

Pengaruh Suku Bunga Kredit Terhadap Daya Tarik Konsumen PT MACF Cabang Sengkang

Andi Yuniartiⁱ

ⁱSTIE Lamaddukelleng Sengkang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui suku bunga kredit pada PT. MACF Cabang Sengkang, daya tarik konsumen pada PT. MACF Cabang Sengkang, pengaruh suku bunga kredit terhadap daya tarik konsumen PT. MACF Cabang Sengkang. Metode yang digunakan adalah analisis regresi, dengan metode regresi sederhana kami membandingkan antara suku bunga kredit yang digunakan dengan daya tarik konsumen yang dihasilkan dengan cara memberikan kuesioner pada pihak nasabah, dengan jumlah responden 75 orang. Metode regresi sederhana yang digunakan menghasilkan suatu kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang ditimbulkan oleh suku bunga kredit terhadap daya tarik konsumen sangat signifikan. Hal ini di tunjukkan berdasarkan data yang di ambil dari perusahaan selama kurun waktu 5 tahun

Kata Kunci: *suku bunga kredit, daya tarik konsumen, macf, sengkang*

PENDAHULUAN

Lembaga keuangan adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk memberikan pinjaman uang, dan ataupun berupa barang.

Menurut Undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, 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.

Dari pengertian di atas dapatlah dijelaskan bahwa kredit atau pembiayaan dapat berupa uang atau tagihan yang nilainya diukur dengan uang. Setiap perusahaan terutama yang bergerak di lembaga pembiayaan termasuk di antaranya PT MACF Cabang Sengkang berupaya untuk mencapai laba maksimal yang meningkat dan tujuan tersebut dapat tercapai dengan cara antara lain menciptakan dipersifikasi produk PT MACF Cabang Sengkang yang diartikan dengan PT Mega Auto Central Finance Cabang Sengkang yang dikenal juga sebagai PT MAF Sengkang atau PT Mega Auto Finance Sengkang diresmikan pada tahun 2008 yang bertempat di ruko Jl. Jawa Sengkang sebagai ruko kontrak, seiring berjalannya waktu PT MACF Cabang

Sengkang berpindah lokasi ke ruko di Jl. H. Andi Ninnong Sengkang sejak tahun 2016 sampai sekarang.

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, khususnya pada jasa lembaga keuangan di bidang perkreditan, setiap perusahaan harus bertahan hidup dan semakin berkembang. Lembaga-lembaga pemberi kredit selalu berusaha menawarkan tingkat suku bunga yang rendah dan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah. Salah satu hal penting yang perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah menjual produk-produknya baik berupa barang maupun jasa yang akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik yang tepat. Sehingga dapat mempertahankan konsumen potensial dan jangan sampai konsumen beralih menjadi pelanggan pembiayaan lain dan dapat menentukan keputusan nasabah dalam pengambilan kredit.

Pada dasarnya, ketika debitur menentukan untuk mengambil kredit selalu melalui proses analisis dan perhitungan yang tepat sesuai kemampuan pembayaran dan kepuasan yang dirasakannya pada lembaga keuangan tersebut, kemudian nasabah memilih satu alternatif dari beberapa alternatif yang ada. Sehingga keputusan debitur dalam mengambil kredit, mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Keputusan debitur dalam mengambil kredit pada suatu lembaga keuangan akan dapat meningkatkan eksistensi lembaga keuangan tersebut untuk dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Di samping itu dengan adanya nasabah yang mengambil kredit menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk kredit lembaga keuangan tersebut. Dengan demikian keputusan debitur dalam mengambil kredit menjadi hal yang sangat penting bagi suatu lembaga keuangan terlebih pada PT. MACF Cabang Sengkang.

PT. MACF Cabang Sengkang menawarkan suku bunga kredit yang menarik dan bervariasi untuk berbagai fasilitas kredit seperti fasilitas pinjaman pana (3,20%), pembelian motor bekas (2,92%) dan pembelian motor baru (3,04%) per tahunnya. Berikut merupakan suku bunga kredit yang ditawarkan PT. MACF Cabang Sengkang kepada nasabah dalam beberapa tahun terakhir ini:

Pada saat ini persaingan lembaga keuangan terutama di Kota Sengkang sangat ketat, di mana para penyedia kredit bersaing ketat dalam penawaran suku bunga kredit yang bervariasi, sehingga diperlukan kreativitas produk dan penawaran jasa lainnya yang semakin menarik minat debitur dalam penentuan pengambilan kredit. Seiring dengan bertambahnya lembaga keuangan baru ini yang penawaran suku bunga kredit yang bervariasi kepada nasabah sehingga memengaruhi keputusan debitur dalam pengambilan kredit dan kredit di PT. MACF Cabang Sengkang cenderung mengalami penurunan.

