

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek/Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan Bank Jatim

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk (“Bank Jatim”) didirikan dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur pada tanggal 17 Agustus 1961 dengan akta yang dibuat oleh Notaris Anwar Mahajudin, No. 91 tanggal 17 Agustus 1961. Adanya Undang-Undang No. 13 tahun 1962 tentang Ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, yang mengharuskan Bank Pembangunan Daerah didirikan dengan Peraturan Pemerintah Daerah, maka Pemerintah Daerah Tingkat I Jawa Timur mengeluarkan Peraturan Daerah No. 2 tahun 1976. Atas dasar peraturan daerah tersebut, nama PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur diubah menjadi Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur.

Peraturan Pemerintah Daerah tersebut disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dalam Surat Keputusan No.Pem.10/5/26-18 tanggal 31 Januari 1977 dan diumumkan dalam Lembaran Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Timur Tahun 1977 Seri C No.I/c tanggal 1 Februari 1977. Peraturan Daerah tersebut mengalami beberapa kali perubahan, dan yang terakhir diubah dengan Peraturan Daerah No. 11 tahun 1996, tanggal 30 Desember 1996 yang disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Surat Keputusan No. 584.35-280 tanggal 21 April 1997. Pengesahan Peraturan Daerah No. 1 tahun 1999 oleh DPRD Propinsi Jawa Timur tanggal 20 Maret 1999, dan oleh

Menteri Dalam Negeri dengan Surat Keputusan No. 584.35-317 tanggal 14 April 1999, maka bentuk hukum Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur diubah dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas.

Perubahan status bentuk hukum tersebut sesuai dengan akta No. 1 tanggal 1 Mei 1999 yang dibuat oleh Notaris R. Sonny Hidayat Julisty, S.H., dan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. C2.8227.HT.01.01.TH.99 tanggal 5 Mei 1999 serta diumumkan dalam Lembaran Berita Negara Republik Indonesia tanggal 25 Mei 1999 No. 42, Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 3008/1999. Seiring dengan perkembangan perekonomian dan dalam rangka memenuhi persyaratan sebagai BPD Regional Champion yang salah satu parameternya adalah untuk memperkuat permodalan, maka dilakukan perubahan Anggaran Dasar Perseroan berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Rapat Umum Luar Biasa Perseroan Terbatas Nomor 89 tanggal 25 April 2012, dibuat oleh Notaris Fathiah Helmi, S.H., di Jakarta yang telah memperoleh persetujuan dari Kementerian Hukum dan HAM berdasarkan Surat Keputusan Nomor AHU-22728.AH.01.02. Tahun 2012 tanggal 30 April 2012, telah didaftarkan dalam Daftar Perseroan sesuai dengan Undang-Undang Perseroan Terbatas dengan Nomor AHU-0038044.AH.01.09 Tahun 2012 Tanggal 30 April 2012 serta berdasarkan Surat Keputusan Bapepam tanggal 29 Juni 2012 dinyatakan efektif untuk pernyataan pendaftaran dan berubah menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Bank mulai melakukan kegiatan operasional sesuai Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. BUM 9-4-5 pada tanggal 15 Agustus

1961. Sedangkan Unit Usaha Syariah (UUS) dibentuk dan mulai beroperasi sejak tanggal 21 Agustus 2007 sesuai dengan surat Persetujuan Prinsip Pendirian UUS dari Bank Indonesia No. 9/75/DS/Sb tanggal 4 April 2007 Entitas induk terakhir dari Bank adalah Pemerintah Propinsi Jawa Timur Bank memperoleh ijin untuk beroperasi sebagai Bank Devisa berdasarkan SK Direksi Bank Indonesia (“BI”) No 23/28/KEP/DIR tanggal 2 Agustus 1990. Sesuai dengan Pasal 3 Anggaran Dasar Bank tersebut, ruang lingkup kegiatan Bank adalah menjalankan kegiatan usaha di bidang perbankan, termasuk perbankan berdasarkan prinsip Syariah serta kegiatan perbankan lainnya yang lazim sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Tugas utama Bank adalah ikut mendorong pertumbuhan potensi ekonomi daerah melalui Peran sertanya dalam mengembangkan di sektor-sektor usaha kredit kecil dan menengah dalam rangka memperoleh laba yang optimal. Kegiatan utamanya yaitu menghimpun dan menyalurkan dana serta memberikan jasa-jasa perbankan lainnya. Dalam tujuan untuk lebih menguatkan partisipasi Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya untuk meningkatkan daya saing bangsa dalam bidang keuangan, maka perusahaan menyusun visi, misi dan tujuan Bank Jatim.

