

PENGARUH TRUST DAN PERCEIVED OF RISK TERHADAP KEPUTUSAN PENGAMBILAN KREDIT DENGAN PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR STUDI UMKM DI KOTA YOGYAKARTA

THE INFLUENCE OF TRUST AND PERCEIVED OF RISK TOWARD CREDIT DECISION WITH THEORY OF PLANNED BEHAVIOR APPROXIMATION CASE STUDY IN UMKM IN YOGYAKARTA

Oleh : Fakhrina Ika Apriliani
Prodi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta
fakhrina.ika.akt@gmail.com
Sukanti
Staf Pengajar Jurusan P. Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *trust* dan *perceived of risk* terhadap keputusan pengambilan kredit dengan variabel moderasi *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control* pada UMKM di Kota Yogyakarta. Populasi penelitian 2.082 unit UMKM dengan sampel 95 unit. Teknik pengumpulan data yaitu kuesioner dengan metode *disproportionate stratified random sampling*. Teknis analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana, uji regresi berganda, dan MRA. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit, (2) *perceived of risk* tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit, (3) *Trust* dan *perceived of risk* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit, (4) *Trust* dan *attitude* berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan kredit, (5) *Trust* dan *subjective norm* berpengaruh terhadap keputusan kredit, (6) *Trust* dan *perceived behavior control* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit (7) *Perceived of risk* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *attitude* sebagai moderasi, (8) *Perceived of risk* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *subjective norm* sebagai moderasi, (9) *Perceived of risk* dan *perceived behavior control* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit.

Kata kunci: keputusan pengambilan kredit, *trust*, *perceived of risk*, *theory of planned behavior*, moderasi

Abstract

The aim of this research are to identify the influence of trust and perceived of risk toward decision of credit with attitude, subjective norm, and perceived behavior control as a moderate variabel in UMKM in Yogyakarta. The population of UMKM are 2.082 units and used 95 samples. In this research, questionnaire was used as a method to collect the data with disproportionate stratified random sampling method. This study employed linear regression analysis, multiple linear regression analysis, and MRA. Result of this research shows that : (1) trust positively influences toward decision of credit (2) perceived of risk does not give any influence toward the decision of credit (3) trust and perceived of risk influence toward the decision of credit (4) trust and attitude positively influence toward the decision of credit (5) trust and subjective norm influence toward the decision of credit (6) trust and perceived behavior control influence toward the decision of credit (7) perceived of risk and attitude give an influence toward the decision of credit (8) perceived of risk and subjective norm give an influence toward the decision of credit (9) perceived of risk and perceived behavior control give an influence toward the decision of credit.

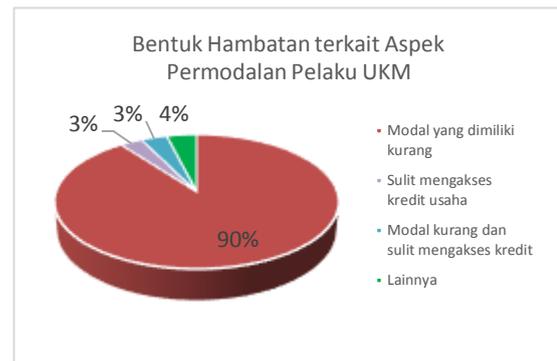
Keywords: decision of credit, trust, perceived of risk, theory of planned behavior, moderation.

PENDAHULUAN

Tahun 2015 sesuai data Kementerian Koperasi dan UKM jumlah wirausaha di Indonesia sudah tercatat 42 juta UKM atau 0,43 persen. Padahal, menurut para ahli, suatu negara hanya bisa maju jika jumlah wirausahanya sebesar dua persen dari total penduduk. Usaha kecil dan menengah merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha yang menyentuh langsung pada masyarakat. Pertumbuhan dan perkembangan sektor bisnis UMKM akan turut memajukan negara Indonesia.

Perekonomian di Indonesia yang umumnya berupa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) digeluti oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Sektor ini dapat mengurangi tingkat pengangguran karena menyerap secara mandiri tenaga kerja yang ada di lingkungan sekitarnya. Ada banyak faktor yang mempengaruhi perkembangan bisnis di UMKM, salah satunya yaitu modal.

Hasil survei dari riset yang dilakukan oleh Suharko dan Dhian Shinta Pradevi (2014) menunjukkan bahwa aspek permodalan masih menjadi problem pokok yang dihadapi pelaku UMKM. Problem pokok itu berkaitan dengan jumlah modal yang dimiliki relatif kecil dan akses untuk memperoleh modal atau kredit yang sulit. Hal ini tentu dapat menghambat perkembangan dan kelangsungan hidup



usaha. Oleh karena itu UMKM perlu meningkatkan kemampuan modal guna meningkatkan produktivitas usaha yang berdampak pada laba dan perkembangan usaha.

Hasil riset Suharko dan Dhian Shinta Pradevi (2014) juga menunjukkan bahwa 30,7% pelaku UMKM menggunakan akumulasi keuntungan sebagai sumber modal untuk mengembangkan usaha. Hanya sedikit pelaku UMKM (4,9%) yang menggunakan pinjaman dari lembaga perbankan. Ada banyak hal yang mempengaruhi perilaku pelaku bisnis menentukan sikap pada saat mengambil

Gambar 1. Bentuk Hambatan terkait Aspek Permodalan Pelaku UKM Sandang dan Pengolahan Pangan di DIY (Sumber : Suharko dan Dhian Shinta Pradevi 2014) keputusan untuk kredit ke pihak perbankan. Hal tersebut digolongkan dalam dua jenis yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Salah satu faktor yang berperan besar yakni faktor psikologi karena ini terbentuk dari banyak proses dan penerimaan masing-masing individu yang

akan berbeda dengan individu yang lain. Terdiri dari motivasi, persepsi, belajar, sikap, dan kepercayaan. Penelitian ini fokus pada salah satu bagian dari faktor psikologis, yaitu persepsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu Putu Suarni, dkk (2014) dan Theda Renanita dan Rahmat Hidayat (2013) menunjukkan adanya faktor psikologis yang mendorong perilaku berhutang atau mengambil kredit. Penelitian ini menggunakan *trust* dan *perceived of risk* sebagai variabel independen dari bagian persepsi. *Trust* merupakan hal yang penting dalam dunia bisnis. Adanya kekhawatiran akan risiko yang didapatkan di kemudian hari membuat pelaku UMKM takut untuk mengambil kredit. Risiko yang dikhawatirkan tentu membuat proses pengambilan keputusan menjadi sulit dan penuh pertimbangan.

