

**PENGARUH PROMOSI KREDIT TERHADAP KEPUASAN
NASABAH DALAM PEMBERIAN KREDIT
DI PT BPR ARISMENTARI AYU**



TUGAS AKHIR

**OLEH :
SANFI NUR HIDAYAH
NIM 18031121**

**PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH PROMOSI KREDIT TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DALAM PEMBERIAN KREDIT DI PT BPR ARISMENTARI AYU

Oleh mahasiswa :

Nama : Sanfi Nur Hidayah

NIM : 18031121

Telah di periksa dan di koreksi dengan baik dan cermat. Karena itu pembimbing menyetujui mahasiswa tersebut untuk menempuh ujian tugas akhir.

Tegal, Juli 2021

Pembimbing I,



Hesti Widianti, SE, M.Si

NIPY. 09.008.043

Pembimbing II,



Arifia Yasmin, SE, M.Si, Ak, CA

NIPY. 09.017.335

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH PROMOSI KREDIT TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DALAM PEMBERIAN KREDIT DI PT BPR ARISMENTARI AYU

Oleh

Nama : Sanfi Nur Hidayah

NIM 18031121

Program Studi : Akuntansi

Jenjang : Diploma III

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal

Tegal, 09 Agustus 2021

1. Hesti Widiyanti, SE, M.Si

Ketua Sidang



2. Hetika Spd, M.si ,Ak, CAAT

Penguji I



3. Fitri Amaliyah SE, M. Ak

Penguji II



Mengetahui,
Ketua Prodi Studi



Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA

NIPY. 09.011.062

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR (TA)

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dalam bentuk Tugas Akhir ini yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI KREDIT TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM PEMBERIAN KREDIT DI PT BPR ARISMENTRAI AYU BANJARAN “** beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan mestinya.

Demikian pernyataan ini untuk dapat dijadikan pedoman bagi yang berkepentingan, dan saya siap menanggung segala resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atau etika keilmuan dalam karya tulis saya ini, atau adanya klaim terhadap keaslian karya tulis saya ini.

Tegal , Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Sanfi Nur Hidayah

NIM. 18031121

**HALAMAN LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai mahasiswa Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, yang bertandatangan di bawah ini, saya:

Nama : Sanfi Nur Hidayah

NIM : 18031121

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul PENGARUH PROMOSI KREDIT TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM PEMBERIAN KREDIT DI PT BPR ARISMENTARI AYU BANJARAN..Dengan Hak Bebas Royalti non eksklusif ini Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama berhak menyimpan, mengalih-mediakan/formatkan mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/ mempublikasikannya ke internet atau media lain untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama mencantumkan saya sebagai penulis/pencipta. Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Prodi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian surat pernyataan ini saya buat sebenarnya.

Tegal, Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Sanfi Nur Hidayah

NIM. 18031121

HALAMAN MOTTO

Awali dengan Bismillahirrohmanirrohim dan akhiri denganAlhamdulillah
Robbilalamin.

“...Sesungguhnya Allah SWT tidak akan merubah keadaan (nasib) suatu kaum,
sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri...”

(QS. Ar Ra'd: 11)

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada kemudahan. Karena itu bila kau telah
selesai (Mengerjakan yang lain) dan Kepada Tuhan , berharaplah

(Q.S Al INSYIRAH : 6-8)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk :

- ❖ Kedua Orang tuaku yang senantiasa mendoakan dan mendukung
- ❖ Keluarga Tercinta
- ❖ Dosen Pembimbing 1 dan 2 yang senantiasa membantu membimbing sampai tuntas
- ❖ Segenap Civitas Akademika Politeknik Tegal
- ❖ Teman-teman seprodi Akuntansi 6K
- ❖ Almameterku

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan judul “ Pengaruh Promosi Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pemberikan Kredit Di PT BPR ARISMENTARI AYU Banjaraan “

Tugas Akhir ini diajukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Tegal.

Penulis menyadari akan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki, dalam penyusunan Tugas Akhir banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Bapak Nizar Suhendra, SE, MPP, selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA selaku Ka.Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Ibu Hesti Widianti, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Arifia Yasmin, SE, M.Si, AK, CA selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Staff & Karyawan PT BPR ARISMENTARI AYU yang telah memberikan ijin dan bantuan selama melakukan penelitian.
6. Teman-teman baik di kampus maupun di kantor, yang telah memberikan dorongan dan semangat serta semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu selesainya Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna, masih banyak kekurangan dan kelemahan disana-sini. Oleh karena itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dan kelemahan yang ada. Akhirnya, penulis sangat berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi para pembaca serta pemerhati masalah akuntansi pada umumnya.

Tegal, Juli 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sanfi Nur Hidayah', with a horizontal line underneath.

SANFI NUR HIDAYAH

NIM. 18031121

ABSTRAK

Sanfi Nur Hidayah 2021. Pengaruh Promosi Kredit Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Di PT.BPR Arismentari Ayu Banjaran, Program Studi: Diploma III Akuntansi. Politeknik Harapan Bersama. Pembimbing I: Hesti Widianti, S.E., M.Si; Pembimbing II: Arifia Yasmin, S.E, M.Si, Ak, CA

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah kredit . teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dsan studi pustaka Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan uji Uji Validitas & Uji Reliabilitas.Uji Normalitas.Uji Regresi Linear Sederhana, dan Uji Hipotesis. Hasil perhitungan dengan menggunakan uji t Berdasarkan hasil uji t dengan melihat nilai t_{hitung} menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-3,387 > t_{tabel} 2,024$ Maka menunjukkan bahwa promosi kredit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.Dengan menggunakan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%), hasil uji t dengan melihat angka signifikansi menunjukkan nilai sig. Sebesar $0,002 < \alpha 0,05$ Maka menunjukkan bahwa promosi kredit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini menjelaskan pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian kredit di PT.BPR Arismentari Ayu Banjaran. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah kredit PT.BPR Arismentari Ayu. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling . Sampel dalam penelitian ini adalah 40 Nasabah kredit PT.BPR Arismentari Ayu Banjaran yang sudah mengambil minimal dua kali kredit di PT BPR Arismentari Ayu. Pengukuran jawaban instrumen menggunakan skala likert 1-5 alternatif jawaban. Variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu Promosi,kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci : Promosi kredit, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

Hidayah, Sanfi Nur 2021. *The Effect of Credit Promotion on Credit Customer Satisfaction at PT. BPR Arismentari Ayu Banjaran. Study Program: Accounting Associate Degree. Politeknik Harapan Bersama. Advisor: Hesti Widiyanti, S.E., M.Si; Pembimbing II: Arifia Yasmin, S.E, M.Si, Ak, CA .*

The purpose of this study was to determine the effect of promotion on credit customer satisfaction. Data collection techniques used are observation, interviews, and literature study. Data analysis technique was quantitative with Validity Test & Reliability Test, Normality Test, Simple Linear Regression Test, and Hypothesis Testing. The results of calculations using the t test Based on the results of the t test by looking at the tcount value, the tcount value is $-3.387 > t_{table} 2.024$. Then it shows that credit promotion has an effect on customer satisfaction. significance shows the value of sig. As much as $0.002 < \alpha 0.05$, it shows that credit promotion has an effect on customer satisfaction. This study explains the effect of promotion on customer satisfaction in providing credit at PT. BPR Arismentari Ayu Banjaran. The population in this study were credit customers of PT. BPR Arismentari Ayu. The sampling method used in this research is purposive sampling. The sample in this study were 40 credit customers of PT. BPR Arismentari Ayu Banjaran who had taken at least two credits at PT BPR Arismentari Ayu. Measurement of instrument answers using a Likert scale of 1-5 alternative answers. The variables used in this research are promotion, service quality, customer satisfaction and loyalty. Service quality has an effect on customer satisfaction. Service quality affects customer loyalty. Satisfaction affects customer loyalty.

Key words : Promotion Credit, Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|---------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR (TA)..... | iv |
| HALAMAN LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | v |
| HALAMAN MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | 7 |
| KATA PENGANTAR..... | 8 |
| DAFTAR ISI | 12 |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 3 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| 1.5 Batasan Masalah..... | 4 |
| 1.6 Kerangka Berpikir | 4 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Pengertian Promosi..... | 8 |
| 2.2 Pengertian Kepuasan | 9 |
| 2.3 Pengertian Kredit..... | 9 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian..... | 19 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu..... | 20 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 21 |
| 3.1 Lokasi Penelitian | 21 |
| 3.2 Waktu Penelitian | 21 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 3.3 | Jenis Dan Sumber Data | 21 |
| 3.4 | Populasi dan Sampel | 22 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 22 |
| 3.6 | Definisi Operasional Variabel | 23 |
| 3.7 | Metode Analisis Data | 24 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 28 |
| 4.1 | Sejarah PT. BPR ARISMENTARI AYU..... | 28 |
| 4.2 | Visi-Misi PT. BPR ARISMENTATI AYU..... | 29 |
| 4.3 | Nilai-nilai kerja di PT BPR ARISMENTARI AYU | 30 |
| 4.4 | Logo PT. BPR ARISMENTARI AYU | 32 |
| 4.5 | Sruktur organisasi PT. BPR ARISMENTARI AYU..... | 32 |
| 4.6 | Job Deskripsi Pekerjaan | 34 |
| 4.7 | Analisis Data Dan Pembahasan..... | 42 |
| 4.8 | Uji instrumen penelitian | 44 |
| 4.9 | Teknik analisis data | 50 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 55 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 55 |
| 5.2 | Saran..... | 56 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 57 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum pengertian bank adalah sebuah lembaga keuangan yang umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai Banknote. Sedangkan menurut Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi 3 kegiatan yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Dalam kegiatan menyalurkan dana dan menghimpun dana yang merupakan kegiatan pokok bank sedangkan dalam memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana yaitu kegiatan mengumpulkan dana dari masyarakat, yaitu dengan menabung dan deposito. Kegiatan menyalurkan dana berupa pinjaman kepada masyarakat dan kegiatan jasa bank yaitu pelayanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah.