Visi Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya: Bank Jatim menjadi “Bank Regional terbaik”

Misi Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya:

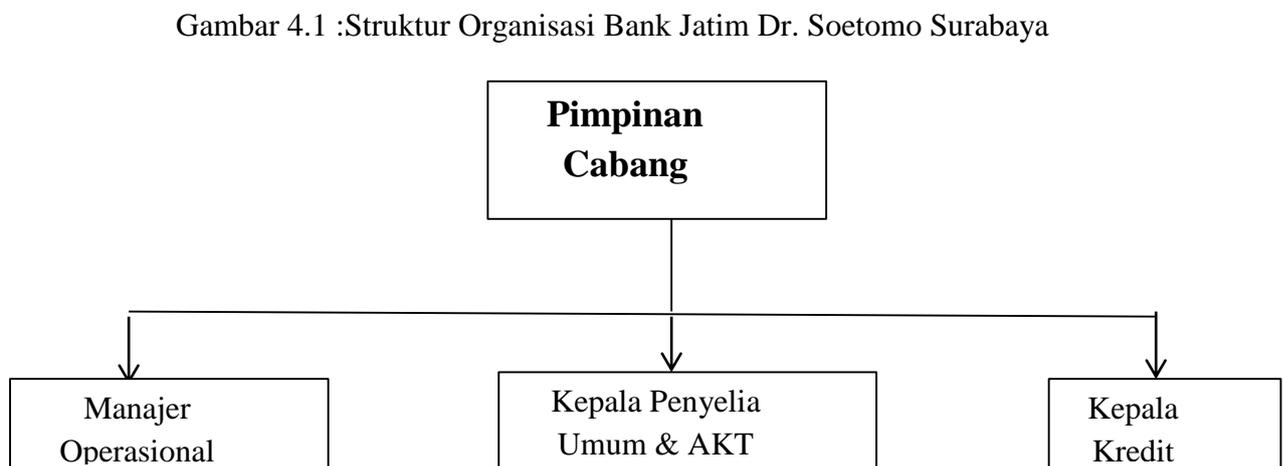
1. Meningkatkan pangsa pasar.

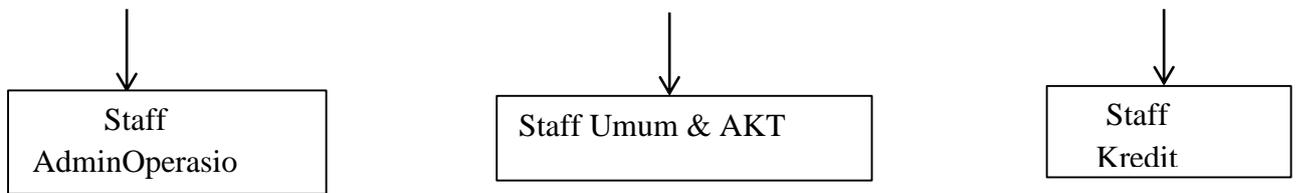
2. Meningkatkan profesionalisme, memiliki integritas yang tinggi dan berorientasi pada kebutuhan pasar.
3. Memberikan nilai yang optimal bagi Pemangku Kepentingan (stakeholder) dan Pemegang Saham (shareholder).
4. Memfasilitasi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah.
5. Mendorong pertumbuhan ekonomi Jawa Timur

2. Struktur Organisasi Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya

Struktur organisasi tersebut disusun sebagai kerangka kerja untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu perusahaan tertentu. Tujuan dapat tercapai apabila terdapat suatu sistem organisasi yang jelas dengan pembagian tugas, wewenang serta tanggung jawab masing-masing sehingga tidak menimbulkan permasalahan dalam melaksanakan kegiatan perusahaan.