Theory of Planned Behavior merupakan salah satu teori yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang (*behavior*) dipengaruhi oleh niat berperilaku (*Intention to Behavior*), sedangkan niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjective (*subjective norm*), dan kontrol terhadap keperilakuan yang dirasakan (*perceived behavior control*). Ketiga elemen tersebut akan dijadikan sebagai variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini.

Attitude merupakan suatu bentuk reaksi seseorang atas evaluasi yang dilakukan terhadap objek tertentu apakah itu baik atau buruk. Apabila proses perolehan *attitude* bisa dilakukan dengan baik dan benar maka akan dihasilkan evaluasi yang valid dan bisa dijadikan rekomendasi yang diandalkan atas suatu keputusan. *Subjective norm* berkaitan dengan tekanan sosial yang didapatkan oleh seseorang yang berasal dari lingkungan sekitar, orang terdekat, atau orang – orang yang dianggap penting bagi seseorang tersebut. *Perceived behavior control* berkaitan dengan refleksi pengalaman masa lalu dan antisipasi halangan yang ada. Semakin besar *perceived behavior control* maka semakin kuat pula niat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh *trust* dan *perceived of risk* terhadap keputusan pengambilan kredit dengan variabel moderasi *attitude towards behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control* pada UMKM di Kota Yogyakarta.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini kuantitatif asosiatif untuk mendeskripsikan data berbentuk angka atau persentase yang

menunjukkan tingkat pengaruh *trust* dan *perceived of risk* terhadap keputusan pengambilan kredit dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior* pada UMKM di Kota Yogyakarta.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Desember 2015 hingga Januari 2016 di Kota Yogyakarta.

Target/Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM di Kota Yogyakarta yang berjumlah 2.082 unit. Dengan rumus *Slovin* (persentase ketidakteelitian, $e = 10\%$) didapat jumlah sampelnya 95 unit UMKM.

Prosedur

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan angket kepada pelaku UMKM terutama orang yang berwenang dalam pengambilan keputusan, yaitu pemilik, manajer, atau supervisor. Pengisian angket dilakukan dengan seksama untuk menghindari bias responden dan bias angket.

Data, Instrumen, dan Teknik

Pengumpulan

Data

Data didapatkan dengan penyebaran angket menggunakan metode

disproportionate stratified random sampling berdasarkan jenis usaha dan wilayah. Angket yang disebarakan sejumlah 110 namun yang memenuhi kriteria untuk diolah sebanyak 95 buah. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dengan *Skala Likert* 1-4, maka variabel akan diukur menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan pada angket.

Teknik Analisis Data

Berikut ini beberapa uji yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu:

Uji Instrumen

Uji instrumen dalam penelitian ini digunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *analysis factor*. Syarat valid apabila nilai *Kaiser-Meyer-Olken Measure Of Sampling Adequacy* (KMO MSA) $> 0,5$ sehingga analisis faktor dapat dilakukan dan nilai signifikansinya 0,000. Lalu pada output SPSS tabel Anti Image Correlation jika nilai MSA $> 0,5$ maka dikatakan valid, sedangkan jika nilai MSA $< 0,5$ maka tidak valid. Uji reliabilitas menggunakan teknik statistik yaitu *Cronbach's Alpha*. Jika dihasilkan koefisien $\geq 0,60$ maka dikatakan reliabel, namun jika koefisien $< 0,60$ maka instrumen tersebut tidak reliabel

dan harus dilakukan penggantian atau perubahan instrumen penelitian.

Uji instrumen pada penelitian ini dilakukan dua kali. Uji I di Kasongan dengan hasil beberapa indikator tidak terwakili karena tidak valid dan variabel *attitude* tidak reliabel. Kemudian dilakukan uji II di Sleman dan semua indikator sudah dinyatakan valid dan reliabel.

Uji Analisis Prasyarat

(a) Uji Normalitas

Metode yang dipakai adalah One Sample Kolmogorov-Smirnov Test, dinyatakan normal apabila nilai $p > 0,05$. Hasil uji normalitas pada penelitian ini adalah 0,646 (normal).

(b) Uji Linearitas

Uji ini menggunakan nilai signifikansi. Jika signifikansi $> 0,05$ maka hubungan antar variabel bisa dikatakan linear. Juga digunakan uji statistik F, apabila nilai F hitung \leq F tabel maka dinyatakan linier. Hasil uji linearitas pada penelitian ini terpenuhi.

(c) Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Bila angka VIF > 10 dan nilai tolerance $\leq 0,10$ berarti terjadi multikolinieritas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi multikolinieritas. Pada

penelitian ini hasilnya tidak terjadi multikolinieritas.