Bank perkreditan Rakyat (BPR) merupakan salah satu jenis lembaga keuangan mikro (LKM) berbentuk bank yang kegiatan usahanya mengarah pada masyarakat ekonomi menengah kebawah yaitu memberikan kredit untuk usaha kecil seperti petani, pedagang, dan pengusaha kecil. Pengertian Bank Perkredit Rakyat (BPR) menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998 (dalam Kasmir, 2012:23) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha

secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya kegiatan BPR lebih terbatas dibandingkan dengan kegiatan bank umum dimana kegiatan BPR hanya dapat menghimpun dana dan menyalurkan dana selebihnya BPR dilarang menerima simpanan giro. BPR merupakan lembaga keuangan bank yang memberikan kemudahan pada masyarakat yang mengalami kesulitan dalam perekonomian, salah satunya yaitu di BPR ARISMENTARI AYU

Berdirinya PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arismentari Ayu (biasa dikenal BPR Arisma) berawal dari Majelis Ekonomi Muhammadiyah yang menyelenggarakan arisan dengan anggota 500 (lima ratus) orang dengan biaya Rp 10.000, (sepuluh ribu rupiah) setiap bulan untuk setiap anggotanya dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) bulan. Dana yang terkumpul setiap bulannya sebesar Rp 5.000.000, (lima juta rupiah) hanya menumpuk dan tidak dikelola sehingga menjadi dana yang menanggung atau idle money. Sehingga muncullah inisiatif dari Masfui Masduki untuk mengelola dana tersebut dengan mendirikan lembaga keuangan yang berbentuk BPR. Selanjutnya Masfui Masduki bersama enam rekannya mengajukan izin kepada Pemerintah Daerah Tingkat II Kabupaten, izin didapatkan pada tanggal 14 Juni 1993. Kemudian mendapatkan persetujuan dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Departemen Keuangan dengan Nomor 236/KM-17/1993 pada tanggal 21 Oktober 1993 dan secara resmi PT. BPR Arismentari Ayu beroperasi sejak 5 Januari 1994 dengan jumlah nasabah awal adalah anggota Majelis Ekonomi Muhammadiyah, sebanyak 500 (lima ratus) orang. BPR Arisma juga bekerjasama dengan Bank Dagang Negara (sekarang Bank Mandiri) khususnya dalam penyaluran Kredit Usaha Kecil (KUK)

Kurangnya sosialisasi edukasi dan literasi terhadap nasabah tentang promosi kredit yang diberikan sehingga kurang puasnya nasabah di PT BPR ARISMENTARI, seperti beralih ke perbankan lain dengan faktor bunga yang cukup besar yang ditawarkan oleh PT BPR ARISMENTARI AYU sehingga nasabah kredit sebelum jatuh tempo waktu pinjamannya beberapa memutuskan untuk melunasi pinjaman tersebut yang akhirnya nasabah beralih ke perbankan lain yang suku bunganya lebih kecil.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROMOSI KREDIT TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM PEMBERIAN KREDIT DI PT BPR ARISMENTARI AYU”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah “Apakah Promosi kredit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian kredit di (BPR) Arismentari Ayu.”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi kredit terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian kredit di (BPR) Arismentari Ayu.”

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah :

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu sumbangan pikiran bagi pemimpin perusahaan dalam menerapkan kebijakan dalam menilai kualitas pelayanan.

2. Secara Praktis

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu administrasi bisnis, khususnya bidang pemasaran
- b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti - peneliti selanjutnya yang tertarik pada masalah terkait didalam industri perbankan

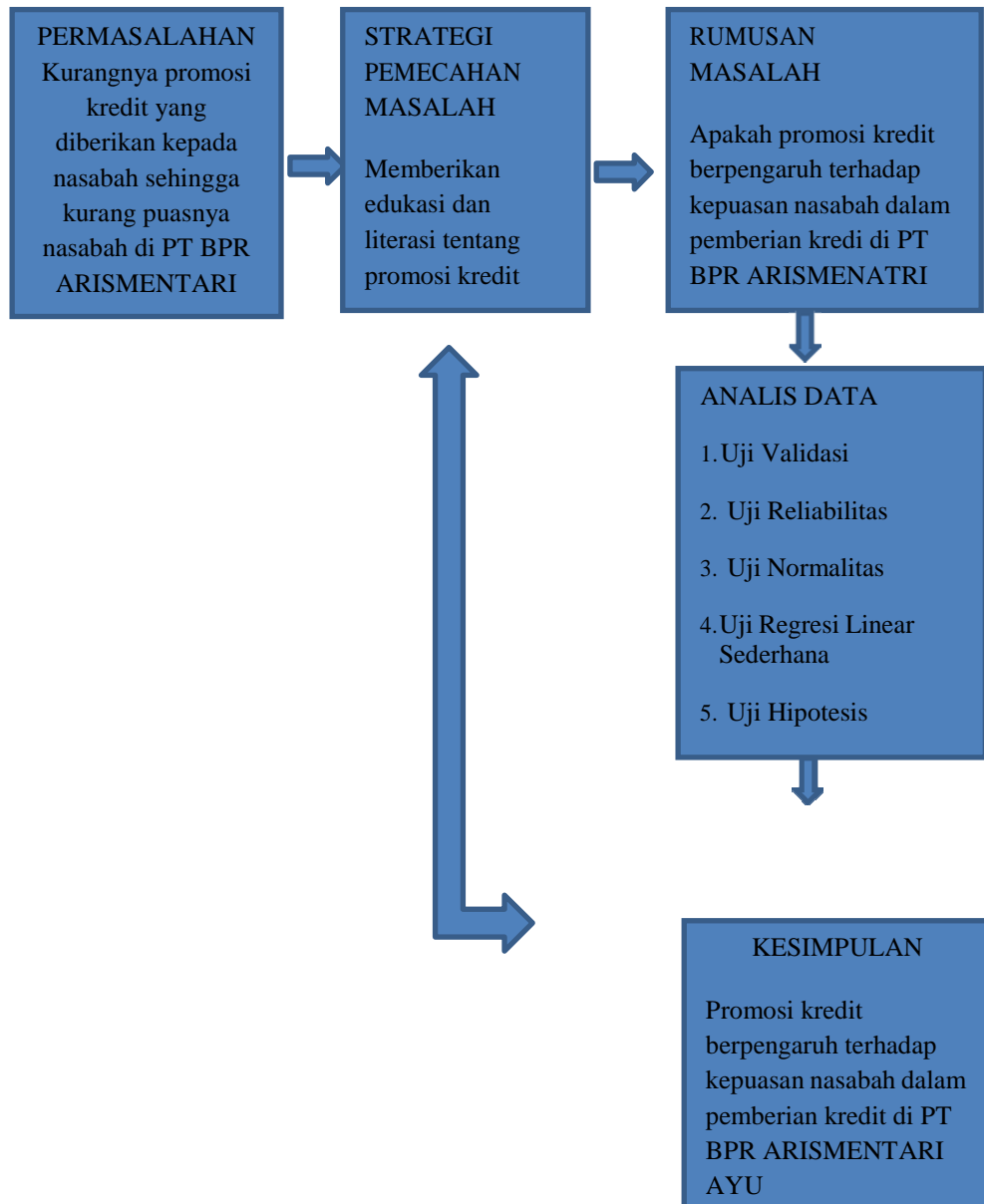
1.5 Batasan Masalah

Supaya penelitian ini lebih fokus dan terarah, maka permasalahan dibatasi hanya pada Promosi kredit terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian kredit

1.6 Kerangka Berpikir

Memberikan promosi yg baik dan menjelaskan tentang kredit secara detail kepada nasabah sangat berperan penting terhadap kepuasan nasabah, sehingga dapat dinyatakan bahwa promosi yang diberikan kepada nasabah untuk kepuasan nasabah akhirnya akan bermuara pada loyalitas

Berdasarkan penjelasan tersebut di atas, maka dapat dilakukan penyederhanaan menggunakan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:



1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan proposal ini, dibuat sistematika penulisan agar mudah untuk dipahami dan memberikan gambaran secara umum kepada pembaca mengenai tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir adalah sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian awal berisi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian Tugas Akhir (TA), halaman pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah untuk kepentingan akademis, halaman persembahan, halaman motto, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar simbol dan lampiran. Bagian awal ini berguna untuk memberikan kemudahan kepada pembaca dalam mencari bagian-bagian penting secara cepat.

2. Bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat teori-teori tentang pengertian pengaruh promosi terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian kredit

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang lokasi penelitian (tempat dan alamat penelitian), waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tinjauan umum tempat usaha, seperti sejarah singkat tempat usaha, profil usaha, struktur organisasi, tugas dan wewenang, laporan hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan berisi tentang garis besar dari inti hasil penelitian, serta saran dari peneliti yang diharapkan dapat berguna bagi pemilik usaha atau perusahaan.

3. Daftar Pustaka

Daftar pustaka berisi tentang semua daftar buku, *literature* yang berkaitan dengan penelitian. Lampiran berisi data yang mendukung penelitian tugas akhir secara lengkap.

4. Bagian Akhir

LAMPIRAN

Lampiran berisi informasi tambahan yang mendukung kelengkapan laporan, antara lain Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Tempat Penelitian, Kartu Konsultasi, Spesifikasi teknis serta data-data lain yang diperlukan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Promosi

Promosi merupakan salah satu variable dalam marketing mix, yang sangat diperlukan untuk dilaksanakan oleh sebuah badan usaha untuk memasarkan produk dan jasanya. Stanton (2007 : 11) mengemukakan: “Definisi Marketing Mix adalah kombinasi dari empat variable atau keadaan yang merupakan inti dari system pemasaran perusahaanyaitu produk, struktur, harga, kegiatan produksi dan system produksi”.

“Promosi salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran, dan sering dikatakan sebagai “proses berlanjut”. Ini disebabkan karena kegiatan promosi dapat menimbulkan kegiatan selanjutnya dari sebuah perusahaan atau sebuah badan usaha”

Kredit merupakan layanan jasa bank yang sampai saai ini masih menarik untuk dibiayai. Penyaluran kredit merupakan salah satu cara untuk menyebarkan resiko kredit bermasalahn dengan melakukan penyaluran kredit yang lebih merata. Bisa dibayangkan bahwa potensi tingginya kredit bermasalah yang merugikan bila hanya menyalurkan kepada satu nasabah sebesar seratus juta rupiah, dibandingkan dengan menyalurkan kepada sepuluh orang nasabah dengan jumlah yang sama. Dari sisi profit, masih bias berharap mendapatkan profit yang cukup signifikan karena kredit tidak rentan dengan suku bunga dibandingkan dengan kredit yang bernominal besar yang menuntut suku bunga rendah. Namun demikian setiap pemberian kredit pasti mengandung

resiko dan karenanya yang menyalurkan kredit harus memahami besar risikonya, disektor apa saja dan bagaimana melakukan pencegahannya.

2.2 Pengertian Kepuasan

Kepuasan Nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.

Nasabah PT BPR ARISMENTARI AYU merasa puas terhadap kinerja pelayanan perbankan yang mereka dapatkan sama atau melebihi dari apa yang mereka harapkan akan tetapi perasaan kecewa nasabah akan timbul apabila kinerja yang diperolehnya tidak sesuai dengan apa yang menjadi harapannya.

2.3 Pengertian Kredit

2.3.1 Pengertian Kredit

Istilah kredit berasal dari perkataan latin Credyang berarti Believe I Trust.saya percaya atau saya menaruh kepercayaan.Dengan kata lain kredit adalah sebuah kepercayaan yang diberikan oleh debitur kepada nasabah.Kredit adalah penyerahan barang, jasa atau uang dari satu pihak (kreditor/pemberi pinjaman) atas dasar kepercayaan kepada pihak lain (nasabah ataupengutang/borrower) dengan janji membayar dari penerima kredit kepadapemberi kredit pada tanggal yang telah disepakati kedua belah pihak.