Struktur organisasi yang digunakan Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya yaitu struktur organisasi terdapat wewenang yang disampaikan secara langsung oleh kepala pimpinan kepada bagian yang ditentukan pada masing-masing bagian. Struktur organisasi Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya dapat dilihat sebagai berikut:





(Sumber: Data Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya 2019)

Adapun tugas di masing-masing bidang antara lain:

a) Pimpinan

Pimpinan mempunyai tugas untuk 1) Menentukan prosedur kegiatan perusahaan pada masing-masing karyawan untuk mencapai sasaran yang diinginkan perusahaan. 2) Melakukan pengawasan dan mengkoordinir kegiatan dari setiap bawahannya. 3) Mengadakan pengangkatan, pemberhentian, mutasi (pemindahan) karyawan beserta gajinya. 4) Bertanggung jawab terhadap kelancaran operasional perusahaan.

b) Kepala Penyelian Umum

Bertugas sebagai 1) Merencanakan kegiatan yang menjadi tugasnya. 2) Mengkoordinasikan kegiatan dan tugas agar berjalan lancar. 3) Memastikan setiap bawahannya melakukan pekerjaan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan.

c) Kepala Kredit

Tugas yang diberikan kepada bagian kepala kredit dalam perbankan adalah; 1) Menyalurkan dana kredit untuk meningkatkan usaha-usaha kecil yang ada. 2) Kepala bagian kredit bertanggung jawab dalam mengkoordinasi dan menghimpun tugas-tugas yang dilakukan oleh

bawahannya, antara lain: mengatur pembiayaan kredit disector usaha yang produktif dan segala kegiatan pedan memberikan pengarahan kepada calon debitur baru mengenai syarat-syarat dan prosedur dalam pengajuan kredit. 3) mengecek ketentuan dan menganalisis laporan yang diberikan oleh calon debitur tentang usaha yang dimilikinya.

d) Staff Admin Operasional

Bertugas sebagai menjalankan kegiatan operasional yang ada di Bank Jatim sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan, membuat pembukuan perusahaan harian maupun tahunan, dan melakukan pengecekan dan memastikan teller dalam melayani transaksi.

e) Staff Umum & AKT

Staff umum dan akt diberikan kepercayaan untuk membantu tugas-tugas yang diberikan oleh koordinator keuangan dan umum, melakakukan penyelenggaraan administrasi kantor, dan menyusun anggaran yang dibutuhkan oleh kantor.

f) Staff Kredit

Bagian ini memiliki tugas sebagai; 1) Menerima berkas dokumen permohonan pengajuan kredit yang telah disetujui oleh pejabat atau yang mempunyai wewenang untuk direalisasikan. 2) Memastikan bahwa semua dokumen kredit sudah sesuai dengan ketentuan Bank Jatim. 3) Menyusun dokumentasi kredit dan membuat jadwal untuk memulai proses akad kredit. 4) Memberikan pelayanan kepada calon debitur untuk memberikan penjelasan mengenai proses pengajuan kredit sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian melakukan penyebaran kuisisioner terhadap 80 responden debitur kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya dengan berbagai karakteristik yang telah ditetapkan sebelumnya. Karakteristik debitur kredit laguna dalam penelitian ini dapat dilihat dari usia, pendapatan, pekerjaan dan pendidikan terakhir.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik debitur Bank Jarim Dr. Soetomo Surabaya yang menggunakan kredit laguna berdasarkan usia pada debiturnya. Hasil pengujian distribusi frekuensi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 4.1 : karakteristik usia responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ≥ 6	9	11.3	11.3	11.3
≥65	1	1.3	1.3	12.5
35-45	3	3.8	3.8	16.3
46-55	32	40	40	56.3
56-65	35	43.8	43.8	100
Total	80	100	100	

(Sumber: data primer diolah 2019)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa debitur Bnak Jtaim Dr. Soetomo Surabaya adalah didomonasi pada usia 56-65 tahun sebanyak 35

debitur dengan jumlah presentasi sebesar 43.8% sedangkan debitur paling sedikit adalah pada usia lebih dari 65 tahun yaitu sebanyak 1 debitur dengan presentase sebesar 1,3%.

2. Pendapatan

Karakteristik debitur Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya yang menggunakan kredit laguna berdasarkan pendapatan pada debiturnya. Hasil pengujian distribusi frekuensi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Dari tabel di bawah menunjukkan hasil bahwa distribusi frekuensi yang berhubungan dengan pendapatan debitur pada Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya. Tingkat tertinggi adalah berpenghasilan sebesar Rp. 5.000.000-Rp. 10.000.000 sebanyak 37 debitur dengan jumlah presentasi sebesar 46,3% dan yang paling rendah adalah mereka yang berpendapatan sebesar Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000 sebanyak 1 debitur dengan presentase sebesar 1,3%.

