



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT DI MASA PANDEMI COVID-19

Dwi Rahmadhani S¹, Eka Indriyani MS²,
^{1,2} Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pengambilan kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu di masa pandemi Covid-19. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel tingkat suku bunga (X_1), pendapatan (X_2), kualitas pelayanan (X_3) dan keputusan pengambilan kredit (Y). Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah sampel adalah 80 nasabah yang mengambil kredit dari bulan Mei tahun 2020 s/d bulan April tahun 2021 pada Bank Sulselbar Cabang Palu. Berdasarkan hasil penelitian tingkat suku bunga, pendapatan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu. Secara parsial ketiga variabel yaitu tingkat suku bunga, pendapatan dan kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah untuk mengambil kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu.

Kata kunci: *Tingkat suku bunga, pendapatan, kualitas pelayanan dan keputusan pengambilan kredit.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence credit decisions at Bank Sulselbar Palu Branch during the Covid-19 pandemic. The variables in this study include the interest rate variable (X_1), income (X_2), service quality (X_3) and credit decision making (Y). Sampling was carried out using the accidental sampling method with a total sample of 80 customers who took credit from May 2020 to April 2021 at Bank Sulselbar Palu Branch. Based on the results of the research, interest rates, income and service quality simultaneously (simultaneously) have a positive and significant effect on credit decisions at Bank Sulselbar Palu Branch. Partially the three variables, namely interest rates, income and service quality also have a positive effect on customer decisions to take credit at Bank Sulselbar Palu Branch.

Keywords: *Interest rate, income, service quality and credit decision making*



PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis khususnya bidang perbankan terus mengalami peningkatan yang pesat. Terlebih dalam kondisi pandemi saat ini, beberapa nasabah mengalami penurunan pendapatan yang signifikan disebabkan oleh rendahnya pendapatan yang diperoleh sementara tingkat biaya yang mengalami kenaikan. Hal ini tentu mempengaruhi keputusan nasabah untuk menemukan cara agar mampu bertahan dalam kondisi yang tidak stabil saat ini. Berbagai cara yang dilakukan untuk bisa bertahan salah satunya adalah memenuhi kebutuhan modal melalui pinjaman. Tawaran berbagai pinjaman bukan hanya dari perbankan melainkan lembaga keuangan lain berhasil mengembangkan produk produk keuangan baru untuk mempengaruhi keputusan nasabah. Di sisi lain nasabah perbankan saat ini sangat mudah menemukan banyak pilihan jasa perbankan yang ditawarkan. Dalam upaya untuk mempertahankan keeksistensinya, bank yang berusaha untuk memahami kebutuhan dan keinginan nasabahnya sesuai kondisi yang terjadi saat ini melalui berbagai cara salah satunya adalah pemberian kredit inovatif yang bisa menjangkau semua nasabah baik dari skala kecil hingga besar, penurunan tingkat suku bunga dan memberikan pelayanan yang cepat, efisien dan mudah.

Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi sebagai *financial intermediary* yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dana pihak ketiga dan menyalurkannya kembali dalam bentuk kredit (Fathony & Dewi, 2018). Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, 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 untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan jumlah bunga, imbalan atau pembagian hasil keuntungan (Alanshari & Marlius, 2018). Jenis kredit yang ditawarkan oleh bank harus mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Salah satu upayanya bank dapat menjual atau memasarkan tidak hanya satu jenis kredit saja akan tetapi banyak macam kredit sehingga mencakup semua kebutuhan nasabah sesuai dengan kondisinya masing-masing.

Berbagai faktor pertimbangan nasabah untuk mengambil kredit salah satunya adalah tingkat suku bunga. Suku bunga merupakan hal yang menjadi perhatian nasabah dalam melakukan penarikan tabungan dan penyaluran kreditnya. Bunga bagi bank bisa menjadi biaya (*cost of find*) yang harus dibayarkan kepada penabung, tetapi di lain pihak, bunga dapat juga merupakan pendapatan bank yang diterima dari debitor karena kredit yang diberikannya. Selain tingkat suku bunga, pendapatan juga menjadi faktor yang berpengaruh dalam keputusan pengambilan kredit. Komponen dalam pendapatan berupah upah atas pekerjaan dan upah yang berasal dari kekayaan seperti sewa, bunga dan deviden. Semakin besar pendapatan yang diperoleh, maka semakin besar pula laba yang dihasilkan dan mempengaruhi