(d) Uji Heterokedastisitas

Pada penelitian ini digunakan *scatterplot*. Heterokedastisitas ditandai dengan adanya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika titik – titik yang ada membentuk pola tertentu berarti terjadi heterokedastisitas. Model yang baik adalah yang terjadi homoskedastisitas dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini hasilnya tidak terjadi heterokedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini digunakan analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, sedangkan hipotesis dengan variabel moderasi diuji menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Analisis Statistik Deskriptif

o	ariabel	V	in	ax	odus	edian	ean	td Deviasi on	
	<i>rust</i>	T	5	7	0	0	1	2,5 9	,24
	<i>erceived of Risk</i>	P	5	2	4	0	2	2,5 2	,74
	<i>eputusan Pengamb ilan Kredit</i>	K	5	5	1	9	2	2,5 5	,21
	<i>ttitude</i>	A	5		6	7	7	7,9 3	,60
	<i>ubjective Norms</i>	S	5		7	4	1	0,2 0	,58
	<i>erceived Behavior al Control</i>	P	5	0	6	0	9	7,6 1	,92

Uji Hipotesis

Hipotesis 1

“Trust berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan kredit”

Tabel 2. Hasil Regresi Sederhana H1

Model Regresi	Adjusted R Square	F hitung	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig-t
X1 terhadap Y	0,372	56,579	Konstanta	28,064	4,722	0,000
			Trust (X1)	0,711	7,522	0,000

Berdasarkan tabel 2 diperoleh persamaan regresinya yaitu: $Y = 28,064 + 0,711X_1$. Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai keputusan pengambilan kredit yang dapat dipengaruhi oleh variabel *trust* yaitu 37,2%. Nilai signifikansi 0,000 berarti *trust* berpengaruh signifikan. Dari persamaan tersebut hasil koefisien *trust* sebesar 0,711

yang bernilai positif dengan nilai t hitung sebesar 7,522 lebih besar dari t tabel (1,290) ini menunjukkan *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama, diterima.

Hipotesis 2

“*Perceived of risk* berpengaruh negatif terhadap keputusan pengambilan kredit”

Tabel 3. Hasil Regresi Sederhana H2

Model Regresi	Adjusted R Square	F hitung	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig-t
X2 terhadap Y	0,007	1,639	Konstanta	78,26	17,302	0,000
			<i>Perceived of Risk (X2)</i>	-0,254	-1,28	0,204

Berdasarkan tabel 3 dapat diperoleh persamaan regresinya yaitu: $Y = 78,26 - 0,254X_2$. Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai keputusan pengambilan kredit yang dapat dipengaruhi oleh *perceived of risk* yaitu 0,7%. Nilai signifikansi 0,204 > 0,05 sehingga dinyatakan *perceived of risk* tidak berpengaruh signifikan. Hasil t hitung 1,28 < t tabel berarti *perceived of risk* tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit. Nilai F hitung 1,639 < F tabel (1,910) menunjukkan bahwa hipotesis tidak diterima. Disimpulkan bahwa hipotesis kedua, ditolak.

Hipotesis 3

“Trust dan perceived of risk berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit”

Tabel 4. Hasil Regresi Sederhana H3

Model Regresi	Adjusted R Square	F hitung	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig. t
X1 + X2 terhadap Y	0,373	28,945	Konstanta	32,396	4,538	0,000
			Trust (X1)	0,704	7,456	0,000
			Perceived of Risk (X2)	-0,172	-1,093	0,277

Berdasarkan tabel 4 diperoleh persamaan regresinya yaitu: $Y = 32,396 + 0,704X_1 - 0,172X_2$. Nilai Adjusted R Square menunjukkan nilai keputusan pengambilan kredit yang dapat dipengaruhi oleh trust dan perceived of risk yaitu 37,3%. Nilai signifikansi pada variabel trust $0,000 < 0,05$ yang berarti signifikan namun pada variabel perceived of risk sebesar $0,277 > 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Dari persamaan tersebut hasil koefisien trust sebesar 0,704 bernilai positif dan pada koefisien perceived of risk sebesar -0,172 yang bernilai negatif. Trust terbukti memberi pengaruh yang signifikan, sedangkan perceived of risk memberi pengaruh negatif tidak signifikan meski kontribusinya sangat kecil. Selain itu besarnya F hitung (28,945) > dari F tabel (1,910) maka hipotesis dapat diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga, diterima.

Hipotesis 4

“Trust berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan kredit dengan attitude sebagai variabel moderasinya”

Tabel 5. Hasil Regresi Sederhana H4

Model Regresi	Adjusted R Square	F hitung	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig. t
X1 dengan moderasi Z1 terhadap Y	0,538	37,537	Konstanta	0,459	0,749	0,456
			Trust (X1)	0,459	0,878	0,382
			Attitude	0,541	0,483	0,630
			Moderasi Z1	0,003	0,142	0,888

Berdasarkan tabel 5 dapat diperoleh persamaan regresinya yaitu: $Y = 0,459 + 0,459X_1 + 0,541Z_1 + 0,003| X_1Z_1$. Nilai Adjusted R Square menunjukkan nilai keputusan pengambilan kredit yang dapat dipengaruhi oleh trust dengan variabel moderasi (attitude) yaitu 53,8%. Nilai signifikansi pada semua variabel menunjukkan > 0,05 yang berarti memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Dari persamaan tersebut hasil koefisien trust dan attitude bernilai positif, pada moderasi nilai koefisien sangat kecil (0,003). Besarnya F hitung (37,537) > dari F tabel (1,910).

Tabel 6. Hasil Perbandingan Nilai

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,731	5,254		3,758	,000
	Trust	,532	,088	,460	6,190	,000
	Attitude	,699	,117	,446	5,996	,000

a. Dependent Variable: KeputusanPengambilanKredit

Koefisien H4

Pada tabel 6 tertera nilai koefisien dari variabel attitude ketika tidak diperhitungkan sebagai moderasi memiliki nilai sebesar 0,699 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol) sedangkan jika attitude dihitung sebagai moderasi menghasilkan nilai 0,003 berarti $= 0$ (sama dengan nol). Ini berarti variabel attitude dalam

persamaan ini bukan merupakan variabel moderasi namun menjadi variabel independen. Jadi pada model regresi ini, *attitude* tetap berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan kredit namun bukan sebagai variabel moderasi melainkan sebagai variabel independen tersendiri bersama dengan variabel *trust*. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat, ditolak.