Tabel 4.2 : Karakteristik Pendapatan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
≥ 10.000.000	5	6.3	6.3	6.3
≥ 3.000.000	12	15	15	21.3
3.000.000-5.000.000	1	1.3	1.3	22.5
3.000.000-4.000.000	2	2.5	2.5	25
3.000.000-5.000.00	1	1.3	1.3	26.3
3.000.000-5.000.000	21	26.3	26.3	52.5
5.000.000-10.000.000	1	1.3	1.3	53.8
5.000.000-10.000.000	37	46.3	46.3	100

Total	80	100	100	
-------	----	-----	-----	--

(Sumber: data primer diolah 2019)

3. Pekerjaan

Karakteristik debitur Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya yang menggunakan kredit laguna berdasarkan pendapatan pada debiturnya. Hasil pengujian distribusi frekuensi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Dari tabel di bawah menunjukkan hasil bahwa distribusi frekuensi yang berhubungan dengan pekerjaan debitur pada Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya. Tingkat tertinggi adalah berprofesi sebagai pegawai negeri sebanyak 30 debitur dengan jumlah presentasi sebesar 37,5% dan yang paling rendah adalah mereka yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 1 debitur dengan presentase sebesar 1,3%.

Tabel 4.3 : Karakteristik Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAIN-LAIN	6	7.5	7.5
	PEGAWAI NEGERI	30	37.5	45
	PEGAWAI SWASTA	22	27.5	72.5
	PEGWAI SWASTA	1	1.3	73.8
	WIRASWASTA	21	26.3	100
	Total	80	100	100

Sumber: data primer diolah 2019

4. Pendidikan Terakhir

Karakteristik debitur Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya yang menggunakan kredit laguna berdasarkan pendapatan pada debiturnya. Hasil

pengujian distribusi frekuensi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Tabel 4.4 : Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden

		Freque ncy	Perc ent	Vali d Perc ent	Cumul ative Percen t
V ali d	DIPLOMA	7	8.8	8.8	8.8
	LAIN- LAIN	15	18.8	18.8	27.5
	S1	8	10	10	37.5
	SARJANA	14	17.5	17.5	55
	SMA/sede rajat	36	45	45	100
	Total	80	100	100	

(Sumber: data primer diolah 2019)

Dari tabel diatas menunjukkan hasil bahwa distribusi frekuensi yang berhubungan dengan pendidikan terakhir debitur pada Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya. Tingkat tertinggi adalah SMA/ sederajat sebanyak 36 debitur dengan jumlah presentasi sebesar 45,0% dan yang paling rendah adalah mereka dengan tingkat pendidikan terakhir adalah diploma sebanyak 7 debitur dengan presentase sebesar 8,8%.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan sebagai salah satu alat ukur yang sah atau valid tidaknya suatu koesioner dan uji signifikasi juga dilakukan denagn melakukan perbandingan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r adalah positif, maka dalam setiap butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5 Uji validitas

Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	SIG	Keputusan
Advertising (X ₁)	X1.1	0,419	0,220	000	VALID
	X1.2	0,297	0,220	004	VALID
	X1.3	0,344	0,220	002	VALID
Sales Promotion (X ₂)	X2.1	0,308	0,220	003	VALID
	X2.2	0,298	0,220	004	VALID
	X2.3	0,221	0,220	003	VALID
Personal Selling (X ₃)	X3.1	0,423	0,220	000	VALID
	X3.2	0,361	0,220	001	VALID
	X3.3	0,362	0,220	001	VALID
Publicity (X ₄)	X4.1	0,352	0,220	001	VALID
	X4.2	0,368	0,220	001	VALID
	X4.3	0,287	0,220	002	VALID
Pengambilan Kredit Laguna (Y)	X5.1	0,380	0,220	001	VALID
	X5.2	0,216	0,220	004	VALID
	X5.3	0,251	0,220	002	VALID

(Sumber: Data diolah 2019)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai tingkat konsistensi dari instrumen penelitian yang sedang dilakukan. Sebuah instrument dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach alpha* berada di atas nilai 0,06 . hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6

Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	53,40	11,863	,225	,368
X1.2	53,38	12,668	,097	,405
X1.3	53,78	12,202	,154	,389
X2.1	53,35	12,357	,128	,397