Jika dilihat secara garis besar, hal yang memengaruhi keputusan pengambilan kredit meliputi dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi faktor pribadi, seperti usia, siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, pendapatan, sedangkan Faktor eksternal meliputi faktor sosial atau lingkungan nasabah seperti keluarga, kelompok, rekan kerja, masyarakat serta faktor lainnya seperti lokasi dan prosedur kredit yang diterapkan. Hal yang tidak kalah pentingnya pada saat menentukan kredit oleh debitur adalah membandingkan tingkat suku bunga yang ditawarkan.

Oleh karena itu untuk menarik minat calon nasabah maka perlu adanya penawaran suku bunga yang menarik sehingga memberikan kepuasan kepada

nasabah. Kepuasan debitur merupakan evaluasi, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan debitur, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan debitur.

Untuk itu peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tingkat suku bunga kredit dengan kepuasan nasabah yang akhirnya dapat memengaruhi penentuan nasabah dalam pengambilan kredit, apakah yang membuat berhasil mewujudkan kesan yang baik pada nasabah dan pada akhirnya akan memudahkan meraih nasabah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif dengan data yang diperoleh langsung dari sumber yang bersangkutan, dengan membagikan kuesioner kepada nasabah di PT. MACF Cabang Sengkang didukung dengan data sekunder diperoleh secara resmi dari perusahaan seperti data perusahaan serta teori-teori yang diperoleh dari buku-buku dan literatur-literatur lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi, kuesioner.

Adapun analisis data dilakukan dengan teknik regresi linear sederhana yang memiliki fungsi untuk mengetahui arah pengaruh antara variabel independen (suku bunga kredit) dengan variabel dependen (daya tarik konsumen). Uji analisis korelasi juga dilakukan untuk mengetahui kuat lemah dan arah pengaruh antara variabel independent (suku bunga kredit) dengan variabel dependent (daya tarik konsumen).

Untuk menentukan nilai α dan b rumusnya sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Di mana :

- X = variabel suku bunga kredit
- Y = variabel daya tarik konsumen
- n = jumlah periode
- a = besarnya pencapaian
- b = koefisien regresi

Korelasi dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{((n\sum x^2) - (\sum x^2)(n\sum y^2) - (\sum y)^2)}}$$

Dimana :

- n = jumlah periode
- r = koefisien korelasi
- X = variabel suku bunga kredit
- Y = variabel daya tarik konsumen

PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan mengacu pada rumusan masalah, terdiri dari suku bunga kredit sebagai variabel bebas (x) dan daya tarik konsumen sebagai

variabel (y). Hasil dari pengolahan data untuk mengetahui pengaruh suku bunga kredit terhadap daya tarik konsumen PT. MACF Cabang Sengkang.

Tingkat suku bunga terhadap daya tarik konsumen.

Suku bunga adalah imbal jasa atas pinjaman uang. Imbal jasa ini merupakan suatu kompensasi kepada pemberi pinjaman atas manfaat ke depan dari uang pinjaman tersebut apabila diinvestasikan. Jumlah pinjaman tersebut disebut “pokok utang” (prinsipiel). Persentase dari pokok utang yang dibayarkan sebagai imbal jasa (bunga) dalam suatu periode tertentu disebut “suku bunga”.

Penetapan suku bunga kredit dilakukan berdasarkan risiko penetapan harga atau *risk baser pricing* (RBP). Penetapan bunga kredit atas dasar RBP mempertimbangkan berbagai unsur, di antaranya unsur biaya dana masyarakat, biaya premi risiko, biaya regulasi Giro Wajib Minimum (GWM), dan biaya *over head* baik untuk penghimpunan dana proses kredit, biaya modal dan margin keuntungan bank.

