BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Sejarah perusahaan

PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk atau Adira Finance didirikan pada tahun 1990 dan mulai beroperasi pada tahun 1991. Sejak awal, Adira Finance berkomitmen untuk menjadi perusahaan pembiayaan terbaik dan terkemuka di Indonesia. Adira Finance hadir untuk melayani beragam pembiayaan seperti kendaraan bermotor baik baru maupun bekas. Melihat adanya potensi ini, Adira Finance mulai melakukan penawaran umum melalui sahamnya pada tahun 2004 dan Bank Danamon menjadi pemegang saham mayoritas sebesar 75%. Melalui beberapa tindakan korporasi, saat ini Bank Danamon memiliki kepemilikan saham sebesar 92,07% atas Adira Finance. Adira Finance pun menjadi bagian Temasek Holdings yang merupakan perusahaan investasi plat merah asal Singapura.

Perusahaan didirikan dengan nama PT Adira Dinamika Multi Finance berdasarkan Akta Pendirian No. 131 tanggal 13 Nopember 1990, dibuat di hadapan Misahardi Wilamarta, SH., Notaris di Jakarta, dan telah mendapat pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusannya No. C2-19.HT.01.01.TH.91 tanggal 8 Januari1991, dan didaftarkan dalam register untuk maksud itu yang berada di Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan di bawah No. 34/Not.1991/PN.JKT.SEL pada tanggal 14 Januari 1991, serta diumumkan dalam Tambahan No. 421 Berita Negara Republik Indonesia No. 12 tanggal 8 Pebruari 1991.

Dalam rangka Penawaran Umum Perdana Saham Perusahaan pada tahun 2004, Anggaran Dasar Perusahaan telah diubah seluruhnya sebagaimana termaktub dalam Akta Pernyataan Keputusan Seluruh Pemegang Saham PT Adira Dinamika Multi Finance No.13 tanggal 26 Januari 2004, dibuat di hadapan Fathiah Helmi, SH., Notaris di Jakarta, yang telah disetujui oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusannya No. C-02207 HT 01.04 TH 2004 tanggal 29 Januari 2004 dan telah dilaporkan kepada Menteri yang sama sebagaimana ternyata dari Surat Penerimaan Laporan Akta Perubahan Anggaran Dasar PT Adira Dinamika Multi Finance Tbk No. C-02208 HT 01.04 TH 2004 tanggal 29 Januari 2004, serta didaftarkan padatanggal 6 Pebruari 2004 dalam Daftar Perusahaan pada Suku Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kodya Jakarta Selatan selaku Kantor Pendaftaran Perusahaan Daerah Tingkat II dengan No. Agenda Pendaftaran 112 RUB.09.03/II/2004 dan No.TDP 09.03.1.66.10384, dan diumumkan dalam Tambahan No. 1990 Berita Negara Republik Indonesia No. 16 tanggal 24 Pebruari 2004.

Sehubungan dengan Penawaran Umum Saham Perusahaan pada tahun 2004 tersebut, Perusahaan telah mendapatkan pernyataan efektif dari Ketua Bapepam melalui Surat No.S-657/PM/2004 tanggal 23 Maret 2004 untuk melakukan Penawaran Umumatas Rp.100.000.000 saham dengan nilai nominal Rp100 per saham, yang merupakan saham yang dimiliki oleh para pemegang saham Perusahaan pada waktu itu. Pada 2012, Adira Finance menambah ruang lingkup kegiatannya dengan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah. Demi memberikan pengalaman layanan pembiayaan yang maksimal, perusahaan pun