meningkatnya jumlah pendapatan pajak yang diterima negara (Nelfa et al., 2019). Tingginya pendapatan berpengaruh pada *cash flow* perusahaan sehingga memudahkan nasabah untuk memutuskan mengambil kredit. Dalam kondisi yang serba tidak pasti saat ini, menuntut nasabah untuk dapat bertahan dengan melakukan diversifikasi produk. Hal ini sebagai upaya merespon kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Tentu dalam upaya diversifikasi tidak dapat berjalan jika tidak didukung pendanaan yang maksimal.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pengambilan kredit adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah terhadap bank sedangkan kurangnya perhatian/pelayanan bank terhadap nasabah akan berdampak pada ketidakpuasan nasabah pada bank yang juga dapat berakibat pada keputusan nasabah untuk pindah ke bank lain (Indriyani & Fransisca, 2020). Oleh karena itu untuk kemajuan bank maka perlu mencermati permintaan nasabah terhadap suatu produk atau jasa yang akan ditawarkan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Nasabah dapat memutuskan terhadap suatu produk atau jasa, salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan (Astuti & Mustikawati, 2013).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah mengambil kredit di masa pandemi COVID-19.

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan tujuan untuk mendapatkan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah mengambil kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu yang beralamat di Jalan Sultan Hasanuddin No 20 Palu, dari Agustus-Oktober 2021. Populasi penelitian adalah nasabah yang mengambil kredit dari bulan Mei tahun 2020 s/d bulan April tahun 2021 pada Bank Sulselbar Cabang Palu yang berjumlah sebanyak 80 orang nasabah. Penentuan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak.

HASIL

Hasil pengujian pada penelitian ini pertama tama dengan melakukan uji validitas dengan membandingkan r-hitung yang merupakan nilai dari *corrected item-total correlation* .> dengan r-tabel. Hasil pengujian menggunakan SPSS sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Korelasi		
		r-hitung	r-tabel	Keterangan
Tingkat suku bunga	X1.1	0,745	0,30	Valid
	X1.2	0,686	0,30	Valid
	X1.3	0,760	0,30	Valid
	X1.4	0,689	0,30	Valid
Pendapatan	X2.1	0,758	0,30	Valid
	X2.2	0,574	0,30	Valid
	X2.3	0,606	0,30	Valid
	X2.4	0,574	0,30	Valid
Kualitas pelayanan	X3.1	0,722	0,30	Valid
	X3.2	0,564	0,30	Valid
	X3.3	0,652	0,30	Valid
	X3.4	0,452	0,30	Valid
Keputusan pengambilan kredit	Y1	0,734	0,30	Valid
	Y2	0,504	0,30	Valid
	Y3	0,549	0,30	Valid
	Y4	0,592	0,30	Valid
	Y5	0,626	0,30	Valid

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)

Hasil pengujian ini menunjukkan keseluruhan instrumen yang digunakan untuk menguji setiap variabel yaitu variabel tingkat suku bunga, pendapatan, kualitas pelayanan dan keputusan pengambilan kredit dinyatakan valid.

Analisis selanjutnya yang digunakan adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dikatakan realibel atau handal jika jawaban pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas menggunakan ukuran *cronbach's alpha* > 0,70 (Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, 2014; Oviedo Celina & Campo-Arias, 2005; Panayides, 2013). Adapun hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Alpha (α)	Keterangan
Tingkat Suku Bunga	X ₁	0,867	Reliable
Pendapatan	X ₂	0,805	Reliable
Kualitas Pelayanan	X ₃	0,785	Reliable
Keputusan Pengambilan Kredit	Y	0,814	Reliable

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)

Sesuai dengan hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa dari 21 item pernyataan dalam kuesioner ini maka semua item pernyataan reliabel sebab memiliki nilai *cronbach's alpha* (α) lebih dari 0.7 sehingga butir pernyataan dapat ditindaklanjuti ke analisis berikutnya.

Tahapan berikutnya adalah memastikan seluruh data memenuhi uji asumsi klasik dilakukan dengan maksud untuk mengevaluasi model regresi berganda yang digunakan sehingga dapat menghasilkan nilai yang ideal. Tahapan pertama adalah dengan uji normalitas, dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan distribusi data normal atau tidak. Berikut ini merupakan hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.32270764
	Absolute	.112
Most Extreme Differences	Positive	.099
	Negative	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		1.003
Asymp. Sig. (2-tailed)		.267

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)



Berdasarkan tabel tersebut di atas yakni hasil uji normalitas ternyata memiliki nilai *kolmogorov smirnov asymp sig* = 0,267 > 0,05 berarti dapatlah disimpulkan bahwa data yang akan digunakan dalam pengujian regresi memiliki distribusi yang normal, alasannya karena memiliki nilai *asymp sig* > 0,05

Tahapan berikutnya dengan uji multikolinieritas. Multikolinieritas bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2013). Kriterianya adalah apabila nilai VIF lebih rendah dari 0.2 dan lebih besar dari 10. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Tingkat Suku Bunga	0,839	1,192
Pendapatan	0,617	1,622
Kualitas Pelayanan	0,491	2,038

Sumber: Data Diolah (Output SPSS 21)

Karena nilai tolerance dari ketiga variabel > 0,10 dan VIF dari ketiga variabel lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi korelasi (multikolinieritas) antar variabel independen dalam model regresi ini sehingga dapat dilanjutkan pada tahapan analisis berikutnya.