Tabel 1. Hasil Olah Data Tingkat Suku Bunga pada PT. Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang

Tahun	Suku Bunga
2013	29%
2014	31%
2015	32%
2016	33%
2017	38%

Sumber : PT. MACF Cabang Sengkang, 2018

Dijelaskan bahwa tingkat suku bunga pada PT. Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang, pada tahun 2013 sebesar 29%, pada tahun 2014 mengalami kenaikan bunga sebesar 31%, tahun 2015 mengalami kenaikan lagi yakni sebesar 32%, pada tahun 2016 naik 33% dan tahun 2017 naik 38 %. Hal ini menandakan bahwa peningkatan suku bunga yang terjadi pada PT. Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang masih dalam keadaan rata-rata meskipun setiap tahunnya mengalami kenaikan.

Tingkat daya tarik konsumen.

Daya tarik konsumen dilandasi oleh permintaan asumsi *ceteris paribus*. Asumsi ini menganggap faktor selain harga yang juga menentukan jumlah yang diminta dianggap tidak berubah. Apabila faktor tersebut berubah, akan terjadi perubahan permintaan. Pergeseran ke kanan kurva permintaan menunjukkan permintaan naik dan pergeseran ke kiri kurva permintaan menunjukkan permintaan turun.

Tingkat standar kredit

Standar kredit merupakan standar uang muka minimum yang diberikan kepada konsumen.

Tabel 2. Tingkat standar kredit PT MACF Sengkang

Kategori	Nilai Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat rendah	6-7	5	6.67 %
Rendah	8-9	5	6.67 %

Sedang	10-11	12	16 %
Tinggi	12-13	20	26.66 %
Sangat tinggi	14-15	33	44 %
Total		75	100 %

Sumber: Hasil pengolahan data, tahun 2018

Dari hasil pengolahan data frekuensi pada tabel maka diketahui bahwa dari 75 responden 33 atau 44% di antaranya yang masuk dalam kategori sangat tinggi dengan skor antara 14-15, yang masuk dalam kategori tinggi sebanyak 20 responden atau 26.66% dengan skor antara 12-13, yang masuk dalam kategori sedang sebanyak 12 responden atau 16% dengan skor antara 10-11, yang termasuk dalam kategori rendah sebanyak 5 responden atau 6.67% dengan skor 8-9 dan yang termasuk kategori sangat rendah juga sebanyak 5 responden atau 6.67% dengan skor antara 6-7. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat standar kredit tergolong sangat tinggi. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat standar kredit yang bisa diberikan adalah keadaan finansial pelanggan, tempat tinggal calon pembeli dan pemberian standar uang muka yang minim.

Tingkat jangka waktu pembayaran kredit

Jangka waktu pembayaran kredit pada prinsipnya ditempuh dengan memperpanjang waktu kredit dengan harapan agar penjualan bisa meningkat. Karena yang ditingkatkan hanyalah jangka waktu kreditnya, maka umumnya risiko tidak terbayarnya piutang tidak banyak berubah. Misalnya semula jangka waktu adalah 30 hari tanpa potongan kemudian diperpanjang menjadi 10 hari tanpa potongan. Dengan perubahan ini diperkirakan volume penjualan dapat meningkat.

Tabel 3. Tingkat jangka waktu pembayaran kredit

Kategori	Nilai skor	Frekuensi	Persentase
Sangat rendah	4-5	6	8%
Rendah	6-7	3	4%
Sedang	8-9	27	36%
Tinggi	10-11	16	21.33%
Sangat tinggi	12-13	23	30.67%
Total		75	100 %

Sumber: Hasil pengolahan data, tahun 2018

Maka diketahui bahwa dari 75 responden, 27 responden atau 36% di antaranya yang masuk dalam kategori sedang dengan skor antara 8-9, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi sebanyak 23 responden atau 30.67% dengan skor antara 12-13, yang masuk dalam kategori tinggi sebanyak 16 responden atau 21.33% dengan skor 10-11, yang termasuk dalam kategori sangat rendah sebanyak 6 responden atau 8% dengan skor 4-5 dan yang termasuk dalam kategori rendah sebanyak 3 responden atau 4% dengan skor 6-7.

Hal menunjukkan bahwa tingkat jangka waktu pembayaran tergolong sedang. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat jangka waktu pembayaran kredit pada PT. Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang yaitu pemberian jangka waktu lima (5) hari dari batas waktu yang ditetapkan, sepuluh (10) hari dari batas waktu yang ditetapkan.