mulai menyediakan pembiayaan durables bagi konsumennya. Hingga tahun 2015, Adira Finance mengoperasikan 558 jaringan usaha di seluruh Indonesia dengan didukung oleh lebih dari 21 ribu karyawan, untuk melayani 3 juta konsumen dengan jumlah piutang yang dikelola lebih dari Rp40 triliun Perusahaan berkedudukan di Jakarta Selatan dengan Kantor Pusat di The Landmark I, Lantai 26-31, Jl. JenderalSudirman No. 1, Jakarta 12910. Sampaidengantanggal 31 Mei 2016, Perusahaan memiliki 201 kantor cabang, 279 kantor perwakilan dan 64 kios yang tersebar di seluruh wilayah Republik Indonesia. Di Surabaya telah didirikan 5 cabang untuk dapat menampung kebutuhan masyarakat Surabaya, dan juga dapat memberikan pelayanan maksimal bagi para konsumennya.

Adira Finance senantiasa berupaya untuk memberikan kontribusi kepada bangsa dan negara Indonesia. Melalui identitas dan janji brand “Sahabat Setia Selamanya”, Adira Finance berkomitmen untuk menjalankan misi yang berujung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Hal itudilakukan melalui Penyediaan produk dan layanan yang beragam sesuai siklus kehidupan konsumen serta memberikan pengalaman yang menguntungkan konsumen.

2. Visi dan Misi Perusahaan

PT. Adira Dinamika Multi Finance memiliki visi dan misi dalam menjalankan perusahaan. Visi dan misi PT. Adira Dinamika Multi Finance sebagai berikut:

a. Visi

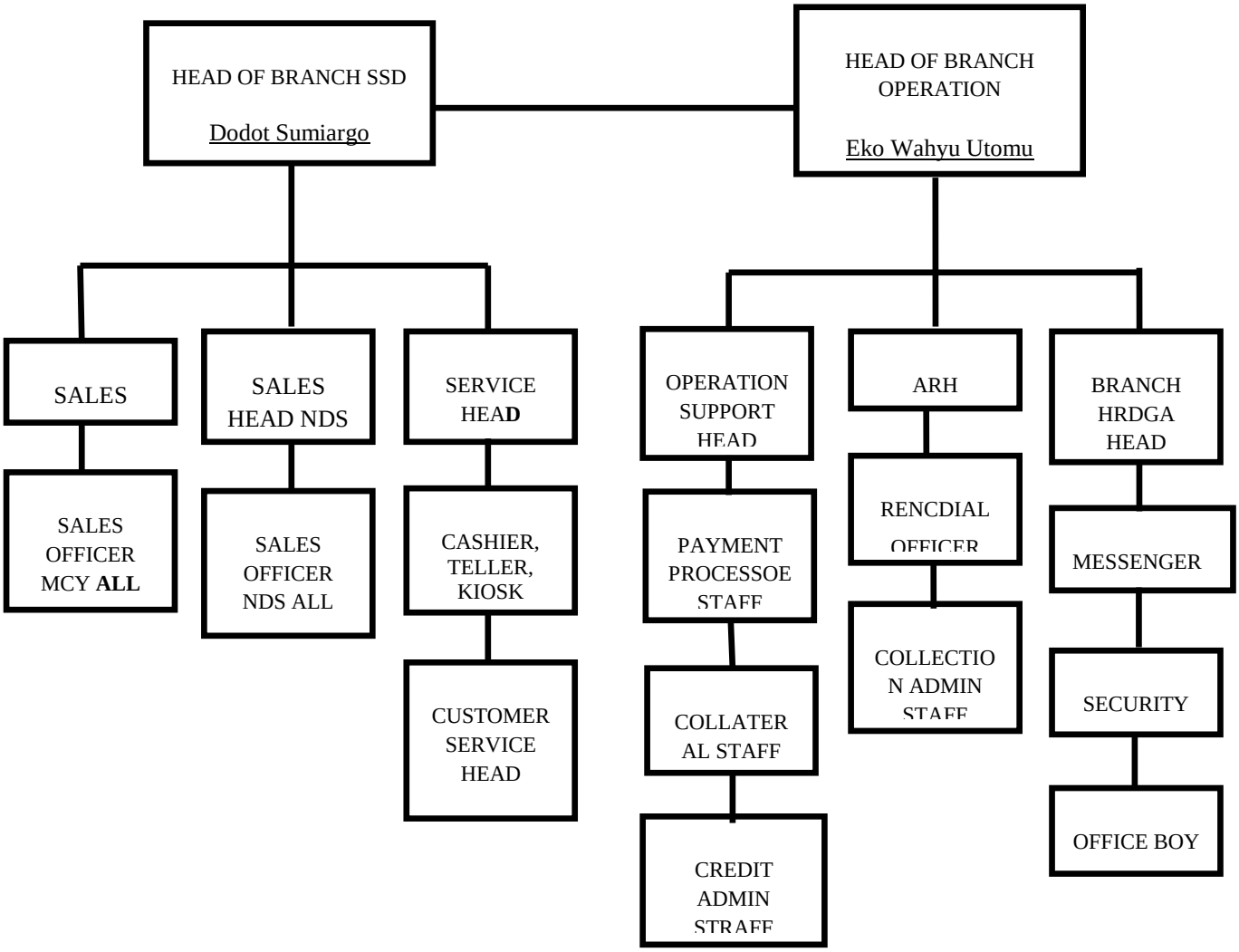
menciptakan nilai bersama demi kepentingan perusahaan dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia.

