

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit, dan Promosi terhadap Keputusan UMKM Melakukan Pinjaman Kredit di Mega Finance Kabupaten Bojonegoro, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan UMKM Melakukan Pinjaman Kredit (Y) di Mega Finance Kabupaten Bojonegoro, sehingga H1 diterima. Artinya, semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh PT Mega Finance meliputi kenyamanan fasilitas, keandalan informasi produk, kecepatan respons, kompetensi petugas, dan empati maka semakin besar pula kecenderungan UMKM untuk memutuskan mengajukan pinjaman kredit. Temuan ini menunjukkan bahwa bagi pelaku UMKM, kualitas interaksi dan pelayanan yang mereka terima menjadi salah satu pertimbangan utama sebelum menjatuhkan pilihan pada suatu lembaga pembiayaan, sejajar dengan pertimbangan biaya atau suku bunga.
2. Prosedur Kredit (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan UMKM Melakukan Pinjaman Kredit (Y) di Mega Finance Kabupaten Bojonegoro, sehingga H2 diterima. Artinya, semakin mudah persyaratan, transparan alurnya, cepat surveinya, dan tepat pencairannya, maka semakin tinggi pula keputusan UMKM untuk memilih Mega Finance sebagai mitra

pembiayaan. Hal ini mengindikasikan bahwa bagi pelaku UMKM yang umumnya membutuhkan dana secara cepat untuk mendukung arus kas usahanya, kemudahan dan kecepatan proses menjadi pertimbangan yang sama pentingnya dengan kualitas layanan itu sendiri.

3. Promosi (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan UMKM Melakukan Pinjaman Kredit (Y) di Mega Finance Kabupaten Bojonegoro, sehingga H3 diterima. Artinya, semakin efektif kegiatan promosi yang dilakukan PT Mega Finance melalui iklan, penawaran khusus, dan *personal selling*, maka semakin meningkat kesadaran dan keputusan UMKM untuk menggunakan fasilitas kredit.
4. Kualitas Layanan (X1), Prosedur Kredit (X2), dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan UMKM Melakukan Pinjaman Kredit (Y) di Mega Finance Kabupaten Bojonegoro, sehingga H4 diterima. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi keputusan UMKM melakukan pinjaman kredit, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti suku bunga, reputasi lembaga, atau kepercayaan nasabah. Artinya, keputusan UMKM untuk meminjam di Mega Finance tidak ditentukan oleh satu aspek tunggal, melainkan oleh perpaduan antara mutu pelayanan yang diterima, kemudahan prosedur yang dijalani, dan intensitas promosi yang mereka ketahui sehingga perbaikan pada ketiga aspek tersebut secara bersamaan akan memberikan dampak yang lebih besar dibandingkan hanya membenahi salah satunya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi PT Mega Finance Cabang Bojonegoro, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah UMKM, terutama pada aspek daya tanggap (*responsiveness*) dan empati petugas. Pelatihan berkala bagi staf lapangan serta peningkatan fasilitas kantor yang nyaman perlu diprioritaskan agar pengalaman nasabah semakin positif dan mendorong keputusan pengajuan kredit.
2. Dalam hal prosedur kredit, PT Mega Finance Cabang Bojonegoro disarankan untuk menyederhanakan persyaratan dokumen bagi segmen UMKM yang umumnya belum memiliki kelengkapan administrasi formal. Pemanfaatan teknologi digital untuk proses pengajuan dan pemantauan status kredit secara *online* juga perlu dipertimbangkan agar mempercepat proses dari pengajuan hingga pencairan dana.
3. Dalam aspek promosi, PT Mega Finance Cabang Bojonegoro disarankan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran digital melalui media sosial yang mudah dijangkau pelaku UMKM, serta memperkuat pendekatan *personal selling* dengan mengadakan sosialisasi dan edukasi keuangan langsung ke sentra-sentra UMKM di Kabupaten Bojonegoro.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan UMKM dalam melakukan pinjaman kredit, seperti variabel tingkat suku bunga, reputasi lembaga,