Menurut undang-undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 “kredit adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam atau bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi utangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.”Kredit berasal dari kata Romawi, *credere* yang artinya “percayaan”, yaitu kepercayaan dari kreditor untuk meminjamkan sejumlah uang kepada debitur karena debitur dapat dipercaya kemampuannya untuk membayar lunas pinjamannya setelah jangka waktu yang ditentukan (Gatot, 2009: 152)

2.3.2 Unsur-Unsur kredit

Terdapat beberapa unsur yang terkandung didalam kredit yaitu(Kasmir,2008: 98-99).

1) Kepercayaan

Yaitu suatu keyakinan pemberi kredit bahwa kredit yang diberikan (berupauang, barang atau jasa) akan benar-benar diterima kembali dimasa tertentu dimasa datang.

2) Kesepakatan

Disamping unsur percaya didalam kredit juga mengandung unsure kesepakatan antarapemberi kredit dengan sipenerima kredit.Kesepakatan ini dituangkan dalam suatu perjanjian dimana masing-masingpihak menandatangani hak dan kewajibanya masing-masing.

3) Jangka waktu

Setiap kredit yang diberikan memiliki jangka waktu tertentu, jangka waktu ini mencakup masa pengembalian kredit yang telah disepakati. Jangka waktu tersebut biasa berbentuk jangka pendek, jangka menengah atau jangka panjang.

4) Risiko

Semakin panjang suatu kredit semakin besar risikonya demikian pula sebaliknya. Risiko ini menjadi tanggung jawab bank, baik risiko yang disengaja oleh nasabah yang lalai, oleh risiko yang tidak disengaja.

5) Balas jasa

Merupakan keuntungan atas pemberian suatu kredit atau jasa tersebut yang kita kenal dengan nama bunga.

2.3.3 Tujuan dan Fungsi Pemberian Kredit

Kredit yang diberikan pihak bank kepada nasabah memiliki tujuan yang hendak dicapai oleh pihak bank dan fungsi yang sangat luas, menurut Kasmir (2006: 105-108)

Tujuan dan fungsi pemberian kredit adalah sebagai berikut:

1) Tujuan Pemberian Kredit

a) Mencari keuntungan

Tujuan utama pemberian kredit adalah untuk memperoleh keuntungan. Hasil keuntungan ini diperoleh dalam bentuk bunga yang diterima oleh bank sebagai balas jasa dan biaya administrasi kredit yang dibebankan kepada nasabah.

b) Membantu usaha nasabah

Tujuan selanjutnya adalah untuk membantu usaha nasabah yang membutuhkan dana, baik dana untuk investasi maupun dana untuk modal kerja.

c) Membantu Pemerintah

Untuk membantu pemerintah dalam berbagai bidang. Bagi pemerintah semakin banyak kredit yang disalurkan oleh pihak perbankan, maka semakin baik, mengingat semakin banyak kredit berarti adanya kucuran dana dalam rangka peningkatan pembangunan diberbagai sektor, terutama sektor riil.

2) Fungsi Kredit

a) Untuk meningkatkan daya guna uang dengan diberikannya kredit uang tersebut menjadi berguna untuk menghasilkan barang atau jasa oleh si penerima kredit.

b) Untuk Meningkatkan Peredaran dan Lalu Lintas Uang Dalam hal ini uang yang diberikan untuk disalurkan akan beredar dari satu wilayah ke wilayah lainnya sehingga, suatu daerah yang kekurangan uang dengan memperoleh kredit maka daerah tersebut akan memperoleh tambahan uang dari daerah lainnya.

c) Untuk Meningkatkan Daya Guna Barang Kredit yang diberikan oleh bank akan dapat digunakan oleh debitur untuk mengolah barang yang semula tidak berguna menjadi berguna atau bermanfaat.

d) Meningkatkan Peredaran Barang Kredit untuk peredaran barang biasanya untuk kredit perdagangan atau kredit ekspor

impor.

- e) Untuk Meningkatkan Pemerataan Pendapatan Semakin banyak kredit yang disalurkan maka akan semakin baik, terutama dalam hal meningkatkan pendapatan.
- f) Untuk Meningkatkan Hubungan Internasional Pemberian kredit oleh negara lain akan meningkatkan kerja sama dibidangnya, sehingga dapat pula tercipta perdamaian dunia.

Menurut (Thomas, dkk, 2007: 14) keuntungan bagi pemerintah dengan menyebarnya pemberian kredit adalah sebagai berikut:

- a) Penerimaan pajak dari keuntungan yang diperoleh nasabah dan bank
- b) Membuka kesempatan kerja
- c) Meningkatkan jumlah barang dan jasa
- d) Menghemat devisa Negara
- e) Meningkatkan devisa Negara

2.3.4 Jenis – Jenis Kredit

Jenis-Jenis Kredit Menurut (Malayu, 2009: 88-90) kredit yang disalurkan kepadamasyarakat dapat dibedakan berdasarkan pendekatanyang kita lakukan yaitu:

- 1) Berdasarkan Tujuan dan Kegunaanya
 - a) Kredit Konsumtif yaitu kredit yang dipergunakan untuk kebutuhan sendiribersama keluarganya.
 - b) Kredit Modal Kerja (kredit perdagangan) ialah kredit yang akan dipergunakan untuk menambah modal usaha debitur.

- c) Kredit Investasi ialah kredit yang dipergunakan untuk investasi produktif, tetapi baru akan menghasilkan dalam jangka waktu yang relatif lama.

2) Berdasarkan Jangka Waktu

- a) Kredit jangka pendek yaitu kredit yang jangka waktunya paling lama satu tahun saja.
- b) Kredit jangka menengah yaitu kredit yang jangka waktunya antara satu sampai tiga tahun
- c) Kredit jangka panjang yaitu kredit yang jangka waktunya lebih dari tiga tahun.
- d) Berdasarkan Macamnya
- e) Kredit akseptasi yaitu yang diberikan bank pada hakikatnya hanya merupakan pinjaman uang bisa sebanyak plafon kredit (L3/BMPK)-nya.
- f) Kredit penjual yaitu kredit yang diberikan penjual kepada pembeli, artinya barang telah diterima pembayaran kemudian.
- g) Kredit pembeli adalah pembayaran telah dilakukan kepada penjual, tetapi barangnya diterima belakangan atau pembelian dengan uang muka.

3) Berdasarkan Sektor Perekonomian

- a) Kredit pertanian ialah kredit yang diberikan kepada perkebunan, peternakan, dan perikanan.
- b) Kredit perindustrian ialah kredit yang disalurkan kepada beraneka macam industri kecil, menengah dan besar.
- c) Kredit pertambangan ialah kredit yang disalurkan kepada

beraneka macam pertambangan.

- d) Kredit eksporimpor ialah kredit yang diberikan kepada eksportir dan atau importir beraneka baraaang.
 - e) Kreditkoprasi ialah kredit yang diberikan kepada jenis jenis koperasi.
 - f) Kredit profesi ialah kredit yang diberikan kepada beraneka macamprofesi.
- 4) Berdasarkan Agunan/ Jaminan
- a) Kredit agunan orang ialah kredit yang diberikan dengan jaminan seseorangterhadap debitur bersangkutan.
 - b) Kredit agunan efek ialah kredit yang diberikan dengan agunan efek-efekdan surat-surat berharga.
 - c) Kredit agunan barang adalah kredit yang diberikan dengan agunan barangtetap, barang bergerak, dan logam mulia.
 - d) Kredit agunan dokumen adalah kredit yang diberikan dengan agunan dokumen transaksi.
- 5) Berdasarkan Golongan Ekonomi
- a) Golongan ekonomi lemah ialah kredit yang disalurkan kepada pengusahagolongan ekonomi lemah.
 - b) Golongan ekonomi menengah dan konglomerat adalah kredit yangdiberikan kepada pengusaha menengah dan besar.
- 6) Berdasarkan Penarikan dan Pelunasan
- a) Kredit rekening koran (kredit perdagangan) adalah kredit yang dapatditarik dan dilunasi setiap saat, besarnya sesuai dengan yang dibutuhkan; penarikan dengan cek, bilyat giro, atau

pemindah bukuan; pelunasandengan setoran-setoran.Kredit berjangka adalah kredit yang penarikannya sekali gus sebesarplafonnya.

2.3.5 Penggolongan Kualitas Kredit

Kualitas kredit pada hakikatnya didasarkan atas resiko kemungkinan menurut bank terhadap kondisi dan kepatuhan nasabah dalam memenuhi kewajiban-kewajibanya. Menurut(Rivai dan Andria, 2006: 42-48) Kualitas kredit dapat digolongkan menjadi 5 yaitu:

1) Kredit Lancar (Pass)

Kredit dikatakan lancar apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a) Pembayaran agsuran pokok/atau buga tepat waktu
- b) Memiliki mutasi rekening yang aktif
- c) Bagian dari kredit yang dijamin dengan jaminan tunai (cash collateral)

2) Perhatian Khusus (Spesial mention)

Kredit yang di golongan kedalam kredit dalam perhatian khusus apabila memenuhi kriteria diataranya:

- a) Terdapat tunggakan agsuran pokok dan/atau bunga yang belum melampaui sembilan puluh hari
- b) Kadang-kadang terjadi kecurakan
- c) Mutasi rekening relatif aktif
- d) Jarang terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjika Didukung oleh pijaman baru

3) Kurang Lancar (Substancart)Kredit yang digolongkan kedalam kredit kurang lancar apabila memenuhi kriteria antara lain:

- a) Terdapat tuggakan agsuran pokok dan bunga yang telah melampaui sembilan puluh hari
- b) Sering terjadi kecurakan
- c) Frekuensi mutasi rekening relatif rendah
- d) Terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan lebih dari Sembilan puluh hari
- e) Terdapat indikasi masalah keuangan yang dihadapi nasabah
- f) Dokumentasi pinjaman yang lemah

4) Diragukan (Doubtful)

Kredit digolongkan kedalam kredit diragukan apabila memenuhi kriteria antara lain:

- a) Terdapat tunggakan angsuran pokok dan bunga yang telah melampaui 180 hari
- b) Terjadi kecurakan yang bersifat permanent
- c) Terjadi wanprestasi lebih dari 180 hari
- d) Terjadi kapitalisasi bunga
- e) Dokumentasi hukum yang lemah, baik untuk perijinan kredit maupun pengikatan jaminan.

5) Macet (Loss)

Kredit digolongkan kedalam kredit macet apabila memenuhi kriteria antaralain:

- a) Terdapat tunggakan angsura pokok dan/atau bunga yang telah melampaui 270 hari. Kerugian operasional ditutup dengan pinjaman baru
- b) Dari segi hukum maupun kondisi pasar, jaminan tidak dapat dicairkan pada nilai wajar

2.3.6 Analisis Pemberian kredit

Pemberian kredit dengan analisis 5C adalah karakter (character), kemampuan (capacity), modal (capital), jaminan (collateral), kondisi ekonomi (condition), untuk mendapatkan debitur yang bertanggung jawab atas kreditnya maka diperlukan analisis 5C adalah (Kasmir, 2006: 91):

1) Character (Karakter)

Karakter adalah sifat atau watak seseorang yaitu calon debitur. Karakter ini dapat di analisis melalui cara hidup atau gaya hidup yang dianutnya, keadaan keluarga, hobi dan social standingnya

2) Capacity (Kemampuan)

Merupakan kemampuannya untuk mengelolah usahanya, dan juga kemampuannya mencari laba.