Setelah memenuhi aspek asumsi klasik di atas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi berganda.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Berganda

Variabel	R ²	F-value	t-value	p-value	Hipotesis
Tingkat Suku Bunga	0.517	20.032	2.264	0,026	Diterima
Pendapatan			2.436	0,017	Diterima
Kualitas Pelayanan			2.049	0,044	Diterima

Berasarkan tabel diatas nilai *R square* adalah sebesar 0,517 atau sebesar 51,7% yang berarti variabel tingkat suku bunga, pendapatan dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan pengambilan kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu, sedangkan sisanya (100% - 51.7% = 48.3%) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model.



Untuk uji F diperoleh nilai f-hitung sebesar 20,032 kita dapat melihat bahwa nilai F hitung $>$ nilai F tabel ($20,032 > 2,49$) dengan taraf ketidakpercayaan 5% ($0,000 < 0,05$). Oleh sebab itu, berdasarkan cara pengambilan keputusan uji simultan dalam analisis regresi dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat suku bunga (X_1), pendapatan (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) jika diuji secara bersama-sama atau serentak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pengambilan kredit nasabah pada Bank Sulselbar Cabang Palu.

Hasil *output* SPSS di atas menunjukkan nilai t hitung variabel X_1 lebih besar dari pada nilai t tabel ($2,264 > 1,665$) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,026. Nilai ini memberi makna bahwa terdapat pengaruh signifikan antara tingkat suku bunga terhadap terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Palu. Pengujian parsial kedua yaitu t hitung variabel X_2 lebih besar dari pada nilai t tabel ($2,436 > 1,665$) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,017. Nilai ini memberikan makna bahwa terdapat pengaruh signifikan antara pendapatan terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Palu. Pengujian parsial terakhir yaitu t hitung variabel X_3 lebih besar dari pada nilai t tabel ($2,049 > 1,665$) dengan tingkat signifikan dibawah 0,05 yaitu 0,044. Nilai ini memberikan makna bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Palu.

DISKUSI

Berdasarkan hasil analisis variabel tingkat suku bunga (X_1), pendapatan (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Palu (Y). Hasil ini mengisyaratkan tingkat suku bunga (X_1), pendapatan (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) merupakan faktor yang berperan penting yang menentukan baik tidaknya keputusan pengambilan kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Palu. Kemudian dari hasil uji parsial yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa tingkat suku bunga berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan kredit. Hal ini dapat diartikan bahwa makin tinggi suku bunga kredit akan mempengaruhi keputusan untuk mengambil kredit. Hal ini bertentangan dengan teori klasik yang menunjukkan bahwa makin tinggi suku bunga yang ditetapkan oleh bank maka keinginan nasabah untuk melakukan investasi akan semakin kecil. Namun kondisi pandemi saat ini teori ini terbantahkan karena meskipun tingkat suku bunga meningkat, keinginan nasabah untuk mengambil kredit tetap ingin dilakukan karena tingginya kebutuhan untuk menanggung biaya yang terjadi selama kondisi ini. Tinggi maupun rendahnya tingkat suku bunga bukan menjadi penghambat bagi nasabah untuk mengambil kredit di tengah pandemi ini, asalkan nasabah tetap



dapat bertahan baik dari financial maupun fisik untuk terus bekerja. Sehingga dari penelitian ini bertentangan dengan teori klasik mengenai tingkat suku bunga.

Kemudian pendapatan (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Palu. Semakin tinggi pendapatan nasabah sejalan dengan keputusannya dalam mengambil kredit pada Bank Sulselbar Cabang Palu. Pendapatan memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan kredit, makin tinggi pendapatan nasabah makin tinggi pula jumlah pemberian kredit yang diberikan. Berbeda dengan konsep engel, semakin tinggi pendapatan maka semakin rendah porsi pendapatan yang dibelanjakan untuk makanan, namun semakin tinggi porsi pendapatan nasabah yang dibelanjakan untuk kebutuhan non makanan. Maka dapat dikatakan bahwa apabila pendapatan nasabah meningkat, maka porsi pendapatan yang dibelanjakan untuk kebutuhan non makanan khususnya yang digunakan untuk membayar kewajiban angsuran tetap menjadi lebih besar.