atau kepercayaan nasabah, guna mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor penentu keputusan pembiayaan di lembaga *multifinance*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S., & Sari, M. (2023). Prinsip 5C vs Fleksibilitas UMKM. ***Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi***, 2(6). <https://doi.org/10.56799/ekoma.v2i6.5131>
- Arifin, Z., & Susilowati, E. (2025). Strategi Sales Promotion pada Lembaga Pembiayaan. ***Jurnal Niaga Dan Pemasaran***, 5(2). <https://doi.org/10.55182/jnp.v5i2.615>
- Cahyadi, M. A., & Diatmika, I. P. G. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit Dan Promosi Terhadap Keputusan UMKM Melakukan Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB) Di Kecamatan Buleleng. ***JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)***, 12(3), 896–905. <https://doi.org/10.23887/jimat.v12i3.35159>
- Cahyono, B., & Dewi, P. (2021). Estimasi Waktu Pencairan Dana Disbursement. ***Jurnal Bisnis Dan Investasi***, 12(1). <https://doi.org/10.14710/jbi.v12i1.34012>
- Caniago, A., & Sudarmi, S. (2021). Analisis Prosedur Pemberian Kredit dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan pada BFI Finance. ***Jurnal Bisnis Dan Manajemen***, 6(2). <https://doi.org/10.21070/jbmp.v6i2.356>
- Fauzi, R., & Hidayah, N. (2025). Persepsi Kemudahan Nasabah Multifinance. ***Jurnal Manajemen Dan Sains***, 10(2). <https://doi.org/10.33087/jmas.v10i2.921>
- Firmansyah, A., & Maulana, R. (2023). Membangun Relasi Jangka Panjang Melalui Pelayanan. ***Management Analysis Journal***, 12(2). <https://doi.org/10.15294/management.v12i2.45122>
- Ghozali, I. (2018). ***Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23***. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, L., & Saputra, D. (2022). Penyederhanaan Screening Awal Kredit. ***Jejak: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan***, 15(1). <https://doi.org/10.15294/jejak.v15i1.34225>
- Hidayat, R., & others. (2022). Korelasi Layanan dan Keputusan UMKM Semi-Perkotaan. ***Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi***, 4(2). <https://doi.org/10.24167/jemap.v4i2.4123>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). ***Marketing Management (15th ed.)***. Pearson Education.

Kurniawan, A., & Lestari, S. (2024). Digitalisasi Prosedur Kredit Via Aplikasi. **Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi**, 6(1). <https://doi.org/10.24167/jemap.v6i1.5023>

Kusuma, R., & Rahmawati, S. (2021). Dimensi SERVQUAL pada Lembaga Pembiayaan. **Jurnal Bisnis Dan Investasi**, 12(2). <https://doi.org/10.14710/jbi.v12i2.34112>

Larasati, D., & Utama, R. (2022). Edukasi Literasi Keuangan melalui Promosi. **Jurnal Manajemen Pemasaran**, 11(1). <https://doi.org/10.31289/jmp.v11i1.5312>

Mulyadi, H., & Rahman, A. (2024). Tingkat Penolakan Kredit Standar Korporat. **Jurnal Manajemen Pemasaran**, 13(2). <https://doi.org/10.31289/jmp.v13i2.6512>

Mulyani, S., & others. (2022). Intensitas Advertising di Media Informasi. *Jejak: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan*, 15(1). <https://doi.org/10.15294/jejak.v15i1.34125>

Mustofa, A., & Yuliana, S. (2024). Digital Marketing dan Grup Aplikasi Perpesanan UMKM. **Jurnal Bisnis Dan Manajemen**, 9(2). <https://doi.org/10.21107/jbmp.v9i2.11345>

Nugroho, A., & Santoso, B. (2023). Peran Petugas Survei sebagai Konsultan Finansial. **Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi**, 2(3). <https://doi.org/10.56799/ekoma.v2i3.4331>

Permana, R., & Syafiq, M. (2026). Disrupsi Promosi Pinjaman Online Terhadap Multifinance. **Jejak: Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan**, 19(1). <https://doi.org/10.15294/jejak.v19i1.38125>

Pradnyawati, N. K. R., & Sulindawati, N. L. G. E. (2023). Suku Bunga, Prosedur Kredit, Kualitas Pelayanan dan Jaminan Terhadap Keputusan Kredit Para Pelaku UMKM Kecamatan Mendoyo. **JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)**, 14(2), 408–418.

Pratama, A., & Setiawan, B. (2023). Ekspektasi dan Persepsi Kualitas Layanan UMKM. **Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi**, 6(1). <https://doi.org/10.24252/minds.v6i1.29103>

Pratama, A., & Wijaya, B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Mikro pada Perusahaan Multifinance. **Jurnal Manajemen Pemasaran**, 11(2). <https://doi.org/10.31289/jmp.v11i2.5412>

PT Mega Finance Cabang Bojonegoro. (2026). **Data Internal Perusahaan**.