3) Capital(Modal)

Biasanya bank tidak akan bersedia untuk membiayai suatu usaha 100%. Setiap nasabah yang mengajukan permohonan kredit harus pula menyediakan dana dari sumber lainnya atau modal sendiri untuk mengetahui sumber-sumber pembiayaan yang dimiliki nasabah terhadap usaha yang akan dibiayai oleh bank.

4) Collateral (Jaminan)

Merupakan jaminan yang diberikan calon nasabah baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Jaminan ini harus diteliti keabsahannya, sehingga jika terjadi suatu masalah, maka jaminan yang dititipkan dapat segera dipergunakan. Jaminan ini merupakan pelindung bagi pihak bank.

5) Condition (Kondisi ekonomi)

Dalam menilai kredit hendaknya juga dinilai kondisi ekonomi sekarang dan untuk di masa yang akan datang sesuai sektor masing-masing. Dalam kondisi perekonomian yang kurang stabil sebaiknya pemberian kredit untuk sektor tertentu jangan diberikan terlebih dahulu dan kalau pun jadi diberikan sebaiknya juga dengan melihat prospek usaha tersebut dimasa yang akan datang.

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu Khasan “Analisis Pengaruh promosi Produk Tabungan dan deposito Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah kredit di PT BPR ARISMENTARI AYU Banjarn “ pada tahun 2012, maka penulis

merumuskan hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris sebagai berikut :

H_a = Kualitas Promosi Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang mengkaji tentang *Kepuasan* telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu Diantaranya sebagai berikut :

| No | Nama | Penelitian | Kesimpulan |
|----|---------------------------|---|---|
| 1 | Juzan Tri Hartanto (2010) | Analisis pengaruh kualitas promosi perbankan terhadap kepuasan nasabah Pada PD. BPR Bank Jogja | Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa dimensi (variabel) SERVQUAL yaitu empati (<i>emphaty</i>), memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah |
| 2 | Khasan (2012) | Analisis Pengaruh promosi tabungan dan deposito Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah kredit di PT BPR ARISMENTARI AYU | Kualitas Promosi Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah |
| 3 | Duwi Ika Frafasta (2012) | Analisis Kepuasan terhadap pemberian kredit kepada nasabah kredit di PT Bank Rakyat Indonesia BRI (Persero) Tbk cabang A.yani Makassar | Hasil penelitian menunjukkan bahwa Semakin baik penyampaian pemberian kredit kepada nasabah, maka semakintinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang didapat |

Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini bertempat pada PT BPR ARISMENTARI AYU Banjarn yang Beralamat di Jl Raya Selatan No 35 Banjarn Adiwerna Kabupaten Tegal

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung dari bulan Maret sampai dengan Juni 2021

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Kualitas Promosi Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap TingkatKepuasan Nasabah

3.3.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer ini merupakan hasil dari wawancara/ interview langsung baik kepada pimpinan maupun karyawan (marketing) di PT BPR ARISMENTARI AYU

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder diperoleh penulis dari literature-literatur, peraturan perundang-undangan dan sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2012). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. BPR ARISMENTARI AYU Banjarn, Tegal yaitu 40 orang

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012), sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Unit analisa dari penelitian ini adalah Nasabah PT BPR ARISMENTARI AYU Banjarn. Apa yang dipelajari dari sampel itu ,kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus representative (mewakili) dari jumlah populasi penelitian sebanyak 40 orang maka digunakan teknik sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data atau keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, maka metode penelitian yang digunakan penulis ialah sebagai berikut :

3.5.1 Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014: 145)^[2] yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

3.5.2 Wawancara

Wawancara menurut Suliyanto (2004 : 137)^[1] yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini.

3.5.3 Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono (2012:291)^[2] merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literature-literatur ilmiah.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012 : 59)^[3] “Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.”

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu :

3.6.1 Variabel Independen

Menurut Suliyanto (2005 : 77) ^[1] “Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya variabel lain”.

3.6.2 Variabel Dependen

Menurut Suliyanto (2005 : 78) ^[1] “Variabel dependen adalah variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variabel independen”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen

3.7 Metode Analisis Data

Penelitian ini termasuk dalam penelitian Deskriptif Kuantitatif. Menurut Burhan Bungin (2015)⁽¹⁹⁾ “Penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat dipotret, diwawancara, diobservasi, serta yang dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter.”

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini perhitungan menggunakan program SPSS (Statistical Program for Social Science) atau program statistika untuk ilmu-ilmu sosial versi 22. Adapun langkah – langkah analisis regresi linier berganda yang digunakan yaitu:

3.7.1 Uji Coba Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan

tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Perhitungan validitas instrumen didasarkan perbandingan antara r hitung dan r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel pada signifikan 5% maka data bias dikatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka data tidak valid. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan SPSS.⁽²⁸⁾

2) Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu konstruk dikatakan reliable jika memiliki Crobach Alpha $>0,60$.⁽²⁹⁾

3) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016) "uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusinormal atau tidak. Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan".⁽³⁰⁾ Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji kolomogorov smirnov untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini merupakan jenis data yang berdistribusi normal.

3.7.2 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara simultan menggunakan uji F.

3.7.3 Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh signifikan dari variabel bebas yaitu *Kepuasan* terhadap variabel terikat peningkatan penjualan. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian penelitian ini adalah :

- 1) H_0 = Pengaruh promosi kredit terhadap kepuasan nasabah tidak terdapat kontribusi yang signifikan
- 2) H_a = Pengaruh promosi kredit terhadap Kepuasan
- 3)
- 4) nasabah terdapat kontribusi yang signifikan

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara,

- 1) Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel}
 - a. H_0 diterima jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ $\alpha = 5\%$
 - b. H_0 ditolak (H_a diterima) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
- 2) Dengan berdasarkan angka signifikansinya
 - a. H_0 diterima jika angka signifikansinya $> 0,05$
 - b. H_0 ditolak (H_a diterima) jika signifikansinya $< 0,05$

Perhitungan uji t secara manual dapat dilakukan menggunakan

rumus :

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t_{hitung}

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

3.7.4 Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2016)⁽²⁶⁾ Koefisien Determinasi = R^2 (Koefisien korelasi pangkat dua) ialah besarnya sumbangan/andil (share) dari X terhadap variasi (naik turunnya) Y. Nilai koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Detreminasi

r^2 = Nilai koefisien korelasi

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah PT. BPR ARISMENTARI AYU

Bank Pengkreditan Rakyat (BPR) merupakan salah satu jenis lembaga keuangan mikro (LKM) berbentuk bank yang kegiatan usahanya mengarah pada masyarakat ekonomi menengah kebawah yaitu memberikan kredit untuk usaha kecil seperti petani, pedagang, dan pengusaha kecil. Pengertian Bank Pengkredit Rakyat (BPR) menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998 (dalam Kasmir, 2012:23) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya kegiatan BPR lebih terbatas dibandingkan dengan kegiatan bank umum dimana kegiatan BPR hanya dapat menghimpun dana dan menyalurkan dana selebihnya BPR dilarang menerima simpanan giro. BPR merupakan lembaga keuangan bank yang memberikan kemudahan pada masyarakat yang mengalami kesulitan dalam perekonomian salah satunya yaitu di BPR ARISMENTARI AYU

Berdirinya PT. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Arismentari Ayu (biasa dikenal BPR Arisma) berawal dari Majelis Ekonomi Muhammadiyah yang menyelenggarakan arisan dengan anggota 500 (lima ratus) orang dengan biaya Rp 10.000, (sepuluh ribu rupiah) setiap bulan untuk setiap anggotanya dalam jangka waktu 30 (tiga puluh) bulan. Dana yang terkumpul setiap

bulannya sebesar Rp 5.000.000, (lima juta rupiah) hanya menumpuk dan tidak dikelola sehingga menjadi dana yang menanggung atau idle money. Sehingga muncullah inisiatif dari Masfui Masduki untuk mengelola dana tersebut dengan mendirikan lembaga keuangan yang berbentuk BPR. Selanjutnya Masfui Masduki bersama enam rekannya mengajukan izin kepada Pemerintah Daerah Tingkat II Kabupaten, izin didapatkan pada tanggal 14 Juni 1993. Kemudian mendapatkan persetujuan dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Departemen Keuangan dengan Nomor 236/KM-17/1993 pada tanggal 21 Oktober 1993 dan secara resmi PT. BPR Arismentari Ayu beroperasi sejak 5 Januari 1994 dengan jumlah nasabah awal adalah anggota Majelis Ekonomi Muhammadiyah, sebanyak 500 (lima ratus) orang. BPR Arisma juga bekerjasama dengan Bank Dagang Negara (sekarang Bank Mandiri) khususnya dalam penyaluran Kredit Usaha Kecil (KUK)

4.2 Visi-Misi PT. BPR ARISMENTATI AYU

4.2.1 Visi PT. BPR ARISMENTARI AYU

Visi dari perusahaan Menjadi BPR yang sehat dan tangguh untuk meningkatkan roda perekonomian di sekitar UMKM.

4.2.2 Misi PT. BPR ARISMENTARI AYU

- a. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- b. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktek Good Corporate

Governance.

- c. Melayani sektor UMKM dengan memperhatikan kebutuhan dan kemampuan masyarakat dalam upaya membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat dengan meningkatkan kinerja karyawan dalam mengembangkan sektor UMKM.

4.3 Nilai-nilai kerja di PT BPR ARISMENTARI AYU

- 4.3.1 Integritas Kami bankir yang dapat dipercaya karena itu kami harus bertakwa penuh dedikasi, jujur, selalu menjada kehormatan dan nama baik, serta taat pada kode etik perbankan dan peraturan yang berlaku.
- 4.3.2 Profesionalisme Kami bankir yang handal prudent karena itu kami harus bertanggung jawab efektif, efisien, disiplin, dan berorientasi ke masa depan dan mengantisipasi perkembangan, tantangan, dan kesempatan.
- 4.3.3 Kepuasan Nasabah Kami yakin keberhasilan Bank Perkreditan Rakyat Arismentari ayu sangat dipengaruhi oleh kepuasan nasabah. Karena itu harus memenuhi kebutuhan dan memuaskan nasabah dengan memberi pelayanan yang terbaik, dengan tetap memperhatikan kepentingan perusahaan dengan dukungan SDM terampil, ramah, senang melayani dan didukung dengan teknologi unggul.
- 4.3.4 Keteladanan Kami sebagai panutan yang konsisten bertindak adil bersikap tegas dan berjiwa besar oleh karena itu kami tidak memberikan toleransi kepada tindakan-tindakan yang tidak memberikan keteladanan.
- 4.3.5 Penghargaan Kepada SDM Kami menghargai SDM sebagai asset utama perusahaan, karena itu kami selalu merekrut, mengembangkan,

dan mempertahankan SDM berkualitas. Kami memperlakukan pegawai berdasarkan kepercayaan, keterbukaan, keadilan dan saling menghargai sebagai bagian dari perusahaan dan mengembangkan sikap kerjasama dan kemitraan. Kami memberikan penghargaan berdasarkan hasil kerja individu dan kerjasama tim yang menciptakan sinergi untuk kepentingan perusahaan.

