman merupakan salah satu tolak ukur nasabah dalam menentukan keputusan mengambil kredit. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan rasa aman secara psikis, sebab nasabah tidak akan merasa canggung dalam menetapkan pilihan mengambil kredit.

Hubungan Aksesibilitas dengan Keputusan Mengambil Kredit di Bank BTN KC Medan

Aksesibilitas dalam jasa keuangan adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada nasabah terkait kemudahan bertransaksi. Salah satu komponen yang penting dalam pengambilan kredit adalah kelancaran dalam bertransaksi antara nasabah dan jasa keuangan tersebut. Dalam hal ini, aksesibilitas yang dimaksud adalah tersedianya layanan *M-Banking* dan mesin ATM sehingga nasabah tidak harus mendatangi bank untuk melakukan pembayaran ataupun penarikan uang secara tunai.

Hubungan Reputasi Bank dengan Keputusan Mengambil Kredit di Bank BTN KC Medan

Reputasi ialah visualisasi pengalaman nasabah dengan bank, ataupun pelayanan yang didapatkannya. Reputasi yang baik mendorong naiknya kredibilitas, menimbulkan kepercayaan diri nasabah dimana bahwa mereka akan menerima sesuai janji pihak bank. Reputasi menjadi sebuah jaminan bahwa yang nasabah dapat akansesuai dengan harapan.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

- H₁ : Adanya dampak parsial Jaminan Rasa Aman (X₁) pada Keputusan Mengambil Kredit (Y)
- H₂ : Adanya dampak parsial Aksesibilitas (X₂) pada Keputusan Mengambil Kredit (Y)
- H₃ : Adanya dampak parsial Reputasi Bank (X₃) pada Keputusan Mengambil Kredit (Y)
- H₄ : Adanya dampak simultan Jaminan Rasa Aman (X₁), Aksesibilitas (X₂), dan Reputasi Bank (X₃) pada Keputusan Mengambil Kredit (Y)

Metode

Pendekatan bersifat kuantitatif diambil sebagai metode didalam riset ini. Populasi yang dipilih ialah nasabah Bank BTN KC Medan yang beralamat di Jl. Pemuda No.10 A, A U R, Kec, Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara, Kode Pos 20151, sejumlah 120 responden. Sampel ditetapkan dengan *Non-probability* atau sampel jenuh, dimana mempergunakan seluruh anggota populasi sebagai responden.

Teknik pengumpulan data

Teknik didalam penghimpunan data didalam riset ini meliputi : **Wawancara**, mewawancarai nasabah yang ingin mengambil kredit di BankBTN KC Medan. **Kuesioner**, dibagikan kepada responden. Skala pengukuran yang dipergunakan ialah skala Likert.

Hasil

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Jaminan Rasa Aman (X₁)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0.531	0.149	Valid
X1.2	0.893	0.149	
X1.3	0.911	0.149	
X1.4	0.927	0.149	

Nilai r_{hitung} tiap butir pernyataan melebihi nilai r_{tabel} , yang artinya pernyataan tersebut dinilai valid.

Tabel 2. Uji Validitas Aksesibilitas (X₂)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0.589	0.149	Valid
X2.2	0.688	0.149	
X2.3	0.679	0.149	

Nilai r_{hitung} tiap butir pernyataan melebihi nilai r_{tabel} , yang artinya pernyataan tersebut dinilai valid.

Tabel 3. Uji Validitas Reputasi Bank (X₃)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.1	0.872	0.149	Valid
X3.2	0.880	0.149	
X3.3	0.888	0.149	
X3.4	0.863	0.149	

Nilai r_{hitung} tiap butir pernyataan melebihi nilai r_{tabel} , yang artinya pernyataan tersebut dinilai valid.

Tabel 4. Uji Validitas Keputusan mengambil Kredit (Y)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0.531	0.149	Valid
Y.2	0.893	0.149	
Y.3	0.911	0.149	
Y.4	0.927	0.149	

Nilai r_{hitung} tiap butir pernyataan melebihi nilai r_{tabel} , yang artinya pernyataan tersebut dinilai valid.