Hipotesis 5

“*Trust* berpengaruh terhadap keputusan kredit dengan *subjective norm* sebagai variabel moderasinya”

Tabel 7. Hasil Perhitungan *Moderated*

Model Regresi	Adjusted R Square	F hitung	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig-t
X1 dengan moderasi Z2 terhadap Y	0,373	19,663	Konstanta	11,458	0,334	0,739
			Trust (X1)	0,896	1,666	0,099
			Subjective Norms	0,857	0,506	0,614
			Moderasi Z2	-0,01	-0,366	0,715

Regression Analysis H5

Berdasarkan tabel 7 dapat diperoleh persamaan regresinya yaitu: $Y = 11,458 + 0,896X_1 + 0,857Z_2 - 0,01 | X_1Z_2$. Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai keputusan pengambilan kredit yang dapat dipengaruhi oleh *trust* dengan variabel moderasi (*subjective norm*) yaitu 37,3%. Nilai signifikansi pada semua variabel menunjukkan $> 0,05$ yang berarti memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Dari persamaan tersebut hasil koefisien *trust* dan *subjective norm* bernilai positif sedangkan moderasi bernilai negatif.

Besarnya F hitung (19,663) $>$ dari F tabel (1,910). Uji t dari variabel *subjective norm* dan moderasi bernilai $<$ t tabel sehingga menunjukkan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit.

Tabel 8. Hasil Perbandingan Nilai Koefisien H5

Pada tabel 8 tertera nilai koefisien

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.779	6.593		3.607	.001
	Trust	.702	.094	.607	7.457	.000
	Subjective Norms	.240	.154	.119	1.453	.147

a. Dependent Variable: KeputusanPengambilanKredit

dari variabel *subjective norm* ketika tidak diperhitungkan sebagai moderasi memiliki nilai sebesar 0,240 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol) sedangkan jika *subjective norm* dihitung sebagai moderasi menghasilkan nilai 0,01 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol). Jika dibandingkan t hitung maka *subjective norm* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jadi pada model regresi ini, *subjective norm* tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit sebagai moderasi. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima, ditolak.

Hipotesis 6

“*Trust* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *perceived behavior control* sebagai moderasinya.”

Tabel 9. Hasil Perhitungan *Moderated*

Model Regresi	Adjusted R Square	F hitung	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig-t
X1 dengan moderasi Z3 terhadap Y	0,386	20,666	Konstanta	-2,688	-0,074	0,941
			Trust (X1)	1,102	1,906	0,06
			Perceived of Behavioral Moderasi Z3	1,17	0,898	0,372
				-0,015	-0,727	0,469

Regression Analysis H6

Berdasarkan tabel 9 dapat diperoleh persamaan regresinya yaitu: $Y = -2,688 + 1,102X_1 + 1,17Z_3 - 0,015| X_1Z_3$. Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai keputusan pengambilan kredit yang dapat dipengaruhi oleh *trust* dengan variabel moderasi (*perceived behavior control*) yaitu 38,6%. Nilai signifikansi pada semua variabel menunjukkan $> 0,05$ yang berarti memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Dari persamaan tersebut hasil koefisien *trust* dan *perceived behavior control* bernilai positif sedangkan koefisien moderasi bernilai negatif. Selain itu besarnya F hitung (20,666) $>$ dari F tabel (1,910). Uji t dari variabel *perceived behavior control* dan moderasi bernilai $<$ t tabel sehingga menunjukkan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit.

Tabel 10. Hasil Perbandingan Nilai

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,270	6,380		3,647	,000
	Trust	,687	,094	,595	7,311	,000
	Perceived of Behavioral	,227	,119	,155	1,901	,060

a. Dependent Variable: Keputusan Pengambilan Kredit

Koefisien H6

Pada tabel 10 tertera nilai koefisien dari variabel *perceived behavior control* ketika tidak diperhitungkan sebagai moderasi memiliki nilai sebesar 0,227 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol) sedangkan jika *perceived behavior control* dihitung sebagai moderasi menghasilkan nilai 0,015 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol). Jika dibandingkan t hitung maka *perceived behavior control* tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jadi pada model regresi ini, *perceived behavior control* tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit sebagai variabel moderasi. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam, ditolak.

Hipotesis 7

“*Perceived of risk* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *attitude* sebagai moderasinya”

Tabel 11. Hasil Perhitungan *Moderated*

Model Regresi	Adjusted R Square	F hitung	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig-t
X2 dengan moderasi Z1 terhadap Y	0,395	19,864	Konstanta	95,276	3,218	0,002
			Perceived of Risk (X2)	-2,282	-1,685	0,095
			Attitude	-0,624	-0,604	0,548
			Moderasi Z1	0,072	1,53	0,129

Regression Analysis H7

Berdasarkan tabel 11 dapat diperoleh persamaan regresinya yaitu: $Y = 96,276 - 2,282X_2 - 0,624Z_1 + 0,072| X_2Z_1$. Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan nilai keputusan pengambilan kredit yang dapat dipengaruhi oleh *perceived of risk* dengan variabel moderasi (*attitude*) yaitu 39,6%.

Nilai signifikansi pada semua variabel menunjukkan > 0,05 yang berarti memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Dari persamaan tersebut hasil koefisien *perceived of risk* dan *attitude* bernilai negatif sedangkan koefisien moderasi bernilai positif. Besarnya F hitung (19,864) > dari F tabel (1,910).

Nilai koefisien pada variabel moderasi (*attitude*) sebesar 0,072 dengan hasil t hitung 1,53 lebih besar dari t tabel 1,290, ini menunjukkan moderasi memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 12. Hasil Perbandingan Nilai Koefisien H7

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	51.168	5.165		9.907	.000
	Perceived of Risk	-.223	.158	-.116	-1.410	.162
	Attitude	.046	.129	.033	0.339	.739

a. Dependent Variable: KeputusanPengambilanKredit

Pada tabel 12 tertera nilai koefisien dari variabel *attitude* ketika tidak diperhitungkan sebagai moderasi memiliki nilai sebesar 0,046 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol) sedangkan jika *attitude* dihitung sebagai moderasi menghasilkan nilai 0,072 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol). Ini berarti variabel *attitude* dalam persamaan ini merupakan variabel moderasi. Jadi pada model regresi ini, *attitude* berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan kredit sebagai variabel moderasi. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketujuh, diterima.

Hipotesis 8

“*Perceived of risk* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *subjective norm* sebagai moderasinya.”