Tingkat pemberian potongan

Salah satu upaya dalam rangka merangsang para pelanggan membayar lebih cepat adalah memberikan potongan apabila pelanggan membayar dalam jangka waktu lebih cepat dari batas waktu yang ditetapkan.

Tabel 4. Tingkat pemberian potongan

Kategori	Nilai skor	Frekuensi	Persentase
Sangat rendah	3-4	7	9.33%
Rendah	5-6	7	9.33%
Sedang	7-8	25	33.34%
Tinggi	9-10	16	21.33%
Sangat tinggi	11-12	20	26.67%
Total		75	100 %

Sumber: Hasil pengolahan data, tahun 2018

Dari hasil pengolahan data frekuensi pada tabel tersebut di atas maka diketahui bahwa dari 75 responden, 25 responden atau 33.34% di antaranya yang masuk dalam kategori sedang dengan skor antara 7-8, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi sebanyak 20 responden atau 26.67% dengan skor antara 11-12, yang masuk dalam kategori tinggi sebanyak 16 responden atau 21.33% dengan skor 9-10, yang termasuk dalam kategori rendah sebanyak 7 responden atau 9.33% dengan skor 5-6 dan yang termasuk dalam kategori rendah sebanyak 7 responden atau 9.33% dengan skor 3-4.

Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat pemberian potongan tergolong sedang. Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat pemberian potongan adalah kurang dari sepuluh (10) hari dari waktu yang ditetapkan diberi potongan 1,5%, kurang dari lima (5) hari dari waktu yang ditetapkan diberi potongan sebanyak 1% dan apabila pembayaran rutin dilakukan tepat waktu akan diberikan potongan sebanyak 0,5%.

Tingkat daya tarik konsumen

Daya tarik konsumen atau biasa disebut permintaan kredit adalah jumlah hasil penjualan barang dagangan atau jasa dalam transaksi dunia usaha untuk mencapai suatu keuntungan, dan berbagai usaha dapat dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan permintaan kredit.

Tabel 5. Tingkat daya tarik konsumen (Y)

TAHUN	Tingkat daya tarik konsumen
2013	24
2014	28
2015	30
2016	33
2017	36
Total	151

Sumber: PT. Mega Auto Centra Finance Cab. Sengkang, 2018

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa dari tahun 2013-2017, pada tahun 2013 jumlah daya tarik konsumen sebesar 24 unit, pada tahun 2014 jumlah daya tarik konsumen 28 unit, sedangkan pada tahun 2015 jumlah daya tarik konsumen sebesar 30 unit, pada tahun 2016 jumlah daya tarik konsumen sebesar 33 unit dan pada tahun 2017 jumlah daya tarik konsumen sebesar 36 unit. Ini

menandakan bahwa dari tahun ke tahun selama 1(satu) periode terjadi peningkatan jumlah daya tarik konsumen untuk melakukan kredit pada PT. Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang.

Pengaruh antara suku bunga terhadap daya tarik konsumen pada PT. Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang.

Analisa statistik pengaruh antara suku bunga kredit terhadap daya tarik konsumen PT. Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang.

H_a : Terdapat pengaruh antara suku bunga kredit terhadap daya tarik konsumen PT. MACF Cabang Sengkang

H_o : Tidak terdapat pengaruh antara suku bunga kredit terhadap daya tarik konsumen PT. MACF Cabang Sengkang

$H_a : r \neq 0$

$H_o : r = 0$

Tabel 6. Analisa statistik pengaruh antara penilaian suku bunga terhadap daya tarik konsumen pada PT. Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang

Tahun	X	Y	X.Y	X ²	Y ²
2013	29	24	696	841	576
2014	31	28	868	961	784
2015	32	30	960	1.024	900
2016	33	33	1.089	1.089	1.089
2017	38	36	1.368	1.444	1.296
Total	$\sum x=163$	$\sum y=151$	$\sum x.y= 4.981$	$\sum x^2= 5.359$	$\sum y^2= 4.645$

Hasil pengolahan data, 2018

Sehingga digunakan analisis regresi untuk menguji sejauh mana pengaruh penilaian antara suku bunga kredit terhadap daya tarik konsumen pada PT Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang.