X2.2	53,55	12,504	,074	,414
X2.3	53,90	12,901	,060	,413
X3.1	53,46	11,821	,223	,368
X3.2	53,56	12,199	,162	,387
X3.3	53,55	12,099	,184	,380
X4.1	53,90	12,218	,177	,383
X4.2	53,50	12,228	,188	,380
X4.3	53,20	12,592	,110	,401
Y1	53,65	12,078	,172	,383
Y2	53,33	13,159	-,015	,436
Y3	53,23	12,885	,056	,415

(Sumber: Data Primer diolah 2019)

Tabel di atas menunjukkan hasil bahwa pernyataan dalam koesioner adalah reliabel karena menghasilkan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan dari koesioner yang digunakan mampu memberikan data yang konsisten yang berarti apabila pertanyaan tersebut diajukan kembali maka akan diperoleh jawaban yang sama dengan pertanyaan sebelumnya.

2. Pengaruh *Promotional Mix* Terhadap Pengambilan kredit laguna Bank

Jatim Dr. Soetomo Surabaya

a) Uji Asumsi Klasik

uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui bahwa ada atau tidaknya multikolinearitas, heterokedastisitas dan normalitas. Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik, jika model tersebut menunjukkan bahwa terbebas dari asumsi klasik

statistic. Dalam hal ini tidak dibahas uji autokorelasi, karena data yang digunakan bukan bersifat *time series* atau *cross section*.

1. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel independen yang memiliki tingkat kemiripan dengan variabel independen lainnya yang ada dalam satu model. Hal ini dapat dilakukan dengan melihat hasil nilai dari *Tolerance* dan nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tabel 4.7

Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8,406	1,895		4,436	,000		
1 advertising	,202	,109	,219	1,862	,067	,899	1,113
sales promotion	,016	,107	,017	,150	,881	,932	1,073
personl selling	,071	,104	,081	,682	,497	,881	1,135
Publicity	,008	,109	,009	,077	,939	,917	1,091

a. Dependent Variable: pengambilan kredit

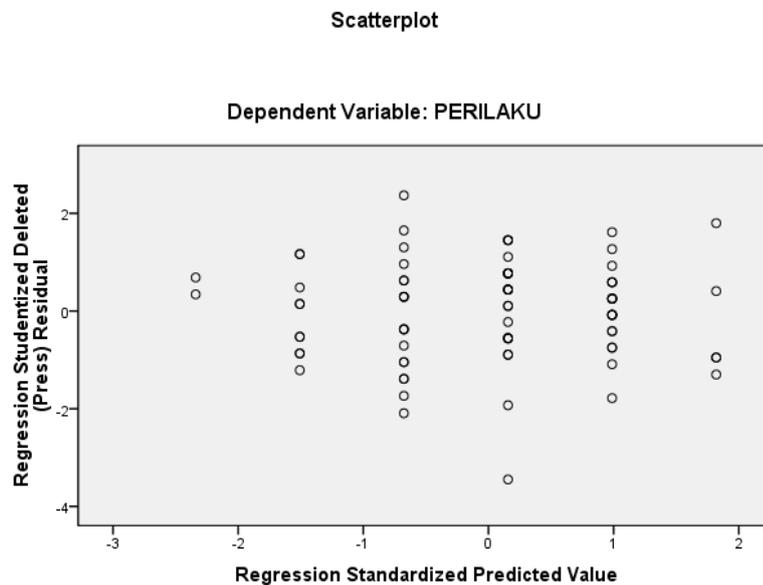
(Sumber: Data diolah 2019)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* mendekati angka 1 yaitu 0,899 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 untuk setiap variabelnya menunjukkan nilai yang berbeda-beda. Maka dalam hasil ini menunjukkan bahwa dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variable

independan (X) atau bebas dari multikolinieritas. Sehingga seluruh variabel independen dapat digunakan sebagai penelitian.