Tabel 13. Hasil Perhitungan Moderated

Model Regresi	Adjusted R Square	F hitung	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig.t
X2 dengan moderasi Z2 terhadap Y	0,055	2,840	Konstanta	16,455	0,048	0,519
			Perceived of Risk (X2)	2,157	2,023	0,046
			Subjective Norm	2,934	2,44	0,017
			Moderasi Z2	-0,114	-2,245	0,027

Regression Analysis H8

Berdasarkan tabel 13 dapat diperoleh persamaan regresinya yaitu: $Y = 16,455 + 2,157X_2 + 2,934Z_2 - 0,114| X_2Z_2$. Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan keputusan pengambilan kredit yang dapat dipengaruhi oleh *perceived of risk* dengan variabel moderasi (*subjective norm*) yaitu 5,5%. Nilai signifikansi pada semua variabel menunjukkan < 0,05 yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan. Dari persamaan tersebut hasil koefisien *perceived of risk* dan *subjective norm* bernilai positif sedangkan koefisien moderasi bernilai negatif. Hasil t hitung menunjukkan semua variabel memiliki t hitung > t tabel, ini menunjukkan semua variabel memiliki pengaruh. Selain itu besarnya F hitung (2,840) > dari F tabel.

Nilai koefisien pada variabel moderasi (*subjective norm*) sebesar 0,114 dengan hasil t hitung 2,245 > t tabel 1,290, ini menunjukkan moderasi memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 14. Hasil Perbandingan Nilai

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	71.410	6.945		10.283	.000
	Perceived of Risk	-.196	.203	-.101	-.965	.337
	Subjective Norms	.274	.211	.136	1.296	.198

a. Dependent Variable: KeputusanPengambilanKredit

Koefisien H8

Pada tabel 14 tertera nilai koefisien dari variabel *subjective norm* ketika tidak diperhitungkan sebagai moderasi memiliki nilai sebesar 0,247 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol) sedangkan jika *subjective norm* dihitung sebagai moderasi menghasilkan nilai 0,114 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol). Ini berarti variabel *subjective norm* dalam persamaan ini merupakan variabel moderasi. Jadi pada model regresi ini, *subjective norm* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit sebagai variabel moderasi. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedelapan, diterima.

Hipotesis 9

“*Perceived of risk* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *perceived behavior control* sebagai moderasinya.”

Tabel 15. Hasil Perhitungan Moderated

Model Regresi	Adjusted R Square	F hitung	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t hitung	Sig-t
X2 dengan moderasi Z3 terhadap Y	0,047	2,561	Konstanta	38,854	1,63	0,107
			Perceived of Risk (X2)	1,089	1,069	0,288
			Perceived of Behavior	1,355	1,617	0,109
			Moderasi Z3	-0,046	-1,261	0,211

Regression Analysis H9

Berdasarkan tabel 15 dapat diperoleh persamaan regresinya yaitu: $Y = 38,854 + 1,089X_2 + 1,355Z_3 - 0,046| X_2Z_3$. Nilai *Adjusted R Square* menunjukkan besarnya keputusan pengambilan kredit yang dapat dipengaruhi oleh *perceived of risk* dengan variabel moderasi (*perceived behavior control*) yaitu 4,7%. Nilai signifikansi pada semua variabel menunjukkan $> 0,05$ yang berarti memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Dari persamaan tersebut hasil koefisien *perceived of risk* dan *perceived behavior control* bernilai positif sedangkan koefisien moderasi bernilai negatif. Selain itu besarnya F hitung (2,561) $>$ dari F tabel (1,910). Uji t menunjukkan variabel *perceived of risk* dan *perceived behavior control* t hitungnya $<$ t tabel sehingga tidak memberikan pengaruh.

Tabel 16. Hasil Perbandingan Nilai

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	67.700	6.733		10.056	.000
	Perceived of Risk	-.172	.199	-.089	-.863	.390
	Perceived of Behavior	.315	.101	.210	2.088	.040

a. Dependent Variable: Keputusan PengambilanKredit

Koefisien H9

Pada tabel 16 tertera nilai koefisien dari variabel *perceived behavior control* ketika tidak diperhitungkan sebagai moderasi memiliki nilai sebesar 0,315 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol) sedangkan jika *perceived behavior control* dihitung sebagai moderasi menghasilkan nilai 0,046 berarti $\neq 0$ (tidak sama dengan nol). Jika dibandingkan t hitung variabel

perceived behavior control memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, namun pada moderasi tidak berpengaruh (t hitung < t tabel). Jadi pada model regresi ini, *perceived behavior control* tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit sebagai variabel moderasi. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kesembilan, ditolak.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh *trust* terhadap keputusan pengambilan kredit

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Putra (2013) dan Yaufi Andriyanto (2014) bahwa kepercayaan berpengaruh positif. Sesuai dengan teori pengambilan keputusan dan faktor *trust* bahwa segala hal terkait dengan aktivitas bisnis yang melibatkan pihak kedua selalu memerlukan unsur *trust* di dalamnya. Sangat kecil kemungkinan seseorang terutama pelaku bisnis akan suka rela melakukan kerja sama dengan orang lain tanpa adanya *trust* yang ada di antara keduanya. Terlebih dalam hal keuangan, untuk mendapatkan tambahan modal dengan cara kredit. *Trust* menjadi elemen dasar bagi para pelaku UMKM. Beberapa pelaku UMKM yang sudah memiliki *trust* dan akhirnya mengambil kredit pun tidak jarang dikecewakan di kemudian hari karena beberapa hal oleh pihak bank atau

kesalahan pihak lain. Pelaku UMKM yang sudah memiliki *trust* yang tinggi terhadap suatu bank maka akan dengan mudah mengambil keputusan untuk kredit.

