ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh inovasi produk, persepsi kemudahan, dan suku bunga terhadap minat nasabah dan keputusan pengambilan kredit SME di wilayah urban BRI Region 8, serta menganalisis peran minat nasabah sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode explanatory research. Sampel penelitian berjumlah 125 nasabah produktif pelaku usaha SME yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan SmartPLS melalui pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, persepsi kemudahan, dan suku bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Selanjutnya, minat nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa minat nasabah memediasi secara parsial pengaruh inovasi produk, persepsi kemudahan, dan suku bunga terhadap keputusan pengambilan kredit. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan inovasi produk, kemudahan proses layanan, serta persepsi positif terhadap suku bunga dapat meningkatkan minat nasabah yang selanjutnya mendorong keputusan pengambilan kredit SME.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Persepsi Kemudahan, Suku Bunga, Minat Nasabah, Keputusan Pengambilan Kredit, SME.

SEMARANG
FEB UNDIP