

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
DALAM PENGAMBILAN KREDIT BERBASIS APLIKASI ONLINE
(PINJAMAN ONLINE) DI WILAYAH PASAR TRADISIONAL
KUMBASARI KOTA DENPASAR**

Oleh

Ayu Tila Widiari Saputra, NIM

1517011023 Program Studi

Pendidikan Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor memengaruhi keputusan nasabah dan faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit berbasis aplikasi *online* (pinjaman *online*) di wilayah pasar tradisional Kumbasari Kota Denpasar. Jenis penelitian ini merupakan penelitian faktorial. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat sebagai penjual maupun pembeli berusia 20 – 45 tahun yang mampu menggunakan teknologi dan pernah menggunakan jasa pengambilan kredit berbasis aplikasi *online* (pinjaman *online*) di wilayah pasar tradisional Kumbasari Kota Denpasar. Sampel penelitian ini berjumlah 80 responden dan metode pengambilan sampel menggunakan teknik *incidental sampling*. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Data dianalisis menggunakan teknik analisis faktor dengan program SPSS 20.0 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa terdapat empat belas faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan kredit berbasis aplikasi *online* (pinjaman *online*) di wilayah pasar tradisional Kumbasari Kota Denpasar, yakni faktor penghasilan, faktor percaya diri, faktor pengakuan, faktor penghargaan, faktor belajar, faktor pengetahuan, faktor pendapat, faktor kepercayaan, faktor kelompok acuan, faktor keluarga, faktor nilai, faktor persepsi, faktor tempat tinggal, dan faktor pendidikan. Faktor yang paling dominan memengaruhi nasabah dalam pengambilan kredit berbasis aplikasi *online* (pinjaman *online*) di wilayah pasar tradisional Kumbasari Kota Denpasar adalah faktor belajar dengan nilai eigenvalue sebesar 5,934 >1 dan nilai varimax rotation sebesar 42,385%.

Kata kunci: keputusan nasabah, pinjaman *online*

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence customer decisions and the most dominant factors influencing customer decisions in making online application-based credit (online loans) in the Kumbasari traditional market area of Denpasar City. This type of research is a factorial research. The population in this study is the community as sellers and buyers aged 20 - 45 years who are able to use technology and have used online application-based credit taking services (online

loans) in the Kumbasari traditional market area, Denpasar City. The sample of this study amounted to 80 respondents and the sampling method used incidental sampling technique. The technique of data collection is done by using a questionnaire. Data were analyzed using factor analysis technique with SPSS 20.0 for Windows program. The results show that there are fourteen factors that influence customer decisions in making online application-based credit (online loans) in the Kumbasari traditional market area of Denpasar City, namely the income factor, the confidence factor, the recognition factor, the reward factor, the learning factor, the knowledge factor, opinion factor, trust factor, reference group factor, family factor, value factor, perception factor, residence factor, and education factor. The most dominant factor influencing customers in taking online application-based credit (online loans) in the Kumbasari traditional market area of Denpasar City is the learning factor with an eigenvalue of $5.934 > 1$ and a varimax rotation value of 42.385%.

Keywords: customer decisions, online loans