Budaya Kerja PT. BPR ARISMENTARI AYU. Budaya perusahaan merupakan suatu nilai-nilai yang disepakati bersama dan dicerminkan melalui perilaku individual anggota perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan. Budaya kerja pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Arismentari Ayu dikenal dengan sebutan 7 Budaya Malu BPR Arismentari Ayu antara lain:

- a. Saya malu datang terlambat.
- b. Saya malu tidak salam, senyum, sapa, sopan dan santun.
- c. Saya malu target tidak tercapai.
- d. Saya malu NPL diatas 5%.
- e. Saya malu melanggar SOP.
- f. Saya malu lingkungan kerja tidak bersih dan rapi.
- g. Saya malu perusahaan tidak sehat, efisien, dan profit

4.4 Logo PT. BPR ARISMENTARI AYU



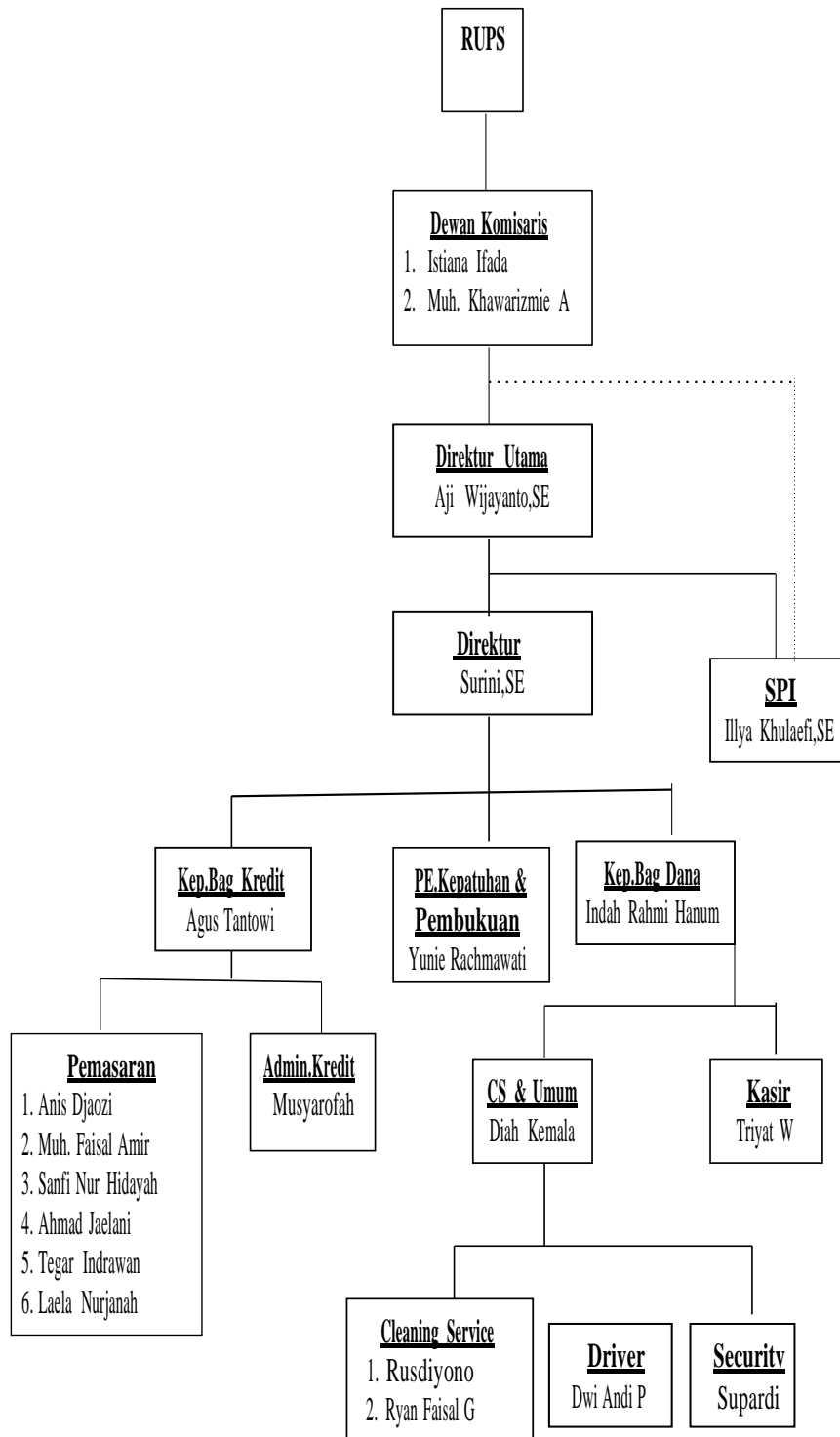
Logo PT. BPR Arismentari Ayu Adiwerna

Sumber: Srtuktur Organisasi dan Job Description PT. BPR
Arismentari Ayu

4.5 Sruktur organisasi PT. BPR ARISMENTARI AYU

Struktur organisasi merupakan unsur yang sangat penting karena struktur organisasi akan menjelaskan bagaimana kedudukan, tugas, dan fungsi dialokasikan di dalam organisasi. Struktur organisasi merupakan susunan dan hubungan antara setiap bagian maupun posisi yang terdapat pada sebuah organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan operasionalnya dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya

**STRUKTUR ORGANISASI
PT BPR ARISMENTARI AYU**



4.6 Job Deskripsi Pekerjaan

Menurut bagan struktur organisasi PT. BPR ARISMENTARI AYU yang berada di Jalan Raya selatan No.35 Banjarnegara Tegal terdapat masing-masing jabatan yang mempunyai tugas dan wewenang sebagai berikut:

4.6.1 Dewan Komisaris

Tugas Dewan Komisaris adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pengawasan atas seluruh kegiatan operasional bank yang dijalankan Direksi.
- b. Mendampingi Direksi dalam berhubungan dengan pihak ketiga sesuai ketentuan anggaran dasar.
- c. Mengevaluasi kinerja Direksi agar tidak menyimpang dari anggaran dasar, program kerja dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- d. Membantu Direksi untuk menemukan solusi atas masalah-masalah yang berkaitan dengan operasional bank
- e. Melaporkan hasil pengawasan operasional bank kepada OJK.

4.6.2 Direktur Utama

Tugas Direksi adalah sebagai berikut :

- a. Terkait dengan Rencana Kerja BPR :
 - ❖ Menyetujui Rencana Kerja BPR yang akan dikirimkan kepada OJK

- ❖ Menyampaikan laporan pelaksanaan rencana kerja terhadap rencana kerja kepada OJK.
- b. Terkait dengan perkreditan :
- ❖ Menyetujui kebijakan dan prosedur perkreditan.
 - ❖ Melakukan pengawasan aktif terhadap pelaksanaan kebijakan perkreditan.
- c. Terkait dengan Penerapan APU PPT:
- ❖ Menyetujui kebijakan dan prosedur penerapan APU & PPT.
 - ❖ Mengawasi pelaksanaan program APU PPT oleh Direksi dan jajarannya
 - ❖ Wajib memastikan bahwa Direksi menindaklanjuti temuan audit dan rekomendasi dari satuan kerja atau pejabat yang bertanggungjawab terhadap pelaksanaan audit intern BPR, auditor ekstern/KAP, hasil pengawasan Dewan Komisaris, OJK, atau otoritas lainnya

4.6.3 Direktur

Tugas Direktur adalah sebagai berikut:

- a. Bekerja sama dengan Direktur Utama untuk menyusun anggaran.
- b. Bekerja sama dengan Direktur Utama untuk dalam menyusun strategi dan rencana kerja untuk mencapai anggaran.
- c. Melaksanakan prinsip-prinsip Good Corporate Governance dalam setiap kegiatan pada seluruh jenjang organisasi bank.

- d. Mengkoordinasikan pelayanan dan pemrosesan operasional dengan baik, aman, tertib, dan lancar.
- e. Mengontrol laporan keuangan dan laporan terkait lainnya untuk disampaikan kepada Bank Indonesia, Komisaris, Direktur Utama, serta pihak terkait lainnya.
- f. Dalam hal pelaksanaan penerapan APU & PPT:
 - ❖ Menetapkan dan mengevaluasi transaksi yang memerlukan persetujuan Pejabat Eksekutif.
 - ❖ Memastikan cakupan pengawasan aktif Direksi telah memenuhi secara memadai.
 - ❖ Memantau dan menjaga kepatuhan bank terhadap seluruh komitmen yang dibuat oleh bank kepada OJK antara lain komitmen dalam action plan & hasil pengawasan OJK yang terkait dengan pelaksanaan program APU PPT.
 - ❖ Memantau pelaksanaan tugas UKK/ pegawai yang bertanggungjawab atas pelaksanaan program APU PPT

4.6.4 SPI (Sistem Pengendalian Internal)

Tugas SPI (Sistem Pengendalian Internal) adalah sebagai berikut :

- a. Menyusun program dan jadwal pemeriksaan.
- b. Melakukan pemeriksaan dan pengamatan pada kegiatan operasional bahwa semua kebijakan dan prosedur telah dijalankan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- c. Melaporkan hasil pemeriksaan dan pengawasan kepada Direktur Utama.

- d. Melakukan pemeriksaan secara keseluruhan, berkala dan pemeriksaan khusus.
- e. Memeriksa bahwa semua aset perusahaan telah diadministrasikan secara baik dan benar.

4.6.5 PE Kepatuhan dan pembukuan

Tugas PE Kepatuhan dan Pembukuan yaitu

- a. Memantau dan memahami setiap perkembangan peraturan Otoritas Jasa Keuangan dan peraturan perundang-undangan lain yang relevan dengan kegiatan usaha BPR.
- b. Melaksanakan sosialisasi dan pelatihan berkelanjutan kepada seluruh unit kerja terkait mengenai peraturan Otoritas Jasa Keuangan terkini dan peraturan perundang-undangan lain yang relevan.
- c. Memastikan bahwa masing-masing unit kerja melakukan penyesuaian ketentuan sistem dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan dan peraturan perundang-undangan lain yang relevan.
- d. Memberikan konsultasi kepada unit kerja atau pegawai BPR mengenai kepatuhan terhadap peraturan Otoritas Jasa Keuangan dan peraturan perundang-undangan lain yang relevan.
- e. Melakukan kaji ulang secara berkala dengan frekuensi yang disesuaikan kebutuhan bank untuk memastikan:
 - ❖ Kecukupan kerangka Manajemen Risiko.
 - ❖ Keakuratan metodologi penilaian risiko.
 - ❖ Kecukupan sistem informasi Manajemen Risiko.