Pengaruh *perceived of risk* terhadap keputusan pengambilan kredit

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian oleh Dwi Putra (2013). Perbedaan variabel dependen inilah yang dinilai menyebabkan perbedaan hasil penelitian. Pelaku UMKM tidak lagi begitu mengutamakan faktor risiko yang akan didapatkan di masa depan. Mereka lebih mementingkan kebutuhan usaha akan modal. Pelaku UMKM menganggap bahwa risiko dari pengambilan kredit pastilah ada meskipun sudah dihindari dengan susah payah. Ini menjadi hal pasti dari keputusan yang akan diambil. Pengetahuan dan pengalaman pelaku UMKM juga sangat berpengaruh dalam hal ini. Mereka sudah memiliki pengalaman tentang kredit memberi pengetahuan yang luas terutama risiko yang akan dihadapi nantinya.

Meskipun memberikan pengaruh negatif tetapi nilainya sangatlah kecil dibandingkan dengan konstanta Y , ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM akan tetap mengambil kredit karena kebutuhan mendesak daripada harus membuang waktu dan kesempatan memikirkan risiko yang akan dihadapi. Ini berkaitan dengan

kelangsungan hidup usahanya. Jika modal tidak segera didapatkan maka risiko “gulung tikar” menjadi sangat besar dan menimbulkan kerugian yang lebih besar lagi di masa depan dibanding risiko yang akan dihadapi bila mengambil kredit. Prioritas pelaku UMKM tentang usahanya menjadi pertimbangan utama dalam mengambil keputusan, salah satunya keputusan pengambilan kredit. Pelaku UMKM akan tetap mengambil kredit jika membutuhkan modal meskipun mereka sudah mengetahui risiko yang harus dihadapi. Ini sesuai teori bahwa semakin tinggi risiko yang akan diterima di masa depan maka sikap seseorang untuk mengambil keputusan tersebut menjadi semakin rendah.

Pengaruh trust dan perceived of risk terhadap keputusan pengambilan kredit

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian oleh Dwi Putra (2013) yang semakin memperkuat dan membuat sebuah keyakinan bahwa kedua variabel ini, *trust* dan *perceived of risk*, memberikan pengaruh terhadap suatu tindakan atau keputusan yang diambil oleh seseorang.

Sesuai teori dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mempertimbangkan *trust* sebagai bahan pertimbangan ketika mereka membutuhkan tambahan modal guna

kelangsungan hidup usahanya. *Trust* menjadi faktor penentu, ini dilihat dari nilai koefisien yang lebih besar daripada koefisien *perceived of risk*. Pelaku UMKM lebih mementingkan *trust* daripada *perceived of risk* saat mempertimbangan untuk mengambil keputusan kredit di lembaga perbankan. Pelaku UMKM akan memiliki *trust* yang tinggi terhadap perbankan yang dipercaya handal dan berintegritas tinggi, akan membuat mereka tidak segan untuk mengambil kredit.

Pengaruh trust terhadap keputusan pengambilan kredit dengan attitude sebagai variabel moderasi

Keputusan pengambilan kredit oleh pelaku UMKM mempertimbangkan dua hal, seperti dalam penelitian ini, yaitu *trust* dan *attitude*. Keduanya menjadi bahan pertimbangan saat mereka membutuhkan modal tambahan melalui alternatif kredit. Apabila pelaku UMKM memperhatikan *trust* saja maka *trust* akan memberikan pengaruh yang positif artinya semakin tinggi *trust* maka semakin besar pula keputusan pengambilan kredit yang akan diambil. Begitu juga variabel *attitude*, apabila *attitude* tinggi maka semakin besar pula keputusan pengambilan kredit oleh pelaku UMKM. Jika kedua variabel ini digabungkan maka akan semakin memperkuat keputusan pengambilan kredit

karena keduanya sama – sama kuat dalam mempengaruhi variabel dependen.

Trust sebagai variabel independen memberikan pengaruh yang besar karena menjadi landasan pokok dalam menjalin hubungan dengan pihak lain. Sedangkan *attitude* sebagai variabel independen juga memberikan pengaruh yang berasal dari evaluasi atas perilaku. Sikap atau *attitude* yang terbentuk dari evaluasi atas sesuatu hal menghasilkan persepsi positif atau negatif sehingga bisa memberikan pertimbangan untuk melakukan suatu tindakan. Ini sesuai dengan hasil penelitian bahwa *trust* dan *attitude* menjadi variabel independen yang berpengaruh.

Pengaruh *trust* terhadap keputusan kredit dengan *subjective norm* sebagai variabel moderasi

Pada saat pelaku UMKM akan melakukan pengambilan kredit maka akan mempertimbangkan kedua faktor ini, *trust* dan *subjective norm*. Keduanya sama-sama kuat dalam mempengaruhi keputusan yang akan diambil. Apabila *trust* yang dimiliki pelaku UMKM sudah tinggi dan mendapati *subjective norm* yang juga tinggi maka keputusan pengambilan kredit akan meningkat pula. Kepercayaan yang diyakini berdasarkan pengamatan dan pengalaman akan semakin kuat jika mendapatkan dukungan dari orang – orang sekitar. Sikap pelaku UMKM sangat

memperhatikan pendapat dari orang terdekat misalnya suami/istri. Jika *trust* yang dimiliki kecil namun pendapat dari orang terdekat sangat kuat maka keputusan pengambilan kredit akan tetap tinggi.

Pengaruh *trust* terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *perceived behavior control* sebagai moderasi

Trust yang dimiliki oleh pelaku UMKM akan semakin baik jika didukung adanya *perceived behavior control* sehingga keputusan pengambilan kredit akan semakin tinggi. Namun apabila hanya salah satu di antaranya yang memiliki nilai tinggi maka keputusan pengambilan kredit akan tetap tinggi karena keduanya bertindak sebagai variabel independen yang bisa berdiri sendiri. Ketika pelaku UMKM memiliki anggapan tentang suatu yang akan dia dapatkan dari manfaat kredit maka dia akan yakin untuk mengambil kredit. Saat usahanya membutuhkan modal maka ia akan memiliki persepsi bahwa pengambilan kredit akan bermanfaat untuk kelangsungan hidup usahanya.