2. Heteroskedastisitas

model diagram pencar digunakan sebagai untuk memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Analisis diagram pencar yang dinyatakan bahwa pada model regresi linear berganda jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (melebar kemudia menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Apabila tidak ada pola yang jelas, seperti titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas diagram pencar pada model regresi. Hasil heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.8 Gambar Scatterplot

(Sumber: Data diolah 2019)

3. Normalitas

Uji normalitas digunakan sebagai alat menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,1619091
	Absolute	,070
Most Extreme Differences	Positive	,038
	Negative	-,070
Kolmogorov-Smirnov Z		,630
Asymp. Sig. (2-tailed)		,823

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

(Sumber: Data diolah 2019)

Berdasarkan hasil dari uji normalitas di atas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test memperoleh hasil signifikan sebesar $0,823 > 0,05$ (5%), maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

b) Persamaan Regresi Linier Berganda

Perhitungan regresi linier berganda antara *Promotional Mix* terhadap pengambilan perilaku nasabah Bank Jatim Dr. Soeromo

Surabaya menggunakan program SPSS 21 dalam proses perhitungannya mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	8,406	1,895		4,436	,000
1	X1	,202	,109	,219	1,862	,067
	X2	,016	,107	,017	,150	,881
	X3	,071	,104	,081	,682	,497
	X4	,008	,109	,009	,077	,939

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data diolah 2019)

$$Y = 8,406 + 202 X_1 + 016 X_2 + 071 X_3 + 008 X_4 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda memberikan penjelasan bahwa:

- a. *Advertising* (X_1) memiliki hasil koefisien sebesar 0,202. Hal ini menunjukkan bahwavariabel *Advertising* (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya.
- b. *Sales Promotion* (X_2) memiliki hasil koefisien sebesar 0,016. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Sales Promotion* (X_2) memiliki

pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengambilan kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya.

c. *Personal Selling* (X_3) memiliki hasil koefisien sebesar 0,071. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Sales Promotion* (X_2) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengambilan kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya.

d. *Publicity* (X_4) memiliki hasil koefisien sebesar 0,008. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Sales Promotion* (X_2) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap pengambilan kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya.

c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.11

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,257 ^a	,066	,016	1,192

a. Predictors: (Constant), X_4 , X_2 , X_1 , X_3

b. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data diolah 2019)

Berdasarkan *output* yang dihasilkan di atas menghasilkan nilai R sebesar 0,257 hal ini menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antar faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan kredit

laguna adalah sangat kuat karena $> 0,05$. Nilai *R square* sebesar 0,066 atau 06,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X_1 , X_2 , X_3 dan X_4 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y yaitu sebesar 06,6%.

d) Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah *advertising*, *personal selling*, *sales promotion* dan *publicity* berpengaruh terhadap pengambilan kredit laguna. Hasil pengolahan dari uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12

Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,535	4	1,884	1,325	,269 ^b
	Residual	106,653	75	1,422		
	Total	114,188	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X1, X3

(Sumber: Data diolah 2019)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} dengan tingkat yang signifikansinya yaitu sebesar 0,269 (di atas 0,05) sebesar 1,325. sesuai dengan tingkat signifikasinnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti variabel independen yaitu *Promotional Mix* berpengaruh

secara simultan terhadap variabel dependen yaitu pengambilan kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya.

1) Uji T (Parsial)

Dilakukan pengolahan uji T adalah sebagai salah satu cara untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditunjukkan kepada masing-masing variable independen secara individual (parsial) terhadap variable dependen.

Tabel 4.13

Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,406	1,895		4,436	,000
1 X1	,202	,109	,219	1,862	,067
X2	,016	,107	,017	,150	,881
X3	,071	,104	,081	,682	,497
X4	,008	,109	,009	,077	,939

a. Dependent Variable: Y

(Sumber: Data diolah 2019)

Berdasarkan perhitungan uji regresi linier berganda yang terdapat pada tabel 4.13 menghasilkan pengertian bahwa:

a. Nilai $t_{\text{hitung}} (1,862) < (1,98969)$ dan nilai signifikan $0,067 > 0,05$, maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Advertising* (X_1) memiliki pengaruh secara simultan tetapi signifikan terhadap pengambilan kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya.

- b. Nilai t_{hitung} (0,150) < (1, 98969) dan nilai signifikan 0,017 > 0,05, maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Sales Promotion* (X_2) memiliki pengaruh secara simulyan tetapi signifikan terhadap pengambilan kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya.
- c. Nilai t_{hitung} (0,682) < (1, 98969) dan nilai signifikan 0,081 > 0,05, maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Personal Selling* (X_3) memiliki pengaruh secara simultan tetapi signifikan terhadap pengambilan kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya.
- d. Nilai t_{hitung} (0,077) < (1, 98969) dan nilai signifikan 0,009 > 0,05, maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *Publicity* (X_4) memiliki pengaruh seacara parsial tetapi signifikan terhadap pengambilan kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya.

c) Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis yang akan digunakan untuk melihat tingkat pengaruh bauran *Promotional mix* terhadap pengambilan kredit laguna Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya secara keseluruhan dan parsial adalah sebagai berikut:

D. Pembahasan

1. Strategi Promotional Mix Kredit Laguna

a. Advertising (iklan)

Periklanan (*Advertising*) merupakan langkah yang paling utama digunakan untuk setiap organisasi atau perusahaan dalam mempromosikan produk yang dimilikinya supaya dikenal oleh masyarakat sekitar. Iklan merupakan komunikasi yang tidak langsung berdasarkan informasi atas keunggulan atau keuntungan suatu produk yang dihasilkan tersebut, sehingga mampu memberikan rasa puas kepada debitur untuk mengubah pemikiran dan melakukan pembelian atau pemakaian jasa. Untuk mempromosikan Kredit Laguna, Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya melakukan strategi promosi dengan memasang iklan diberbagai media elektronik dan media cetak. Pada media elektronik Kredit Laguna memasang iklan di saluran radio, televisi dan lainnya. Sedangkan dalam media cetak Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya memasang banner ditempat-tempat tertentu dan membagikan stiker kepada calon debitur serta iklan di Koran, tabloid dan majalah-majalah. (Sumber: hasil wawancara dengan Miftahul Utomo, Kepala Kredit Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya, 2019).

b. Personal Selling (Penjualan Perorangan)

Penjualan Perorangan (*Personal selling*) merupakan kegiatan berkomunikasi secara langsung atau bertatap muka dengan calon debitur yang dilakukan dengan cara mengikuti pameran diberbagai tempat supaya lebih memudahkan dalam menarik

debitur untuk menggunakan produk yang dimiliki oleh Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya terutama produk Kredit Laguna. (Sumber: hasil wawancara dengan Miftahul Utomo, Kepala Kredit Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya, 2019).

b. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)

Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) merupakan bentuk ajakan atau bujukan secara langsung kepada calon debitur melalui berbagai insentif yang dapat diukur untuk melakukan pembelian atau pemakaian produk dengan segera meningkatkan jumlah barang dan jasa. Melalui promosi penjualan suatu perusahaan dapat menarik calon debitur baru bahkan mengalahkan pesaing lainnya. Adapun promosi penjualan yang dilakukan oleh Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya adalah sharing secara langsung kepada debitur untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan yang mereka butuhkan, memberikan edukasi seperti memberikan pelatihan pencatatan laporan keuangan dengan baik dan memberikan bimbingan mengenai tempat perusahaan yang dapat memberikan mereka keuntungan lebih dalam melakukan usahanya serta melakukan perbandingan dengan produk pesaing dan melakukan evaluasi disetiap kegiatan promosi yang telah dilakukan supaya selanjutnya dapat lebih baik lagi dan tidak mengecewakan debitur. (Sumber: hasil wawancara dengan Miftahul Utomo, Kepala Kredit Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya, 2019)

c. *Publicity* (Publisitas)

Publisitas (*Publicity*) yang dilakukan oleh Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya adalah mengarah pada pemanfaatan jasa perbankan untuk mengetahui perilaku konsumen itu sendiri. Salah satu contoh publisitas yang dilakukan oleh Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya adalah prestasi yang dimiliki oleh perusahaan Bank Jatim sebagai Bank Jawa Timur sebagai kegiatan pelayanan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan yang mereka butuhkan dalam bidang keuangan. (Sumber: hasil wawancara dengan Miftahul Utomo, Kepala Kredit Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya, 2019).

Kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan oleh Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya dilakukan untuk mengajak calon debitur baru dengan menggunakan bauran *promotional mix* supaya calon debitur bersedia untuk menggunakan produk yang ada di Bank Jatim terutama kredit laguna. Dan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh yang nyata dari bauran *promotional mix* terhadap pengambilan kredit laguna.

Kegiatan yang perlu dilakukan oleh Bank Jatim Dr. Soetomo Surabaya yang berhubungan dengan variabel *publicity* sebagai bauran promosi yang berpengaruh terhadap peningkatan pengambilan kredit laguna, yaitu manajemen Bank Jatim perlu mengadakan acara seperti bazar, pameran di media elektronik dan media lainnya terkait kegiatan-kegiatan positif.