4.6.6 Kepala Bagian Kredit

Tugas Kepala Bagian Kredit adalah sebagai berikut :

- a. Mengkoordinir proses pelaksanaan dan penyaluran kredit.
- b. Melaksanakan kebijakan penyaluran kredit sesuai anggaran.
- c. Melakukan negosiasi dengan calon nasabah potensial.
- d. Memonitor angsuran kredit.

4.6.7 Bagian Supervisi

Tugas Bagian Supervisi adalah sebagai berikut :

Penyusunan evaluasi tingkat kolektibilitas debitur dengan criteria : Lancar, Kurang Lancar,Diragukan, dan Macet Masing-masing kriteria ini didasarkan pada peraturan yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia.

4.6.8 Admin Kredit

Tugas Admin Kredit PT. BPR ARISMENTARI AYU adalah sebagai berikut:

- a. Menerima dokumen-dokumen permohonan kredit.
- b. Membuat pinjaman khusus pencairan kredit.
- c. Mempersiapkan berbagai sarana administrasi pencairan, termasuk order notaris untuk perikatan notariil.
- d. Mengatur jadwal realisasi kredit dengan nasabah dan notaris.
- e. Menyiapkan dan mengadminisrasikan dokumen pendukung pencairan kredit.

4.6.9 Kepala Bagian Operasional

Tugas Kepala Bagian Operasional adalah sebagai berikut:

- a. Membuat kebijakan yang bersifat operasional dan teknis perbankan.
- b. Membuat rencana kegiatan kerja operasional.
- c. Memberikan persetujuan kredit sesuai dengan kewenangannya.
- d. Mengkoordinir kegiatan operasional personalia dan umum, customer service, teller, administrasi dana, administrasi kredit, staf IT (Informasi dan Teknologi) dan pembukuan.
- e. Memastikan kepada kegiatan operasi personalia dan umum, customer service, teller, admin dana, admin kredit, penanganan kredit bermasalah , staff IT (Informasi dan Teknologi) dan pembukuan telah sesuai dengan prosedur dan peraturan.
- f. Memelihara likuiditas dan solvabilitas.

4.6.10 Pemasaran/ Marketing

Tugas Account officer PT BPR ARISMENTARI AYU adalah sebagai berikut:

- a. Melaksanakan target yang telah ditetapkan Kabag Kredit.
- b. Membuat rencana kerja harian.
- c. Memasarkan produk kredit dan jasa lainnya.
- d. Mencari nasabah-nasabah potensial pada segenap lapisan masyarakat.

- e. Menjelaskan keunggulan produk kredit serta produk lainnya kepada calon nasabah

4.6.11 Customer Service

Tugas Customer Service PT. BPR ARISMENTARI AYU adalah sebagai berikut:

- a. Melayani dan memberikan informasi kepada nasabah mengenai produk tabungan, deposito, dan kredit.
- b. Melaksanakan proses pembukaan deposito.
- c. Melaksanakan proses pembukaan rekening tabungan.
- d. Mencocokkan spesimen tanda tangan penabung/deposan.
- e. Mencocokkan fisik debitur dengan surat identitasnya

4.6.12 Kasir

Tugas Teller PT. BPR ARISMENTARI AYU adalah sebagai berikut:

- a. Melaksanakan penarikan, penyetoran, dan pencairan dana.
- b. Mencatat transaksi tunai, menyusun rekapitulasi in dan out flow.
- c. Mengadministrasikan pengambilan dan penyetoran uang ke brankas.
- d. Memproses transaksi kas dan uang tunai.
- e. Memberikan informasi dan saran kepada nasabah tentang produk dan jasa.

4.6.13 Security

Tugas security di PT BPR ARISMENTARI AYU adalah sebagai berikut :

- a. Menjaga keamanan kantor bank baik diluar atau di dalam
- b. Mengatur kerapihan wilayah parkir perbankan
- c. Memberikan pelayanan pengawalan parkir kepada nasabah
- d. Menjadi navigator di bank seperti mengarahkan nasabah pada saat transaksi
- e. Membantu nasabah mengarahkan pengisian form transaksi
- f. Membantu nasabah yang kesulitan dalam pengisian formulir transaksi
- g. Memantau ketersediaan form yang ada di bank
- h. Mengatur antian di cabang

4.6.14 Driver

Tugas Driver PT. BPR ARISMENTARI AYU adalah sebagai berikut:

- a. Mengantar karyawan perusahaan untuk tujuan setoran dan penarikan dana di bank lain dengan didampingi security.
- b. Mengambil dan menyetor dana masyarakat yang dibutuhkan pelayanan cepat dengan radius yang cukup jauh.
- c. Mengantar dan menjemput tamu perusahaan yang tidak membawa kendaraan.
- d. Mengantar dan menjemput pegawai ketempat yang dituju sesuai perintah atasan atau tugas atau perjalanan dinas.

- e. Merawat dan membersihkan mobil

4.6.15 OB (Office Boy)

Tugas OB PT. BPRARISMENTARI AYU adalah sebagai berikut:

- a. Membersihkan dalam dan luar kantor.
- b. Membantu dalam pengiriman surat dinas.
- c. Menyediakan makanan dan minuman karyawan kantor dan tamu.
- d. Membersihkan segala inventaris kantor.
- e. Melaksanakan tugas dari bagian umum untuk kelancaran dan akomodasi kebutuhan kantor.
- f. Melaksanakan perintah atasan.

4.7 Analisis Data Dan Pembahasan

4.7.1 Karakteristik data responden

Karakteristik data responden berdasarkan data Pengaruh kepuasan dan promosi. Adapun selengkapnya sebagai berikut :

- a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| Jenis kelamin | Frekuensi | Persentase |
|----------------------|------------------|-------------------|
| Laki-laki | 28 | 70 % |
| Perempuan | 12 | 30 % |
| Jumlah | 40 | 100 % |

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa responden berjumlah 40. Dimana 28 responden berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 70% dan 12 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 30%

- b. Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel
Karakteristik responden berdasarkan usia

| Usia | Frekuensi | Persentase |
|-------------|------------------|-------------------|
| 20-29 | 14 | 35% |
| 30-39 | 21 | 52,5% |
| 40-40 | 4 | 10% |
| >50 | 1 | 2,5% |
| Jumlah | 40 | 100% |

Sumber : data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa yang menjadi sampel dalam penelitian ini ada 1 responden yang berusia >50 tahun, usia 20-29 tahun sebanyak 14 responden, usia 30-39 tahun sebanyak 21 responden, dan usia 40-49 tahun sebanyak 4 responden. Hal ini berarti bahwa mayoritas responden penelitian berusia 30-39 tahun.

4.8 Uji instrumen penelitian

4.8.1 Uji validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011:97).

Tinggi rendahnya validitas suatu instrumen kuesioner dapat diukur melalui faktor loading dengan bantuan computer *SPSS*. Faktor loading adalah korelasi item-item pertanyaan dengan konstruk yang diukurnya. Jika nilai faktor loading lebih besar atau sama dengan 0,5 ($\geq 0,5$) maka indikator yang dimaksud valid dan berarti bahwa indikator tersebut signifikan dalam mengukur suatu konstruk. Untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel digunakan *Uji t*. Jika hasilnya signifikan $< 0,05$ berarti matrik korelasi memiliki korelasi signifikan dengan sejumlah variable

Adapun uji validitas dari variabel yang penulis gunakan dalam penelitian, terlihat pada tabel uji validitas dari setiap variabel yang digunakan, berikut ini :

Tabel
Uji Validitas instrumen Variabel Promosi (X)

| Item pertanyaan | R hitung | R tabel | Keterangan |
|-----------------|----------|---------|------------|
| P1 | 0,645 | 0,312 | Valid |
| P2 | 0,643 | 0,312 | Valid |
| P3 | 0,806 | 0,312 | Valid |
| P4 | 0,700 | 0,312 | Valid |
| P5 | 0,860 | 0,312 | Valid |

Sumber Data : Data diolah,SPSS.2021

Dari data diatas, maka dapat jelaskan dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

- a. Jika nilai rhitung $>$ rtabel maka instrumen data dikatakan valid
- b. Jika nilai rhitung $<$ rtabel maka instrumen data dikatakan tidak valid

Untuk mendapatkan rtabel, maka penulis akan menghitung nilai df, dimana jumlah responden sebanyak 40 orang, dengan taraf signikansi 5%. Artinya untuk menentukan $df = \text{jumlah responden} - 2 = 40 - 2 = 38$, jadi $df : 38$ kemudian akan dicari pada R statistik dengan urutan $df : 38$ dengan signifikasi 5%, ditemukan hasil . Maka dari dasar ini kemudian dapat diketahui bahwa :

- a. Untuk pertanyaan 1 nilai rhitung 0,645 $>$ dari rtabel 0,312 dengan taraf sikhnikansi $0,000 <$ dari 0,05, maka pertanyaan 1 dikatakan valid
- b. Untuk pertanyaan 2 nilai rhitung 0,643 $>$ dari rtabel 0,312 dengan

taraf signifikansi $0,000 < \text{dari } 0,05$, maka pertanyaan 2 dikatakan valid

c. Untuk pertanyaan 3 nilai hitung $0,806 > \text{dari } r_{\text{tabel}} 0,312$, dengan taraf signifikansi $0,000 < \text{dari } 0,05$, maka pertanyaan 3 dikatakan valid

d. Untuk pertanyaan 4 nilai hitung $0,700 > \text{dari } r_{\text{tabel}} 0,312$, dengan taraf signifikansi $0,000 < \text{dari } 0,05$, maka pertanyaan 4 dikatakan valid

e. Untuk pertanyaan 5 nilai hitung $0,860 > \text{dari } r_{\text{tabel}} 0,312$, dengan taraf signifikansi $0,000 < \text{dari } 0,05$, maka pertanyaan 5 dikatakan valid

Dari data ini kemudian penulis menarik kesimpulan untuk validitas instrumen variabel promosi (X) **di katakan valid.**

Berikutnya untuk validitas variabel kepuasan nasabah (Y) sebagai berikut

Tabel
Uji Validitas instrumen Variabel Kepuasan (Y)

| Item pertanyaan | R hitung | R table | keterangan |
|-----------------|----------|---------|------------|
| P1 | 0,735 | 0,312 | Valid |
| P2 | 0,749 | 0,312 | Valid |
| P3 | 0,722 | 0,312 | Valid |
| P4 | 0,739 | 0,312 | Valid |
| P5 | 0,801 | 0,312 | Valid |

Sumber Data : Data diolah,SPSS.2021

Dari data diatas, maka dapat jelaskan dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