b. Misi:

1. Menyediakan produk dan layanan yang beragam sesuai dengan siklus kehidupan pelanggan.
2. Memberikan pengalaman yang menguntung kan dan bersahabat kepada pemangku kepentingan.
3. Memberdayakan komunitas untuk mencapai kesejahteraan.

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1. Struktur PT. Adira Finance



Uraian kerja (*job description*) pada perusahaan ini seperti yang digambarkan pada struktur organisasi, pada setiap bagian memiliki wewenang dan tanggung jawab yang telah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Untuk mengetahui secara lebih jelas wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian, akan diuraikan sebagai berikut:

a. Tugas Head of branch ssd

   Tugas Head of branch ssd adalah merencanakan langkah strategi cabang, mengatur penjadwalan kunjungan dan target sales untuk mencapai target penjualn secara maksimal. Berkoordinasi dengan pusat dan cabang lain untuk penentuan wilayah penjualan dan koordinasi target penjualan.

b. Tugas *Head of branch operation*

   Tugas Head of branch operation adalah memimpin perusahaan serta melakukan pengawasan dibidang operation, collection, HRD agar perusahaan cabang dapat berjalan dengan baik.

c. Tugas *operation support head*

   Tugas operation support head adalah merencanakan kegiatan baik yang menjadi tugasnya ataupun bawahannya, memberikan arahan agar pekerjaan dapat dilakukan dengan lancar dan melakukan *control* terhadap lingkungan kerjanya. Memberikan evaluasi terhadap kinerja bawahannya.

d. Tugas *branch hrdga head*

   Tugas branch hrdga head adalah melakukan analisa observasi, perencanaan dan pengambilan keputusan terkait rekrutmen training, personalia dan IT,

serta mengurus payroll gaji karyawan dan membuat laporan secara periodic kepada atasan.

4. Strategi Marketing PT. Adira Dinamika Multi Finance Surabaya

a. Promosi

Promosi yang dilakukan PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya sering melakukan promosi melalui pemberian brosur dibeberapa media, melakukan pemasaran langsung dengan istilah grebek pasar, memberikan undian berhadiah pada nasabah karena untuk mempetahankan loyalitas nasabah, promosi dengan menawarkan potongan lamanya angsuran. Promosi lain yang digunakan untuk menarik minat konsumen dengan melalui pameran ditempat tertentu yang mudah dijangkau oleh semua konsumen untuk melihat produk jasa yang ditawarkan. PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya melakukan event setiap tahun untuk memberikan kesan yang baik mengenai perusahaan kepada konsumen yang melibatkan masyarakat dengan pemberian hadiah atas prestasi tertentu.

b. Kualitas Layanan

Pelayanan yang dilakukan PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan ramah, memberikan fasilitas kantor yang nyaman dan bersih pada ruang tunggu maupun tempat parkir, pemberian jaminan asuransi pada nasabah pada ketentuan tertentu, memberikan sistem pembayaran angsuran yang mudah dengan bisa melakukan angsuran dicabang lain serta tanggapan komplain yang baik dan cepat.