Realibilitas

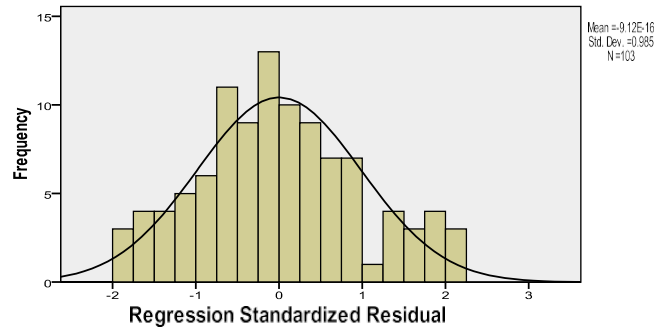
Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha ($\bar{\alpha}$)	N Of Item	Keterangan
Jaminan Rasa Aman (X ₁)	0.783	4	Reliable
Aksesibilitas (X ₂)	0.935	3	
Reputasi Bank (X ₃)	0.931	4	
Keputusan Mengambil Kredit (Y)	0.958	4	

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan semua pernyataan dari variabel X dan Y bernilai

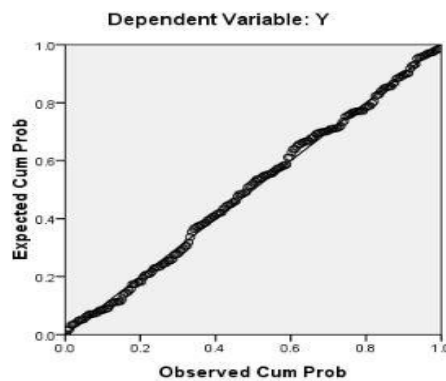
Cronbach Alpha ($\bar{\alpha}$) melebihi 0,60, artinya bahwa semua pernyataan yang dipergunakan dinilai reliabel.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas Dengan Histogram

Pada Gambar 1. Kurva membentuk lonceng. Dapat dinilai bahwa informasi variabel didalam riset ini dinilai memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Uji Normalitas Dengan Diagram Normal P-P Plot

Pada Gambar 2. Plot Biasa P harus terlihat bahwa fokus menyebar di area garis dan mengikuti garis miring, kemudian, pada titik itu, nilai yang tersisa biasanya beredar.

Tabel 6. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize dResidual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20115170
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052
	Negative	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		.530
Asymp. Sig. (2-tailed)		.941
Monte Carlo Sig. (2- tailed)	Sig.	.929
	99% Confidence	Lower Bound
	Interval	Upper Bound
		.922
		.935

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Dilihat dari tabel 6. hasil uji normalitas mendapatkan nilai signifikan 0,941 melebihi nilai signifikansi 0,05. Artinya data terdistribusi normal.

Multikolinearitas

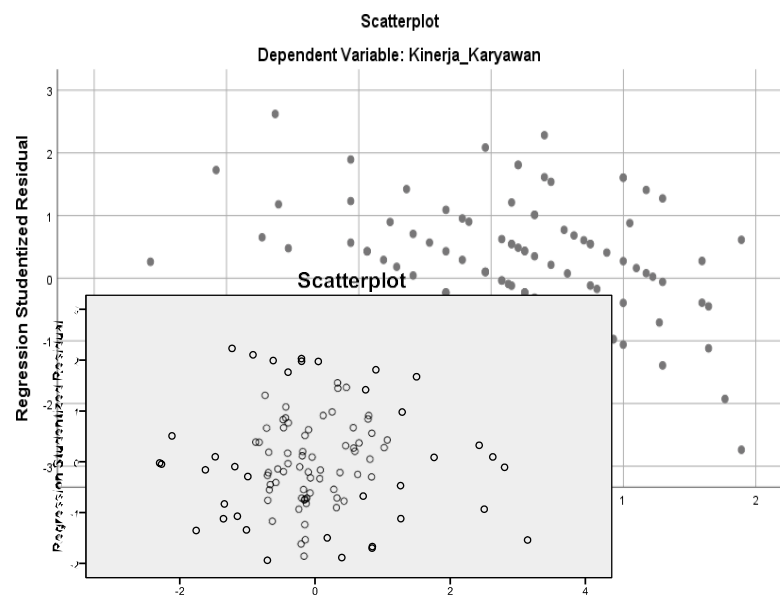
Tabel 7. Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Jaminan Rasa Aman	.938	1.067
Aksesibilitas	.883	1.132
Reputasi Bank	.902	1.109

a. Dependent Variable: Y

Tabel 7. Memperlhatikan hasil uji multikolinearitas dengan nilai VIF dari jaminan rasa aman 1,067, nilai VIF aksesibilitas 1,132, dan nilai VIF reputasi bank 1,109. Nilai *tolerance* > 0,1 yang menyatakan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen didalam model regresi.

Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Autokorelasi

Tabel 8. Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.541 ^a	.364	.345	2.23425	2.192

a. Predictors: (Constant), X1,X2,X3

b. Dependent Variable: Y

Tabel 8. memperlihatkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,192, dengan n (jumlah data penelitian) =120 dan k(jumlah variabel independen) = 3 didapat angka $dl= 1,651$ dan $du= 1,753$. Hal ini sesuai dengan ketentuan $du < d < (4-du)$, yaitu $1,753 < 2,192 < 2,247$ yang artinya tidak terjadi autokorelasi antar residual.

Regresi Linier Berganda

Tabel 9. Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	4.339	.804	
Jaminan_Rasa_Aman	.612	.567	.107
Aksesibilitas	.278	.156	.183
Reputasi_Bank	.350	.173	.206

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan konstanta bernilai 4,339, jaminan rasa aman 0,612, aksesibilitas 0,278, dan reputasi bank sebesar 0,350. Maka persamaannya diperoleh:

$$Y = 4,339 + 0,612 + 0,278 + 0,350 + e$$

1. Jika sesuatu pada variabel independen dianggap konstan, maka nilai keputusan mengambil kredit sebesar 4,339.
2. Nilai koefisien regresi jaminan rasa aman sebesar 0,612, yang berarti setiap kenaikan jaminan rasa aman sebesar 1% akan meningkatkan nilai keputusan mengambil kredit sebesar 0,612%, dengan catatan variabel lain dianggap tetap.
3. Nilai koefisien regresi aksesibilitas sebesar 0,278, yang berarti setiap kenaikan aksesibilitas sebesar 1% akan meningkatkan nilai keputusan mengambil kredit sebesar 0,278%, dengan catatan variabel lain dianggap tetap.
4. Nilai koefisien regresi reputasi bank sebesar 0,350, yang berarti setiap kenaikan reputasi bank sebesar 1% akan meningkatkan nilai keputusan mengambil kredit sebesar 0,350%, dengan catatan variabel lain dianggap tetap.

Uji t

Tabel 10. Uji Statistik Parsial (Uji-t) Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.339	.804		5.394	.000
Jaminan_Rasa_Aman	.612	.567	.107	1.079	.283
Aksesibilitas	.278	.156	.183	1.998	.031
Reputasi_Bank	.350	.173	.206	2.029	.045

a. Dependent Variable: Y

Tabel di atas memperlihatkan nilai sig 0,283 > 0,05. Variabel jaminan rasa aman bernilai t_{hitung} sebesar 1,079 dengan $t_{tabel} = 1,980$. Jadi, $t_{hitung} < t_{tabel}$. Artinya variabel jaminan rasa aman secara tidak berdampak pada keputusan mengambil kredit.

Variabel aksesibilitas memperlihatkan nilai sig 0,031 < 0,05. Variabel aksesibilitas bernilai t_{hitung} sebesar =1,998 dengan $t_{tabel} = 1,980$. Jadi, $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya variabel aksesibilitas berdampak pada keputusan mengambil kredit.

Variabel reputasi bank memperlihatkan nilai sig 0,045 < 0,05. Variabel reputasi bank bernilai t_{hitung} sebesar 2,029 dengan $t_{tabel} = 1,980$. Jadi, $t_{hitung} > t_{tabel}$. Artinya variabel reputasi bank berdampak pada keputusan mengambil kredit.

Disimpulkan bahwa variabel jaminan rasa aman (X_1) tidak berdampak pada keputusan mengambil kredit (Y), sedangkan aksesibilitas (X_2) dan reputasi bank (X_3) berdampak signifikan pada keputusan mengambil kredit (Y).

Uji F

Tabel 11. Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.759	3	14.253	2.855	.041 ^a
	Residual	494.197	99	4.992		
	Total	536.956	102			

a. Dependent Variable: Y

Pada tabel 11, menunjukkan nilai $F_{hitung} 2,885 > F_{tabel} 2,68$ dan tingkat signifikansinya $0,041 < 0,05$ artinya bahwa jaminan rasa aman, aksesibilitas dan reputasi bank secara bersama-sama berdampak pada keputusan mengambil kredit.