- a. Jika nilai rhitung $>$ rtabel maka instrumen data dikatakan valid
- b. Jika nilai rhitung $<$ rtabel maka instrumen data dikatakan tidak valid

Untuk mendapatkan r tabel, maka penulis akan menghitung nilai df, dimana jumlah responden sebanyak 40 orang, dengan taraf signikansi 5%. Artinya untuk menentukan $df = \text{jumlah responden} - 2$ dikurangi dengan variabel yang digunakan, maka $df = 40 - 2 = 38$, jadi $df : 38$ kemudian akan dicari pada R statistik dengan urutan $df : 38$ dengan signifikasi 5%, ditemukan hasil Maka dari dasar ini kemudian dapat diketahui bahwa :

- a. Untuk pertanyaan 1 nilai rhitung $0,735 >$ dari rtabel $0,312$ dengan taraf siknifikansi $0,000 <$ dari $0,05$, maka pertanyaan 1 dikatakan valid
- b. Untuk pertanyaan 2 nilai rhitung $0,749 >$ dari rtabel $0,312$ dengan taraf siknifikansi $0,000 <$ dari $0,05$, maka pertanyaan 2 dikatakan valid
- c. Untuk pertanyaan 3 nilai rhitung $0,722 >$ dari rtabel $0,312$ dengan taraf siknifikansi $0,000 <$ dari $0,05$, maka pertanyaan 2 dikatakan valid.
- d. Untuk pertanyaan 3 nilai rhitung $0,739 >$ dari rtabel $0,312$, dengan taraf siknifikansi $0,000 <$ dari $0,05$, maka pertanyaan 4 dikatakan valid

- e. Untuk pertanyaan 3 nilai r hitung $0,801 >$ dari r tabel $0,312$, dengan taraf signifikansi $0,000 <$ dari $0,05$, maka pertanyaan 5 dikatakan valid

Dari data ini kemudian penulis menarik kesimpulan untuk validitas instrumen variabel kepuasan nasabah (Y) di katakan valid.

Selain dari uji validitas, maka penulis juga melakukan uji reabilitas terhadap data yang di analisis berikut hasil uji reabilitas dari yang dilakukan dengan SPSS.22 terlihat datanya pada tabel berikut :

Selain dari uji validitas, maka penulis juga melakukan uji reabilitas terhadap data yang di analisis berikut hasil uji reabilitas dari yang dilakukan dengan SPSS.22 terlihat datanya pada tabel berikut :

Tabel
Uji Reabilitas promosi (X) dan kepuasan nasabah (Y)

| Variabel | Cronbach's Alpha | <i>Standardized</i> | Keterangan |
|----------|------------------|---------------------|------------|
| X | 0,787 | 0,6 | Realibel |
| Y | 0,802 | 0,6 | Realibel |

Sumber **Data** : Data diolah,SPSS.2021

Dari tabel di atas dapat ditarik kesimpulan dari data yang telah di sajikan bahwa :

- a. Jika *Cronbach's Alpha* $>$ *Standardized* (0,60), maka data dikatakan realibel
- b. Jika *Cronbach's Alpha* $<$ *Standardized* (0,60), maka data dikatakan tidak realibel

Jadi kesimpulan yang dapat di ambil dari pengolahan data melalui spss.22 adalah :

- a. Untuk variabel promosi (X) menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* $0,787 > \text{Standardized } (0,60)$, maka data dikatakan realibel.
- b. Untuk variabel kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* $0,802 > \text{Standardized } (0,60)$, maka data dikatakan realibel.

Dari penjelasan uji data validitas dan reabilitas, maka dapatlah kita melakukan analisis regresi dari data yang telah di uji validitas dan reabilitasnya.

4.8.2 Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Standardized Residual |
|----------------------------------|--------------------------|-----------------------|
| N | | 40 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,98709623 |
| | Most Extreme Differences | |
| | Absolute | ,117 |
| | Positive | ,112 |
| | Negative | -,117 |
| Test Statistic | | ,117 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,175 ^c |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Uji normalitas menggunakan uji statistic One Sample Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan melihat nilai sig. $> 0,05$ data terdistribusi normal. Berdasarkan hasil analisis uji normalitas menggunakan kolmogrov-smirnov test menunjukkan nilai Asym. Sig (2-tailed) sebesar

0,175 > alpha 0,05 yang berarti data terdistribusi normal. Pada pengujian normalitas pada regresi berganda, nilai sig dari ketiga variable tersebut dalam bentuk satu nilai, hal tersebut ditandai dengan dilakukannya tranformasi data dalam bentuk standardized untuk kemudian di uji normalitas dan menghasilkan standardized residual

4.9 Teknik analisis data

4.9.1 Analisis regresi linear sederhana

Persamaan regresi sederhana merupakan model hubungan antara variabel tidak bebas (Y) dan variabel bebas (X)⁽²⁹⁾.

Tabel

Hasil uji regresi sederhana

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 28,053 | 2,588 | | 10,839 | ,000 |
| promosi_kredit | 502 | ,148 | ,482 | 3,387 | ,002 |

a. Dependent Variable: kepuasan_nasabah

$$Y = 28,053 - 0,502 X$$

- Nilai konstanta sebesar 28,053 yang menunjukkan bahwa jika promosi kredit sebesar 0 satuan maka kepuasan nasabah sebesar 28,053
- Nilai koefisien regresi sebesar 0,502 menunjukkan bahwa setiap peningkatan promosi kredit sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,502

4.9.2 Uji Hipotesis

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan secara simultan menggunakan uji t.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh signifikan dari variabel bebas yaitu promosi terhadap variabel terikat kepuasan nasabah. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian penelitian ini adalah :

- ❖ H_0 = promosi kredit tidak terdapat kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian kredit di pt bpr arismentari ayu
- ❖ H_a = promosi kredit terdapat kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian kredit di bpr arismentari ayu

Dalam pengambilan keputusan dengan dua cara,

a. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel}

- ❖ H_0 diterima jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ $\alpha = 5\%$
- ❖ H_0 ditolak (H_a diterima) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

b. Dengan berdasarkan angka signifikansinya

- ❖ H_0 diterima jika angka signifikansinya $> 0,0$

❖ H_0 ditolak (H_a diterima) jika signifikansinya $<0,05$

Tabel
Hasil uji hipotesis
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 28,053 | 2,588 | | 10,839 | ,000 |
| promosi_kredit | -,502 | ,148 | -,482 | -3,387 | ,002 |

Dependent Variable: kepuasan_nasabah

a. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} :

Cara mencari t_{tabel} : $df = n - k = 40 - 2 = 38$

$$\alpha = 5\% = 0,05$$

Berdasarkan hasil uji t dengan melihat nilai t_{hitung} menunjukkan nilai

t_{hitung} sebesar $-3,387 > t_{tabel} 2,024$

Maka menunjukkan bahwa promosi kredit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

b. Dengan menggunakan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%)

Berdasarkan hasil uji t dengan melihat angka signifikansi menunjukkan nilai sig. Sebesar $0,002 < \alpha 0,05$ Maka menunjukkan bahwa promosi kredit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel
Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,482 ^a | ,232 | ,212 | 3,134 |

Sumber : data primer yang diolah 2021

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,482. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (Adjust R square) sebesar 0,212, yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel bebas (promosi kredit) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) adalah sebesar 21,2%, sedangkan sisanya sebesar 78,8% dijelaskan oleh variable lainnya yang tidak diteliti.

4.9.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan angka, hasil penelitian menunjukan bahwa promosi kredit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian kredit di PT BPR ARrismnetari ayu. Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,482. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,232, yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel bebas (promosi kredit) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) adalah sebesar 23,2%, sedangkan sisanya sebesar 76,8% dijelaskan oleh variable lainnya yang tidak diteliti.

Pada dasarnya promosi adalah semua bentuk penyajian komunikasi non personal tentang ide-ide, produk dan jasa yang ditawarkan oleh produsen, dengan maksud untuk mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk yang di tawarkan. Melalui sebuah promosi, produsen menyatakan keberadaan merek produk tersebut dan membujuk para konsumen untuk membelinya dengan mengatakan bahwa merek produk tersebut memiliki atribut-atribut yang bervariasi.

Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi / membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya. Setiap sarana bauran promosi mempunyai kemampuan dan efek-efek atau imbas kepada nasabah dan khalayak. promosi tidak akan berjalan apabila ada salah satu unsur yang tidak ada. Tiap-tiap unsur pokok ini saling berkaitan satu sama yang lainnya, tidak aktifnya salah satu unsur akan membawa implikasi pada terhambatnya proses promosi. Jadi promosi merupakan suatu dialog antara produsen ke pelanggan, ini berarti bukan kegiatan monolog dari produsen ke pelanggan, sebagai gabungan dari dua bidang ilmu

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, Menjelaskan bahwa PT BPR Arismentari Ayu Banjaran sebagai badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa perbankan dalam menghadapi persaingan salah satunya dengan melakukan promosi produk jasanya. Dalam bab ini akan dijelaskan kesimpulan yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan penulis untuk mengetahui Pengaruh promosi kredit terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR Arismentari Ayu Banjaran, dan hasil dari uraian tersebut dapat diambil kesimpulan antara lain :

1. Dalam menerapkan promosi kredit pemasaran PT.BPR Arismentari Ayu Banjaran mempunyai beberapa strategi promosi untuk dapat menunjang produk yang ada di BPR. Strategi promosi yang digunakan oleh PT BPR Arismentari Ayu yaitu dengan menggunakan personal selling yang merupakan sarana yang efektif, sebab dilakukan secara door to door dimana sales marketing dapat berkontak langsung atau pribadi yang dapat memberikan keyakinan kepada nasabah atau calon nasabah.
2. Keberhasilan suatu kegiatan promosi tidak lepas dari adanya faktor pendukung, seperti : pengoptimalan sales marketing, mempertahankan loyalitas nasabah, dan memilih lokasi promosi. Dengan adanya factor pendukung tersebut dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan yang khususnya bergerak dibidang jasa. Sebab dengan adanya peningkatan

kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada nasabah, maka nasabah tidak akan merasa ragu untuk tetap menggunakan produk di perusahaan tersebut.