B. Deskripsi hasil penelitian

1. Analisis Karakteristik Responden

a. Destribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diambil sebagai responden di PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	73	73,0	73,0	73,0
	Perempuan	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa jenis kelamin yang paling banyak adalah laki-laki sebanyak 73 atau 73% dan sisanya 27 atau 27% adalah jenis kelamin perempuan. Dengan demikian terlihat jelas bahwa yang lebih dominan adalah responden laki-laki dibandingkan dengan responden perempuan. Hal ini karena yang menggunakan jasa pembiayaan PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya memang lebih banyak atas nama laki-laki.

b. Destribusi Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia yang diambil sebagai responden di PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 tahun	4	4,0	4,0	4,0
	31-40 tahun	52	52,0	52,0	56,0
	41-50 tahun	37	37,0	37,0	93,0
	>50 tahun	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa usia yang paling banyak adalah usia 31-40 tahun sebanyak 52 atau 52% dan yang paling sedikit adalah usia 21-30 tahun sebanyak 4 atau 4%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa yang lebih dominan adalah usia 31-40 tahun dibandingkan dengan usia yang lain.

c. Destribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang diambil sebagai responden di PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	38	38,0	38,0	38,0
	Wiraswasta	47	47,0	47,0	85,0
	Lain-Lain	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan yang paling banyak adalah wiraswasta sebanyak 47 atau 47% dan 38 atau 38% adalah jenis pekerjaan PNS/TNI. Dengan demikian terlihat jelas bahwa yang lebih dominan adalah jenis pekerjaan wiraswasta dibandingkan dengan jenis pekerjaan lainnya. Hal ini karena yang menggunakan jasa pembiayaan PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya memang lebih banyak untuk pemenuhan modal usaha atau aktifitas usahanya.

2. Analisis Deskripsi Variabel

Deskripsi ini merupakan analisa terhadap variabel promosi dan kualitas layanan dan minat nasabah, dimana untuk melakukan analisa akan dilakukan berdasarkan dari hasil pernyataan responden pada masing-masing pertanyaan disetiap variabel.

a. Deskripsi Variabel Promosi (X_1)

Deskripsi terhadap variabel promosi akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai promosi PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.4
Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Promosi

No	Pertanyaan	Kategori jawaban %					Total
		STS	TS	R	S	SS	
1	PT. Adira sering melakukan promosi	19	52	22	7	0	100
2	PT. Adira selalu mengadakan event setiap tahun	52	36	10	2	0	100
3	PT. Adira sering menyebarkan brosur dibanding leasing lain	1	36	50	12	1	100
4	Pelaksanaan promosi sangat	0	76	24	0	0	100

	memuaskan						
5	Promosi yang dilakukan sesuai kualitas jasa	12	63	14	8	3	100
6	Program promosi memberikan informasi yang detail dan memuaskan	8	65	22	5	0	100
7	PT. Adira melakukan sosialisasi dg menggunakan bahasa komunikasi yang dapat dipahami konsumen	22	51	19	6	2	100
8	Program promosi sangat beragam dan kreatif	0	70	30	0	0	100
9	PT. Adira menawarkan potongan angsuran melalui pameran	0	83	17	0	0	100
10	PT. Adira memberikan hadiah yang menarik pada nasabah	5	88	7	0	0	100
11	PT. Adira melakukan penawaran (harian,mingguan,bulanan,tahunan)	17	58	21	4	0	100
12	PT. Adira melakukan undian ≥6 bulan sekali	18	54	19	7	2	100
13	PT. Adira melakukan promosi langsung (grebek pasar)	23	77	0	0	0	100
14	PT. Adira melakukan promosi ditempat yang mudah diakses konsumen	23	69	8	0	0	100
Rata-rata		14,29	62,7	18,8	3,64	0,57	100
Persentase		14%	63%	19%	4%	1%	100%