Analisis Regresi

$$\begin{aligned}
 \alpha &= \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \\
 &= \frac{(\sum 151)(\sum 5.359) - (\sum 163)(\sum 4.981)}{5(\sum 5.359) - (\sum 163)^2} \\
 &= \frac{(\sum 809.209) - (\sum 811.903)}{\sum 26.795 - \sum 26.569} \\
 &= \frac{\sum - 2.694}{\sum 226} \\
 &= -11,920345 \text{ atau } -11,92
 \end{aligned}$$

Menentukan nilai b dihitung dengan rumus dan perhitungan.

$$\begin{aligned} b &= \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2} \\ &= \frac{5(\sum 4.981) - (\sum 163)(\sum 151)}{5(\sum 5.359) - (\sum 163)^2} \\ &= \frac{\sum 24.905 - \sum 24.613}{\sum 26.795 - \sum 26.569} \\ &= \frac{\sum 292}{\sum 226} \\ &= 1,29203354 \text{ atau } 1,29 \end{aligned}$$

Sehingga nilai a dan b dapat dihitung dengan persamaan regresi.

$$\begin{aligned} y &= a + bx \\ y &= -11,92 + 1,29x \end{aligned}$$

Nilai b sebesar $1,29$ menunjukkan bahwa apabila suku bunga naik 1 satuan maka tingkat daya tarik konsumen akan bertambah sebesar $1,29\%$. Hal ini menunjukkan bahwa apabila suku bunga dilakukan dengan baik, setiap daya tarik konsumen akan meningkatkan pula sebesar $1,29\%$.

Koefisien korelasi

Kaidah kesimpulan : Jika $t_{hitung} \geq$ dari t_{tabel} maka **signifikan**

Jika $t_{hitung} \leq$ dari t_{tabel} maka **tidak signifikan**

Selanjutnya menghitung kuat atau lemahnya pengaruh antara variabel bebas (suku bunga) dengan variabel terikat (daya tarik konsumen).

$$\begin{aligned} r &= \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{((n\sum x^2) - (\sum x)^2)(n\sum y^2) - (\sum y)^2}} \\ &= \frac{5\sum 4.981 - (\sum 163)(\sum 151)}{\sqrt{((5\sum 5.359) - (\sum 163)^2)(5\sum 4.645) - (\sum 151)^2}} \\ &= \frac{\sum 24.905 - \sum 24.613}{\sqrt{((\sum 26.795) - (\sum 26.569))((\sum 23.225) - (\sum 22.801))}} \\ &= \frac{24.905 - 24.613}{\sqrt{(226)(424)}} \\ &= \frac{292}{\sqrt{95.824}} \\ &= \frac{292}{309,554} \\ &= 0,94 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan diperoleh koefisien antara suku bunga dengan daya tarik konsumen sebesar $0,94$. Hal ini berarti bahwa pengaruh yang terjadi antara kedua variabel tersebut dapat dikatakan sangat kuat dan hasil perhitungan koefisien korelasi yang menunjukkan angka yang positif, maka dapat dikatakan pengaruh yang terjadi bersifat searah.

Koefisien Determinasi

Analisa determinasi digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas (suku bunga) terhadap variabel terikat (daya tarik konsumen).

$$\begin{aligned}KD &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,942 \times 100\% \\ &= 0,88 \times 100\% \\ &= 88\%\end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan dapat dikatakan bahwa pengaruh suku bunga terhadap daya tarik konsumen adalah sebesar 88%.

Pengujian Hipotesis

Setelah diketahui bagaimana pengaruh antara variabel tersebut dan sejauh mana pengaruhnya. Maka penulis melakukan pengujian hipotesis. Hal ini dilakukan untuk menguji apakah ada pengaruh yang berarti antara suku bunga dengan daya tarik konsumen.

$$\begin{aligned}t_{hitung} &= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= \frac{0,94 \sqrt{5-2}}{\sqrt{1-0,94^2}} \\ &= \frac{0,94 \sqrt{3}}{\sqrt{1-0,88}} \\ &= \frac{0,94 (1,73205081)}{\sqrt{0,12}} \\ &= \frac{1,62812776}{0,346410162} \\ &= 4,7\end{aligned}$$