5.2 Saran

Saran-saran yang bisa dikemukakan penulis setelah melakukan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengingat variabel promosi penjualan memiliki pengaruh yang lebih dominan maka perusahaan perlumempertahankan bauran promosi di bidang promosi penjualan dan memperbaiki variabel yang lemah yaitu iklan guna meningkatkan kepuasan nasabah.
2. Hendaknya pihak perusahaan lebih memperhatikan pemilihan bauran promosi yang lebih tepat guna meningkatkan kepuasan nasabah baik dari iklan, penjualan pribadi dan hubungan masyarakat sehingga informasi yang disampaikan tentang produk lebih tepat dan dapat meyakinkan nasabah untuk menggunakan produk yang akhirnya dapat meningkatkan penjualannya.
3. Hendaknya dilakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah yang tidak diteliti dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- [1]. Anggabrata D.M.W, Rahanata, G.B. (2015). Pengaruh Promosi dan Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Balidana Niaga Denpasar, EJurnal Manajemen Unud, Vol.4.No.5, Dalam <http://www.Portalgaruda.Org> diakses tanggal 10 Mei 2015
- [2]. Situngkir, Elsadira, (2008), Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memutuskan pengambilan kredit pada PT Bank Internasional.Indonesia (BII) Medan , Skripsi S1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara
- [3]. Ascarintya, Praveda.(2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. Skripsi. Universitas Diponegoro, Semarang
- [4]. Hidayat, Rahmat. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai pelanggan terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank mandiri. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. V tahun 2009.
- [5]. Sugiyono. (2012). *Metode Analisis data R&B*. Bandung: Alfabeta
- [6]. Bungin, Burhan. (2015). *Pengertian Kepuasan dan promosi*, Jakarta PT Raja Grafindo Persada.
- [7]. Stanton (2007 : 11). *Pengertian Promosi Kredit* pt bpr arto mulyo
- [8]. Sugiyono.2014, *Statistik untuk penelitian*. Alfabeta : Bandung
- [9]. PT Bpr Arismentari ayu (2021). Logo perusahaan & penjelasan tentang Struktur organisasi perusahaan [https:// www.arisma@gmail.com](https://www.arisma@gmail.com)

Buku

- [1]. Khasan. 2012. Analisis Pengaruh promosi produk tabungan dan deposito Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah kredit di PT BPR ARISMENTARI AYU . Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi
- [2]. Juzan Tri Hartanto 2010. Analisis pengaruh kualitas promosi perbankan terhadap kepuasan nasabah Pada PD. BPR Bank Jogja
- [3]. Duwi Ika Frafasta 2021. Analisis Kepuasan terhadap pemberian kredit kepada nasabah kredit di PT Bank Rakyat Indonesia BRI (Persero) Tbk cabang A.yani Makassar

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Kuisisioner Penelitian

PENGANTAR

Perihal : Permohonan Pengisian Angket

Lampiran : Satu Berkas

Dengan Hormat

Dalam rangka penulisan tugas akhir yang berjudul Pengaruh Promosi terhadap kepuasan nasabah dalam pemberian kredit di PT BPR ARISMENTARI AYU Banjarn , maka saya memohon dengan hormat kepada Bapak atau Ibu untuk menjawab beberapa pertanyaan angket yang telah di sediakan

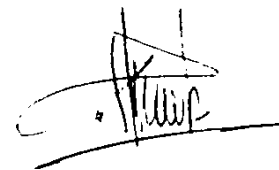
Jawaban Bapak atau Ibu diharapkan objektif, artinya diisi apa adanya sesuai dengan kondisi yang Bapak /Ibu terima rasakan

Oleh karena itu data dan identitas Bapak/ Ibu akan dijamin keberhasilannya dan tidak akan mempengaruhi status Bapak/Ibu sebagai karyawan / Pimpinan.

Demikianlah pengantar ini dibuat atas perhatian bantuan dan kerjasama Bapak/ Ibu saya ucapkan terima kasih

Tegal, Juli 2021

Hormat Saya



Sanfi Nur Hidayah

NIM. 18031121

PROGRAM STUDI DIII AKUNTANSI
POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA TEGAL
KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAAN NASABAH
DALAM PEMBERIAN KREDIT DI PT BPR ARISMENTARI AYU
BANJARAN

No.Responden :.....(diisi oleh peneliti)

Tanggal/Bulan/Tahun :/...../.....

Petunjuk Pengisian : Jawablah pertanyaan/ pernyataan dibawah ini dengan mengisi titik-titik yang tersedia atau dengan memberikan tanda cek (√) pada kotak jawaban yang tersedia jawablah pertanyaan / pernyataan tersebut dengan sejujurnya.
Kuisisioner ini hanya digunakan untuk penelitian semata.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin :
5. Profesi :

B. PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAAN NASABAH
DALAM PEMBERIAN KREDIT DI PT BPR ARISMENTARI AYU
BANJARAN

.....

DAFTAR KUISIONER

Mohon untuk Pada bagian ini saudara/I diminta membubuhkan tanda cek (√) pada salah satu alternative jawaban yang menurut saudara /I paling tepat pada kolom yang tersedia

SB 5

B 4

KB 3

TB 2

STB 1

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. Kepuasan Nasabah dalam pelayanan kredit (VARIABEL X)

| NO | Pertanyaan / Pernyataan | SB | B | KB | TB | STB |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1 | Persyaratan pengajuan fasilitas pinjaman ringan atau mudah dipenuhi (hanya menggunakan fotocopy KTP dan KK) | | | | | |
| 2 | Proses administrasi pengajuan pinjaman hingga pencairan dilakukan di rumah nasabah | | | | | |
| 3 | Pembayaran angsuran yang dijemput dimana nasabah tidak perlu datang ke kantor | | | | | |
| 4 | Waktu proses pencairan dana pinjaman relatif singkat | | | | | |
| 5 | Petugas PT BPR ARISMENTARI AYU memberikan pelayanan kredit yang baik dan cepat | | | | | |

2. Promosi kredit kepada nasabah (VARIABEL Y)

| NO | Pertanyaan/pernyataan | SB | B | KB | TB | STB |
|----|--|----|---|----|----|-----|
| 1 | Sosialisasi kredit di PT BPR ARISMENTARI AYU ke calon nasabah dilakukan secara rutin | | | | | |
| 2 | Materi yang disampaikan petugas saat sosialisasi menarik minat saya untuk mengambil kredit di PT BPR ARISMENTARI AYU | | | | | |
| 3 | Brosur mengenai kredit PT BPR ARISMENTARI AYU yang dibagikan sangat representative | | | | | |
| 4 | Sosialisasi dilakukan melalui kunjungan dari rumah ke rumah membuat saya lebih mengetahui berbagai informasi mengenai kredit di PT BPR ARISMENTARI AYU | | | | | |
| 5 | Waktu dalam pemberian sosialisasi cukup untuk membuat saya memahami isi materi | | | | | |

Promosi

Kepuasan

| No Responden | Promosi | | | | | | Kepuasan | | | | | |
|-----------------|---------|---|---|---|---|--------|----------|---|---|---|---|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Jumlah | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Jumlah |
| 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 20 |
| 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 21 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 7 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 9 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 21 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 12 |
| 10 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 20 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 12 |
| 12 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 14 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 17 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 18 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 19 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 21 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 17 |
| 23 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 22 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 24 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 25 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 |

| | | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|---|---|---|---|---|----|
| 27 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 28 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 29 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 30 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 20 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 20 |
| 31 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 20 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 33 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 23 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 20 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 35 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 36 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 37 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 38 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 40 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |

Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Standardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-----------------------|
| N | | 40 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,98709623 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,117 |
| | Positive | ,112 |
| | Negative | -,117 |
| Test Statistic | | ,117 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,175 ^c |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji validasi kepuasan nasabah

Correlations

| | | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | Kepuasan nasabah |
|------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------------------|
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,291 | ,540** | ,405** | ,485** | ,735** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,069 | ,000 | ,010 | ,002 | ,000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| P2 | Pearson Correlation | ,291 | 1 | ,462** | ,540** | ,516** | ,749** |
| | Sig. (2-tailed) | ,069 | | ,003 | ,000 | ,001 | ,000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| P3 | Pearson Correlation | ,540** | ,462** | 1 | ,234 | ,415** | ,722** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,003 | | ,146 | ,008 | ,000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| P4 | Pearson Correlation | ,405** | ,540** | ,234 | 1 | ,638** | ,739** |
| | Sig. (2-tailed) | ,010 | ,000 | ,146 | | ,000 | ,000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| P5 | Pearson Correlation | ,485** | ,516** | ,415** | ,638** | 1 | ,801** |
| | Sig. (2-tailed) | ,002 | ,001 | ,008 | ,000 | | ,000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| kepuasan_nasabah | Pearson Correlation | ,735** | ,749** | ,722** | ,739** | ,801** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji reliabilitas kepuasan nasabah

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| ,802 | ,805 | 5 |

Koefisien determinasi

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,482 ^a | ,232 | ,212 | 3,134 |

a. Predictors: (Constant), promosi_kredit

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,482. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,232, yang mengandung arti bahwa pengaruh variabel bebas (promosi kredit) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) adalah sebesar 23,2%.

Persamaan regresi

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 28,053 | 2,588 | | 10,839 | ,000 |
| | promosi_kredit | -,502 | ,148 | -,482 | -3,387 | ,002 |

a. Dependent Variable: kepuasan_nasabah

$$Y = 28,053 - 0,502 X$$

1. Nilai konstanta sebesar 28,053 yang menunjukkan bahwa jika promosi kredit sebesar 0 satuan maka kepuasan nasabah sebesar 28,053
2. Nilai koefisien regresi sebesar -0,502 menunjukkan bahwa setiap peningkatan promosi kredit sebesar 1 satuan dapat menyebabkan peningkatan kepuasan nasabah sebesar -0,502

Hasil uji hipotesis

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 28,053 | 2,588 | | 10,839 | ,000 |
| | promosi_kredit | -,502 | ,148 | -,482 | -3,387 | ,002 |

a. Dependent Variable: kepuasan_nasabah

d. Dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} :

Cara mencari t_{tabel} : $df = n - k = 40 - 2 = 38$

$$\alpha = 5\% = 0,05$$

Berdasarkan hasil uji t dengan melihat nilai t_{hitung}

menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-3,387 > t_{tabel} 2,024$

Maka menunjukkan bahwa promosi kredit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

- e. Dengan menggunakan angka signifikansi (tingkat signifikansi 95%)

Berdasarkan hasil uji t dengan melihat angka signifikansi menunjukkan nilai sig. Sebesar $0,002 < \alpha 0,05$ maka Maka menunjukkan bahwa promosi kredit berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Uji validasi promosi kredit

Correlations

| | | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | promosi_kredit |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------|
| P1 | Pearson Correlation | 1 | ,170 | ,508** | ,274 | ,450** | ,645** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,293 | ,001 | ,087 | ,004 | ,000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| P2 | Pearson Correlation | ,170 | 1 | ,459** | ,231 | ,538** | ,643** |
| | Sig. (2-tailed) | ,293 | | ,003 | ,152 | ,000 | ,000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| P3 | Pearson Correlation | ,508** | ,459** | 1 | ,433** | ,551** | ,806** |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 | ,003 | | ,005 | ,000 | ,000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| P4 | Pearson Correlation | ,274 | ,231 | ,433** | 1 | ,569** | ,700** |
| | Sig. (2-tailed) | ,087 | ,152 | ,005 | | ,000 | ,000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |

| | | | | | | | |
|----------------|---------------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| P5 | Pearson Correlation | ,450* | ,538** | ,551** | ,569** | 1 | ,860** |
| | Sig. (2-tailed) | ,004 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| promosi_kredit | Pearson Correlation | ,645* | ,643** | ,806** | ,700** | ,860** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).