Pengaruh *perceived of risk* terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *attitude* sebagai moderasi

Kontribusi yang kecil dari dua variabel pada model ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak begitu memperdulikan risiko yang akan

didapatkan di kemudian hari. Adanya *attitude* sebagai moderasi memberikan pengaruh meskipun kecil. Dalam model kali ini variabel *attitude* sebagai moderasi bersifat memperkuat hubungan antara *perceived of risk* terhadap keputusan pengambilan kredit karena nilai koefisien dari moderasi *attitude* bernilai positif. Jadi apabila pelaku UMKM memiliki *perceived of risk* yang tinggi maka dia cenderung tidak akan mengambil kredit.

Adanya *attitude* sebagai moderasi bersifat memperkuat hubungan keduanya. Artinya jika *perceived of risk* pelaku UMKM tinggi namun memiliki *attitude* yang tinggi maka keputusan pengambilan kredit menjadi lebih baik dibandingkan sebelumnya namun hanya sedikit perubahannya. Ini sesuai dengan teori yang menunjukkan bahwa persepsi yang ada membuat seseorang tidak yakin atau ragu untuk melakukan suatu keputusan. *Attitude* menjadi penilaian akhir terhadap keputusan yang akan diambil sehingga sangat berpengaruh terhadap tindakan yang dipilihnya.

Pengaruh *perceived of risk* terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *subjective norm* sebagai moderasi

Pelaku UMKM yang memiliki *perceived of risk* tinggi akan cenderung mengambil kredit karena sudah paham dan berani mengambil risiko. Apabila terdapat

dukungan orang terdekat seperti suami/istri maka keputusan pengambilan kredit menjadi menurun dengan jumlah yang sedikit, sesuai koefisien moderasinya (-0,144). Model ini pelaku UMKM tidak begitu memperhatikan *perceived of risk* karena lebih mementingkan kelangsungan hidup usahanya. Mereka berani mengambil risiko dibanding harus merugi jika usahanya bangkrut kekurangan modal.

Subjective norm terbukti memberikan tekanan yang cukup tinggi terhadap keputusan pengambilan kredit, ini sesuai teori yang ada. Meskipun *perceived of risk* memberikan pengaruh yang tidak signifikan namun dorongan yang ada dari lingkungan dan orang – orang sekitar menjadi tekanan yang besar. Kepercayaan yang besar dari pelaku UMKM terhadap orang terdekat menyebabkan mereka mudah terpengaruh dalam mengambil keputusan kredit.

Pengaruh *perceived of risk* terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *perceived behavior control* sebagai moderasi

Kedua variabel ini bertindak sebagai variabel independen yang berpengaruh terpisah terhadap keputusan pengambilan kredit. Nilai koefisien *perceived behavior control* yang lebih besar dibanding nilai koefisien *perceived of risk* menunjukkan bahwa variabel *perceived behavior control*

memiliki pengaruh yang lebih besar daripada *perceived of risk*. Sehingga apabila pelaku UMKM memiliki persepsi risiko yang tinggi dan *perceived behavior control* tinggi pula maka keputusan pengambilan kredit akan semakin meningkat. Risiko yang akan didapatkan di masa depan sudah diketahui oleh pelaku UMKM sehingga dia paham akan konsekuensi yang didapatkan.

Hasil penelitian ini semakin mendukung teori yang menunjukkan bahwa semakin besar *perceived behavior control* maka semakin kuat pula niat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Meskipun *perceived of risk* yang ada rendah namun seseorang akan dengan yakin dan mantap melakukan suatu keputusan karena persepsi terhadap kemampuan dirinya tinggi. *Perceived behavior control* yang berasal dari pengalaman dan pengetahuan semakin meningkatkan keyakinan terhadap kemampuan dirinya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

a. *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengambilan kredit. Ini dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan t hitung (7,522) > t tabel. Hal ini berarti semakin tinggi trust maka semakin tinggi pula

keputusan pengambilan kredit oleh pelaku UMKM.

b. *Perceived of risk* tidak berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit. Ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,204 > 0,05$ dan t hitung $(1,28) < t$ tabel. Pelaku UMKM tidak memedulikan risiko karena lebih mementingkan kelangsungan hidup usahanya.

c. *Trust* dan *perceived of risk* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit. Dibuktikan dengan nilai signifikansi *trust* $0,000 < 0,05$ dan *perceived of risk* sebesar $0,277 > 0,05$. *Trust* berpengaruh positif signifikan sedangkan *perceived of risk* memberi pengaruh negatif.

d. *Trust* dan *attitude* berpengaruh positif terhadap keputusan pengambilan kredit. Kedua variabel ini berkedudukan sebagai variabel independen. Dibuktikan dengan t hitung *trust* $(0,878) < t$ tabel dan moderasi $(0,142) < t$ tabel. *Trust* dan *attitude* menjadi pertimbangan oleh pelaku UMKM dalam keputusan pengambilan kredit.

e. *Trust* dan *subjective norm* berpengaruh terhadap keputusan kredit. Keduanya berkedudukan sebagai variabel independen. Dibuktikan dengan t hitung *trust* $(1,666) > t$ tabel dan moderasi $(-0,366) < t$ tabel. *Trust* dan *subjective norm* menjadi pertimbangan oleh pelaku UMKM dalam keputusan pengambilan kredit.

f. *Trust* dan *perceived behavior control* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit. Dibuktikan dengan t hitung *trust* (1,906) > t tabel dan moderasi (-0,727) < t tabel. Keduanya memberi pengaruh masing-masing sebagai variabel independen.

g. *Perceived of risk* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *attitude* sebagai moderasinya. Dibuktikan dengan t hitung *perceived of risk* (-1,685) > t tabel dan t hitung moderasi (1,53) > t tabel. *Perceived of risk* berpengaruh negatif dan *attitude* sebagai moderasi berpengaruh memperkuat hubungan *attitude* dengan keputusan pengambilan kredit.

h. *Perceived of risk* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit dengan *subjective norm* sebagai moderasinya. Dibuktikan dengan nilai signifikansi *perceived of risk* (0,046) dan moderasi (0,027), semua bernilai < 0,05. Nilai t hitung *perceived of risk* (2,023) dan moderasi (-2,245), semua bernilai > t tabel. *Perceived of risk* berpengaruh positif, *subjective norm* sebagai moderasi berpengaruh memperl lemah hubungan *perceived of risk* dengan keputusan pengambilan kredit.