Putri, A., & Wulandari, R. (2023). Arus Kas UMKM dan Kebutuhan Injeksi Dana. **Jurnal Bisnis Dan Manajemen**, 8(2). <https://doi.org/10.21107/jbmp.v8i2.10331>

Rahayu, S., & Sanjaya, B. (2024). Penerapan 7P pada Jasa Keuangan Mikro. **Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi**, 6(2). https://doi.org/10.24167/jemap.v6i2.5123_b

Ramadhan, F., & Fitriani, D. (2025). User-Friendly Process dalam Pembiayaan Mikro. **Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi**, 8(1). <https://doi.org/10.24252/minds.v8i1.30543>

Ramadhan, F., & Soenhadji, S. (2024). Determinan Keputusan Pelaku Usaha Mikro dalam Memilih Lembaga Pembiayaan Non-Bank di Era Pemulihan Ekonomi. **Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi**, 6(2). <https://doi.org/10.24167/jemap.v6i2.5123>

Rinata, R. A., & Oetama, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Sampit. **E-Jurnal Profit**, 7(1), 86–96.

Santika, I., & Pramana, Y. (2023). Personal Selling di Sentra Ekonomi Tradisional. **Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi**, 6(2). <https://doi.org/10.24252/minds.v6i2.28643>

Sari, M., Hakim, L., & Saputra, D. (2025). Dampak Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat UMKM Meminjam Modal di Lembaga Keuangan Mikro Syariah. **Jurnal Niaga Dan Pemasaran**, 5(3). <https://doi.org/10.55182/jnp.v5i3.625>

Setiawan, R., & Handayani, T. (2024). Operasionalisasi Layanan di Daerah. **Jurnal Bisnis Dan Manajemen**, 10(1). <https://doi.org/10.21070/jbmp.v10i1.556>

Siregar, I., & Fahmi, M. (2024). Indikator Kualitas Layanan Jasa Keuangan Mikro. **Jurnal Manajemen Pemasaran**, 13(1). <https://doi.org/10.31289/jmp.v13i1.6412>

Sugiyono, S. (2016). **Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D**. *Researchgate.NetPP Kuantitatif* Alfabeta, Bandung, 2016•*researchgate.Net*.

Sujarweni, V., & Utami, L. (2019). **The master book of SPSS. Anak Hebat Indonesia**.

Susanti, E., & Rahmawati, D. (2023). Daya Tarik Penawaran Khusus Lembaga Kredit. **Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi**, 6(2).

<https://doi.org/10.24252/minds.v6i2.28543>

Susanto, B., & Indriani, L. (2026). Turnaround Time dan Perilaku Konsumen Pembiayaan. **Jurnal Niaga Dan Pemasaran**, 6(1).
<https://doi.org/10.55182/jnp.v6i1.725>

Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). Kualitas Layanan dalam Industri Multifinance. **Jurnal Strategi Bisnis**, 26(1).
<https://doi.org/10.20885/jsb.v26i1.3510>

Utami, R., & Wijayanto, A. (2026). Promosi dalam Hyper-Competitive Multifinance. **Ekoma: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi**, 5(1).
<https://doi.org/10.56799/ekoma.v5i1.6131>

Wibowo, A., & Haryanto, T. (2024). Continuous Improvement pada Layanan Jasa Keuangan. **Jurnal Bisnis Dan Manajemen**, 9(1).
<https://doi.org/10.21107/jbmp.v9i1.11245>

Widiastuti, A., & Nugraha, B. (2023). Frekuensi Kunjungan dan Kepercayaan UMKM Pedesaan. **Jurnal Manajemen Dan Sains**, 8(2).
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.831>

Wijaya, A., & Susanti, E. (2025). Touchpoints Interaksi Nasabah Multifinance. **Jurnal Manajemen Dan Sains**, 10(1).
<https://doi.org/10.33087/jmas.v10i1.912>

Wulandari, R., & Rahman, A. (2021). Evaluasi Alternatif Pembiayaan UMKM. **Jurnal Bisnis Dan Manajemen**, 8(1).
<https://doi.org/10.21107/jbmp.v8i1.10231>

Yuliana, R., & Putra, A. (2022). Prosedur Kredit dan Mitigasi Risiko NPF. **Jurnal Manajemen Dan Sains**, 7(2).
<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.721>

Yuliana, R., & Santoso, B. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Bank BRI. **Jurnal Manajemen Dan Sains**, 8(1).
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.821>