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Berdasarkan hasil penelitian diatas, variabel promosi memiliki beberapa indikator yang dapat mempengaruhi minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya. Hasil menunjukkan konsumen yang menyatakan sangat tidak setuju 14%, tidak setuju 63%, ragu-ragu 19%, setuju 4% dan sangat setuju 1% dari setiap pernyataan diatas. Dari hasil tersebut, pernyataan yang terbesar adalah penyatan tidak setuju yakni 63%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa tidak puas dengan promosi jasa PT. Adira Finance.

b. Deskripsi Variabel Kualitas Layanan (X_2)

Deskripsi terhadap variabel kualitas layanan akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai promosi PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.5
Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai kualitas layanan

No	Pertanyaan	Kategori jawaban %					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	PT. Adira memiliki fasilitas nyaman, bersih, dan rapi	7	65	14	13	1	100
2	Karyawan berpenampilan bersih dan rapi	5	66	15	11	3	100
3	PT. Adira memiliki kelengkapan alat produksi jasa yang bagus	3	25	63	7	2	100
4	Pelayanan yang diberikan sangat tepat waktu	0	50	48	2	0	100
5	Karyawan bersikap ramah dalam memberikan pelayanan pada konsumen.	1	71	25	3	0	100
6.	Kecepatan karyawan menangani komplain sangat baik.	0	44	51	5	0	100
7	Karyawan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.	0	45	55	0	0	100
8	Karyawan sigap memacahkan masalah pelanggan.	0	42	56	2	0	100
9	Produk jasa yang ditawarkan PT. Adira sangat bermutu.	7	72	9	11	1	100
10.	PT. Adira menerapkan sistem melakukan angsuran di cabang lain.	11	63	16	8	2	100
11.	PT. Adira memberikan jaminan asuransi	4	46	35	13	2	100
12.	Karyawan memberikan	0	50	48	2	0	100

	layanan dengan ramah dan sopan						
13.	Karyawan selalu memberikan perhatian	4	26	59	9	2	100
14.	Karyawan peka terhadap permasalahan nasabahnya.	1	13	70	16	0	100
15.	Karyawan selalu siap membantu masalah pelanggan	3	43	45	5	4	100
16.	Karyawan selalu menanyakan yang diinginkan pelanggan	2	42	45	6	5	100
Rata-rata		3	47,6875	40,875	7,0625	1,375	100
Persentase		3%	48%	41%	7%	1%	100%

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Berdasarkan hasil penelitian diatas, variabel kualitas layanan memiliki beberapa indikator yang dapat mempengaruhi minat nasabah PT PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya. Hasil menunjukkan konsumen yang menyatakan sangat setuju 3%, setuju 48%, ragu-ragu 41%, tidak setuju 7% dan sangat tidak setuju 1% dari setiap pernyataan diatas. Dari hasil tersebut, pernyataan yang terbesar adalah penyatan setuju yakni 48%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas dengan promosi jasa PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya.

c. Deskripsi Variabel Minat Nasabah (Y)

Deskripsi terhadap variabel minat nasabah akan dilakukan dari hasil pernyataan responden mengenai minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya, dimana nilai rata-rata hasil pernyataan responden dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.6
Rekapitulasi Pernyataan Responden Mengenai Minat Nasabah