i. *Perceived of risk* dan *perceived behavior control* berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit. Ini dibuktikan dengan nilai signifikansi

koefisien *perceived of risk* (0,288), *perceived behavior control* (0,109), dan moderasi (0,211), semua bernilai > 0,05. Nilai t hitung *perceived of risk* (1,069) dan moderasi (-1,261) < t tabel. *Perceived of risk* dan *perceived behavior control* berkedudukan sebagai variabel independen yang masing-masing berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit.

j. Dalam keputusan pengambilan kredit oleh pelaku UMKM di Kota Yogyakarta, mereka lebih memperhatikan faktor *trust* daripada *perceived of risk*, ini terbukti dari beberapa nilai signifikansi dan uji t pada beberapa uji hipotesis yang menunjukkan pengaruh yang sangat kecil dan tidak signifikan. Ini membuktikan bahwa pelaku UMKM lebih mengutamakan kelangsungan hidup usahanya daripada risiko di masa depan karena kerugian jika usahanya bangkrut akan lebih besar daripada risiko kredit.

Saran

a. Terkait perbedaan hasil penelitian yang ada pada variabel *perceived of risk* dengan penelitian – penelitian terdahulu, peneliti selanjutnya diharap lebih baik meneliti lebih detail lagi untuk menemukan faktor – faktor lain yang menyebabkan perbedaan dari hasil penelitian mengenai variabel ini. Sehingga dapat diketahui penyebab dari perbedaan beberapa hasil penelitian.

b. Pelaku UMKM masih merasa tidak aman terhadap data pribadi yang diberikan kepada pihak perbankan karena menganggap bahwa data yang diberikan bisa diakses oleh orang lain. Oleh karena itu pihak perbankan harus bisa memberikan kepastian dan jaminan kepada nasabah yang mengambil kredit bahwa data yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya bisa diakses oleh nasabah saja.

c. Pihak perbankan harus dapat memberikan kepastian dan jaminan bahwa produk kredit yang ditawarkan tidak terdapat unsur penipuan karena pelaku UMKM masih kekhawatiran mengalami penipuan dari oknum perbankan yang tidak bertanggung jawab.

d. Slogan yang ada pada bank kurang mendapatkan kepercayaan dari pelaku UMKM, untuk itu perlu didukung dengan kinerja dan bunga kredit yang menguntungkan pihak nasabah, pelaku UMKM.

e. Pelaku UMKM beranggapan bahwa prosedur yang mudah dan memberikan keuntungan memiliki kecenderungan yang tinggi terhadap penipuan. Maka dari itu pelaku UMKM maupun perbankan harus bersama – sama dapat mengantisipasi penipuan, pihak perbankan bisa lebih meyakinkan dengan prosedur yang jelas dan transparan sedangkan pelaku UMKM tetap bersikap waspada.

f. Pendapat dari teman kepada pelaku bisnis alangkah baiknya juga mendapatkan perhatian agar bisa menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan terutama dari teman yang pernah mengambil kredit.

g. Laba perusahaan dapat meningkat jika pelaku bisnis melakukan promosi penjualan bagus dan didukung dengan kualitas produk yang bagus. Untuk melakukan hal itu dibutuhkan modal yang optimal sehingga kekurangan modal dapat diatasi dengan mengambil kredit.

h. Penelitian selanjutnya diharapkan mempertimbangkan faktor gender pada variabel *perceived of risk* karena faktor psikologis laki – laki dan perempuan berbeda sehingga dapat menentukan tingkat risiko yang berani diambil.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Jurnal Organizational Behavior and Human Decision Processes 50, 179-211

_____. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior Second Edition*. England : Mc Graw-Hill.

Deni Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Ficky Dima Nuary. (2010). Implementasi *Theory of Planned Behavior* Dalam Adopsi *E-Commerce* Oleh UKM (Studi pada UKM yang berada di Kota Surakarta tahun 2009). *Skripsi*.

- Tidak Dipublikasikan. UNS. Surakarta.
- Gusti Ayu Putu Suarni, dkk. (2014). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit pada LPD (Lembaga Perkreditan Desa) Desa Pakraman Manggissari. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja*. Vol. 4, No.1.
- Husein Umar. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta : Rajawali Pers.
- <http://sp2010.bps.go.id/>. Diakses pada pukul 14.02 WIB. 6 Nopember 2015.
- http://umkm.jogjakota.go.id/direktori2/gro-up.php?dum_kecamatan=Kotagede. Diakses pada pukul 22.08 WIB. 16 November 2015.
- Imam Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lie Liana. (2009). *Penggunaan MRA dengan SPSS untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen*. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK* Volume XIV, No.2, Juli 2009 : 90-97.
- Noni Setyorini. (2013). Analisis *Theory of Planned Behavior* dalam Pemilihan Produk Makanan Berlabel Halal di Kota Semarang. *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan. UNDIP. Semarang.
- Nur Indrianto & Bambang Supomo. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis, Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta : BPF.
- Pavlou. (2002). *Cunsomer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model*. *Journal of Logistics Information Management*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Theda Renanita & Rahmat Hidayat. (2013). *Faktor – Faktor Psikologis Perilaku Berhutang pada Karyawan Berpenghasilan Tetap*. *Jurnal Psikologi*, Volume 40, No.1, 92-101.
- Tim ASC UGM. (2015). *Usaha Kecil Menengah dalam Pusaran Masyarakat Ekonomi Asean, Peluang, Tantangan, dan Kesempatan*. Yogyakarta : Asean Studies Center, Fisipol UGM.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G and Foxall, G. R. (2009). *A proposed model of e trust for electronic banking*. *Technovation*.Vol.23 (11), 847-860.
- Zainal Mustafa. (2009). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Zimmerer, Thomas W., Norman M. Scarborough, & Doug Wilson. (2009). *Management Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil, Terj*. Jakarta : Salemba Empat.