Jadi, $t_{hitung} = 4,7$

Dari data yang telah dihitung, maka akan diuji koefisien korelasinya dengan tingkat kesalahan 5% (0,05) dengan jumlah data (n) sebanyak 5 dari pengujian yang dilakukan satu pihak yaitu pihak kanan dengan derajat kebebasan yaitu :

$$\begin{aligned}df &= n - 2 \\ &= 5 - 2 \\ &= 3 \\ t_{\alpha 0,05/3} &= 0,17\end{aligned}$$

Maka besarnya t_{hitung} adalah 4,7 di mana t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} yaitu 0,17 atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

Sehingga diperoleh, $t_{hitung} = 4,7$, sedangkan $t_{tabel} = 0,17$. Jadi, t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh yang berarti (signifikan) antara suku bunga kredit yang ditawarkan perusahaan tersebut dengan daya tarik konsumen. Dengan demikian hasil hipotesis yang penulis ajukan terbukti dapat diterima.

SIMPULAN

Suku bunga pada PT. Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang bisa dikatakan stabil, ini dapat dilihat pada peningkatan suku bunga yang kenaikannya tidak terlalu signifikan.

Daya tarik konsumen dalam hal permintaan kredit pada PT. Mega Auto Centra Finance Cabang Sengkang terjadi peningkatan setiap tahunnya sebagaimana yang dilampirkan pada tingkat daya tarik konsumen.

Suku bunga sangat berpengaruh terhadap daya tarik konsumen itu sendiri karena ini dinilai dari jumlah permintaan kredit tersebut, dalam arti antara dua variabel ini yaitu suku bunga dan daya tarik konsumen adalah sesuatu hal yang tidak dapat di pisahkan karena saling berkaitan satu sama lain.

Kebijakan perusahaan dalam menetapkan suku bunga yang dilakukan sudah cukup baik, namun ada baiknya jika suku bunga yang ditawarkan bisa jauh lebih rendah dari pada yang ditawarkan perusahaan lain atau dalam jangkaun suku bunga yang bisa sangat meringankan konsumen.

Perusahaan harus dapat menjaga hubungan baik yang telah terjalin selama ini dengan pihak karyawan dan pimpinannya agar dapat menciptakan karyawan-karyawan yang bertanggung jawab atas pekerjaannya tanpa mengurangi kualitas, kuantitas dan nama baik perusahaan. Perusahaan harus bisa menciptakan suasana baik, agar para karyawan merasa nyaman, dan pimpinan perusahaan seharusnya bisa menjaga jalinan hubungan dengan karyawan tanpa membedakan antar karyawan sehingga tidak menimbulkan rasa iri terhadap sesama karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Metode Penelitian : Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi 2. Jakarta: PT Buku Seru.
- Boediono, DR. (2017). *Ekonomi Moneter*. Edisi 3, Yogyakarta: BPFE.
- Emzir. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fahmi, Irham, S.E.,M.Si. (2014). *Manajemen Perkreditan*. Bandung: Alfabeta.
- Ginting. (2008). *Metode Penelitian*. Edisi 4. Jakarta: PT Indeks.
- Hasan dan Siagian. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2013). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Cetakan 13. Yogyakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, Philip. (1997). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi 1. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: PT Indeks.
- Limakrisna, Nandan, H., Ir., MM.,CQM. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Naida. (2017). *Metode Penelitian*. Sengkang: STIE Lamaddukelleng.
- Priyatno. (2010). *Metode Penelitian*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Priyatno. (2010). *Metode Penelitian*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J, M.A.,APU. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sunyoto, Danang, S.H., S.E., M.M. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen: Teori, Kuesioner, Alat dan Analisis Data*. Jakarta: PT Buku Seru.

[Http://berembunilmu.blogspot.com/2016/10/Metodepenelitian.html](http://berembunilmu.blogspot.com/2016/10/Metodepenelitian.html).February 2018.

[Http://ramlanmosya.blogspot.com/2009/03/metodepenelitian.html](http://ramlanmosya.blogspot.com/2009/03/metodepenelitian.html).February 2018.

*[Http://www.spengetahuan.blogspot.com/2017/09/Lembagakeuangan.html](http://www.spengetahuan.blogspot.com/2017/09/Lembagakeuangan.html).February
2018.*

*[Http://www.artikelsiana.blogspot.com/2017/10/pemasaranpembiayaan.html](http://www.artikelsiana.blogspot.com/2017/10/pemasaranpembiayaan.html).Februar
y 2018*