No	Pertanyaan	Kategori jawaban %					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Kualitas dan kuantitas jasa PT. Adira sangat bagus	7	65	14	13	1	100
2	Promosi berhadiah sangat menarik	5	66	15	11	3	100
3	Berminat karena sesuai kebutuhan dan harapan	3	25	63	7	2	100
4	Tertarik karena menawarkan harga yang jelas dan informasi lengkap	0	50	48	2	0	100
5	Promosi dan pelayanan sangat baik	1	69	27	3	0	100
6	Saya akan merekomendasikan produk jasa PT. Adira pada keluarga dan teman-teman.	0	44	51	5	0	100
7	Saya yakin karena besarnya manfaat yang akan diterima dari produk jasa.	0	45	55	0	0	100
8	Saya yakin informasi yang disampaikan PT. Adira DMF sangat bermutu.	0	43	55	2	0	100
9	Saya mendapat kemudahan dalam menyampaikan komplain jika terjadi masalah.	7	72	9	11	1	100
Rata-rata		2,55556	53,2222	37,4444	6	0,77778	100
Persentase		3%	53%	37%	6%	1%	100%

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Berdasarkan hasil penelitian diatas, terdapat beberapa indikator yang dapat mengukur minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya. Hasil menunjukkan konsumen yang menyatakan sangat setuju 3%, setuju 53%, ragu-ragu 37%, tidak setuju 6% dan sangat tidak setuju 1% dari setiap pernyataan diatas. Dari hasil tersebut, pernyataan yang terbesar adalah penyatan setuju yakni

53%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen merasa puas dengan promosi dan layanan jasa PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya.

3. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator atau kuesioner dari masing-masing variabel dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* pada hasil SPSS 20. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikan atau membandingkan r hitung dan r tabel. Indikator atau variabel dikatakan valid apabila r hitung > r tabel. Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Nilai sig	Keterangan
1	Promosi (X_1)	X_1.1	0,640	0,195	0,000	Valid
2		X_1.2	0,625	0,195	0,000	Valid
3		X_1.3	0,240	0,195	0,016	Valid
4		X_1.4	0,302	0,195	0,002	Valid
5		X_1.5	0,217	0,195	0,030	Valid
6		X_1.6	0,344	0,195	0,000	Valid
7		X_1.7	0,435	0,195	0,000	Valid
8		X_1.8	0,519	0,195	0,000	Valid
9		X_1.9	0,529	0,195	0,000	Valid
10		X_1.10	0,474	0,195	0,000	Valid
11		X_1.11	0,635	0,195	0,000	Valid
12		X_1.12	0,378	0,195	0,000	Valid
13		X_1.13	0,520	0,195	0,000	Valid
14		X_1.14	0,369	0,195	0,000	Valid
15	Kualitas Layanan (X_2)	X_2.1	0,477	0,195	0,000	Valid
16		X_2.2	0,574	0,195	0,000	Valid
17		X_2.3	0,336	0,195	0,001	Valid
18		X_2.4	0,464	0,195	0,000	Valid
19		X_2.5	0,302	0,195	0,002	Valid
20		X_2.6	0,302	0,195	0,002	Valid

21		X_2.7	0,414	0,195	0,000	Valid
22		X_2.8	0,380	0,195	0,000	Valid
23		X_2.9	0,537	0,195	0,000	Valid
24		X_2.10	0,334	0,195	0,001	Valid
25		X_2.11	0,424	0,195	0,000	Valid
26		X_2.12	0,646	0,195	0,000	Valid
27		X_2.13	0,308	0,195	0,002	Valid
28		X_2.14	0,309	0,195	0,002	Valid
29		X_2.15	0,363	0,195	0,000	Valid
30		X_2.16	0,204	0,195	0,042	Valid
31	Minat Nasabah (Y)	Y_1.1	0,645	0,195	0,000	Valid
32		Y_1.2	0,681	0,195	0,000	Valid
33		Y_1.3	0,304	0,195	0,000	Valid
34		Y_1.4	0,457	0,195	0,000	Valid
35		Y_1.5	0,350	0,195	0,000	Valid
36		Y_1.6	0,347	0,195	0,000	Valid
37		Y_1.7	0,465	0,195	0,000	Valid
38		Y_1.8	0,436	0,195	0,000	Valid
39		Y_1.9	0,630	0,195	0,000	Valid