Kualitas pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Palu. Hal ini diperoleh dari hasil temuan-temuan bahwa sikap dan perilaku karyawan Bank Sulselbar Cabang Palu ramah dan komunikatif dalam melayani nasabah dan selain itu karyawan memiliki kecepatan dalam melayani nasabah Bank Sulselbar Cabang Palu. Kemudian dari hasil persepsi responden diperoleh temuan bahwa tingkat keakuratan sistem pelayanan dalam pemberian kredit yang dilakukan oleh PT. Bank Sulselbar Cabang Palu sudah dilakukan dengan baik. Dan selain itu kecepatan karyawan dalam menangani nasabah yang complain. Selanjutnya dapat dikatakan bahwa dengan adanya pelayanan yang baik akan dapat diikuti oleh adanya peningkatan keputusan dalam pengambilan kredit khususnya pada PT. Sulselbar Cabang Palu. Sedangkan dari hasil uji parsial yang telah dilakukan menunjukkan bahwa layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan kredit.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pengambilan kredit nasabah di masa pandemi covid-19 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian variabel pertama yang dilakukan menunjukkan bahwa tingkat suku bunga berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Palu, dimana semakin tinggi tingkat suku bunga maka keputusan pengambilan kredit akan mengalami peningkatan juga karena disebabkan tingginya kebutuhan nasabah untuk mengambil kredit di tengah pandemi agar dapat bertahan hidup.



2. Hasil pengujian variabel pertama yang dilakukan menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Palu, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden bahwa semakin tinggi pendapatan maka semakin meningkat pula keinginannya untuk mengambil kredit karena dengan pendapatan yang dimiliki mampu untuk menutupi biaya pokok yang harus dibayarkan setiap bulannya.
3. Hasil pengujian variabel pertama yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit pada PT. Bank Sulselbar Cabang Palu, dimana dapat dilihat dari hasil tanggapan responden mengenai sikap dan perilaku karyawan Bank Sulselbar Cabang Palu ramah dan komunikatif dalam melayani nasabah dan selain itu karyawan memiliki kecepatan dalam melayani nasabah Bank Sulselbar Cabang Palu.

REFERENSI

- Alanshari, F., & Marlius, D. (2018). *Prosedur Pemberian Kredit KPR Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Cabang Pembantu Bukittinggi*. osf.io. <https://osf.io/preprints/inarxiv/rsfhc/download>
- Astuti, T., & Mustikawati, R. I. (2013). Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan* <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/1655>
- Fathony, A. A., & Dewi, I. S. (2018). PENGARUH DANA PIHAK KETIGA DAN RETURN ON ASSET (ROA) TERHADAP VOLUME KREDIT PADA PT. BPR BANDUNG KIDUL PERIODE 2013-2016. *Akurat - Jurnal Ilmiah Akuntansi - Universitas Bale Bandung*, 9(1).
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram iIBM SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). In *Sage Publisher*. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Indriyani, E., & Fransisca, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Menabung (Saving Behavior) Nasabah. *Study of Scientific and Behavioral* <https://core.ac.uk/download/pdf/386166510.pdf>



- Kasma, S. Y. P., & Nasikh, Moh. (2017). Pengaruh Faktor-Faktor Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Projector Microvision. *Warta Dharmawangsa*, 19(1).
- Kasmir, D., & SE, M. (2015). Manajemen Perbankan (Revisi). *RajaGrafindo Persada*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management, 15e édition. *New Jersey: Pearson Education*.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi; Edisi 3*. scholar.ui.ac.id. <https://scholar.ui.ac.id/en/publications/manajemen-pemasaran-jasa-berbasis-kompetensi-edisi-3>
- Nelfa, N., Zuraidah, Z., & Sartika, F. (2019). Pengaruh Pemberian Kredit dan Modal terhadap Pendapatan Pedagang Kecil. *Jurnal Ilmu Manajemen*. https://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen/article/view/2114
- Nomor, U. U. (n.d.). tahun 1998 tentang Perbankan. 10.
- Oviedo Celina, H., & Campo-Arias, A. (2005). An Approach to the Use of Cronbach's Alfa. *Revista Colombiana de Psiquiatría*. <https://doi.org/10.1590/S1135-57272002000200001>
- Panayides, P. (2013). Coefficient alpha: Interpret with caution. *Europe's Journal of Psychology*. <https://doi.org/10.5964/ejop.v9i4.653>
- Revualu, V. v, Ngampo, M. Y. A., & Sahade, S. (2018). PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA BANK INDONESIA TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA eprints.unm.ac.id. <http://eprints.unm.ac.id/11718/>
- Setiadi, N. J., & SE, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. books.google.com. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=DZLyDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=setiadi+perilaku+konsumen&ots=12YrICV0sn&sig=KC8NwCteiZazc-kYhzdESKL1ZAc>
- Tjiptono, F. (2015). Manajemen Jasa. Andi. Yogyakarta. *Satisfaction and Service Quality*.
- Usmara, A. (2008). Strategi Baru Manajemen Pemasaran, cetakan pertama. Penerbit: *Amara Books, Yogyakarta*.