Koefisien Determinasi R^2 (*Adjusted R-Square*)

Tabel 12. Koefisien Determinasi R^2

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.541 ^a	.364	.345	2.23425	2.192

Pengujian koefisien determinasi memperlihatkan nilai *Adjusted R²* 0,345 yang berarti variabilitas variabel keputusan mengambil kredit yang mampu diterangkan oleh variabel jaminan rasa aman, aksesibilitas dan reputasi bank sebesar 34,5 %.

Kesimpulan

Varabel jaminan rasa aman (X_1), aksesibilitas (X_2) dan reputasi bank (X_3) secara simultan berdampak pada keputusan mengambil kredit di Bank BTN KC Medan. Dari hasil riset ini, bisa menjadi pertimbangan bagi pimpinan didalam menyeleksi, melihat dan menilai manajemen perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah guna meningkatkan reputasi bank. Hal yang diperhitungkan dari riset ini yakni bahwa pimpinan bisa mengevaluasi terkait jaminan rasa aman, aksesibilitas dan reputasi bank. Dengan demikian, pimpinan bank akan mampu meminimalisir terjadinya kesalahan dan keluhan dari nasabah. Acuan bagi pengendali internal terutama pegawai bank yang selalu melayani keluhan nasabah untuk melayani dengansepuh hati dan membantu mengatasi semua hambatan yang dialami nasabah.

Daftar Pustaka

- Asad, M. M., Mohajerani, N. S., & Nourseresh, M. (2016). Prioritizing factors affecting customer satisfaction in the internet banking system based on cause and effect relationships. *Procedia Economics and Finance*, 36, 210–219.
- Aziz, M, et al. 2012. *Manajemen Investasi Fundamental, Teknikal, Perilaku Investor dan Return Saham*. Yigyakarta: Deepublish.
- Djohan, Warman. 2014. *Kredit Bank dan Alternatif Pembiayaan*. Medan: Repository USU Press.
- Hanitha, V. (2020). The Effect of Excellent Services and Corporate Images to Customer Satisfaction on Financial Banking Sectors. *ECo-Buss*, 2(3), 44–57. <https://doi.org/10.32877/eb.v2i3.138>
- Kotler, Philip. 2011. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kuncoro, Mudrajad dan Aditya. 2012. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi: Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta: Erlangga.

- Neysa Setyawan, Yohana dan Edwin Japariato. 2014. *Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol.2 No. 1.
- Ningsi, E. H. (2019). Pengaruh Risiko Kredit, Financing To Deposit Ratio (Fdr) Dan Suku Bunga Bi Rate Terhadap Kecukupan Modal Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ready Star*, 2(1), 305-311.
- Pasrizal, Himyar. 2012. *Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial dan Budaya Pengusaha Terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Sumatera Barat*. Jurnal Alpikasi Manajemen Vol. 10.
- Sherly Fajrina, Rani. 2012. *Pengaruh Reputasi perusahaan dan Komunikasi Word-Of-Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja*. Jurnal Manajemen Komunikasi dan Manajemen Korporasi.
- Supriyono, Maryanto. 2011. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: BPFE.
- Tarigan Marthin, Roy. 2014. *Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen Eksistensi Universitas Sumatera Utara.
- Teja, C. M., & Yanti, L. D. (2023). Analisis Pengaruh Kurs, Suku Bunga dan Return Saham Terhadap Aktivitas Volume Perdagangan. *ECo-Fin*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.32877/ef.v5i1.701>
- Yicong, L. (2021). Liu, Y. (2021). *The application and development trend of Fintech in commercial banks on the example of Chinese commercial banks: annotation to master's thesis (Master's thesis)*. School Of Business Of Belarusian State University.
- Wahyuning Tyas, Sri. 2018. *Pengaruh Kelas Sosial, Jaminan Rasa Aman, Dan Lokasi Terhadap Minat Transaksi Di Bank Syari'ah (Studi Pada Masyarakat Desa Bandar Jaya Timur Kecamatan Terbanggi Besar Lampung Tengah)*. Lampung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Raden Intan