ABSTRAKSI

Bank Mandiri sebagai bank terbesar di Indonesia dari sisi total asset dan total DPK memiliki tujuan untuk mengikuti BRI di pasar mikro, akan tetapi pada pencairan kredit di PT Bank mandiri Tbk Distrik Semarang justru mengalami penurunan jumlah rekening kredit yang cair, oleh karena itu, perlu diteliti faktor-faktor yang dapat meningkatkan keputusan pengambilan kredit.

Untuk melakukan analisis terhadap tujuan yang telah ditetapkan, data dikumpulkan dari 100 responden Bank Mandiri Distrik Semarang dengan menggunakan kuesioner. Selanjutnya data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif melalui nilai deskriptif presentase dan analisis regresi ganda. Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa suku bunga kredit berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit, Kualitas Pelayanan Inti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit, kualitas pelayanan periferal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit, kemampuan tenaga marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat dilakukan berkaitan dengan peningkatan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit, yaitu: peran aktif dari staf marketing dan analis kredit untuk mendukung kecepatan proses kredit, perbaikan dan pengembangan fasilitas penunjang yang mendukung bagi kelancaran kredit yang dibutuhkan nasabah, menetapkan suku bunga kredit di level 1% atau suku bunga yang sebanding dengan suku bunga pesaing, training yang berkelanjutan dan motivasi-motivasi dari atasan perlu untuk tetap dilakukan.

Kata kunci :
Suku bunga kredit, kualitas pelayanan inti, kualitas pelayanan periferal, kemampuan tenaga marketing, keputusan pengambilan kredit.

SEMARANG
FEB UNDIP