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Dari data tabel diatas dapat kita lihat bahwa seluruh r hitung (*corrected total item correlation*) lebih besar dari r kritis 0,195. Apabila r hitung lebih besar dari r kritis (r hitung > 0,195) maka dapat disimpulkan item pertanyaan dalam penelitian adalah valid, sehingga seluruh item pertanyaan dari masing-masing variabel dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Reabilitas suatu indikator atau kuesioner dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha* (α), yaitu apabila nilai *cronbach's alpha*(α) lebih besar dari 0,60 maka indikator atau kuesioner adalah reliable (α> 0,60 = reliable), sedangkan apabila nilai *cronbach's alpha*(α) lebih kecil dari 0,60 maka indikator atau kuesioner adalah tidak

reliabel(α < 0,60 = tidak reliable). Secara keseluruhan hasil uji releabilitas dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	*cronbach's alpha*(α)	Standar Reliabilitas	Keterangan
1	Promosi	0,641	0,60	Reliabel
2	Kualitas Layanan	0,611	0,60	Reliabel
5	Minat Nasabah	0,603	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

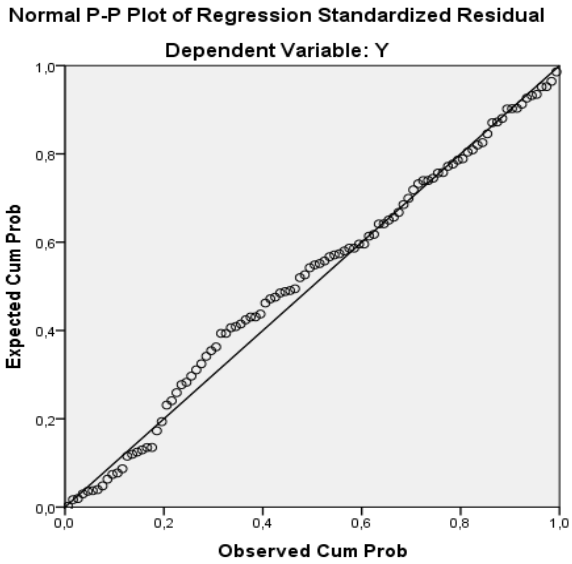
Nilai *cronbach's alpha*(α) semua variabel lebih besar dari standar reliabilitas (0,60) sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan variabel promosi, kualitas layanan dan minat nasabah dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

4. Uji Asunsi Klasik

a. Uji Normalitas

Merupakan salah satu uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel penggangu (residual) memiliki data berdistribusi normal. Data yang baik adalah data yang memilki distribusi normal yang artinya data tersebar merata dan benar – benar mewakili populasi.

Gambar 4.2 *Normal P-P Plot Of Regression*



Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa distribusi data telah megikuti garis diagonal pada titik 0 antara pertemuan sumbu X (*Observed cum prob*) dan sumbu Y (*Expected cum prob*). Hal ini menunjukan data berdistribusi normal dan layak digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Multikolinearitas

Merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ada variabel bebas yang memiliki korelasi. Apabila diantara variabel bebas memiliki korelasi maka salah satu variabel harus dihilangkan dalam model. Untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel bebas, dapat menggunakan SPSS dengan melihat nilai tolerance dan VIF. Apabila nilai tolerance diatas 0.1 dan nilai VIF dibawah 10 maka dapat dikatakan variabel bebas tidak ada korelasi dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,345	1,747		-,197	,844		
	X1	-,058	,037	-,077	-1,570	,120	1,000	1,000
	X2	,598	,034	,874	17,836	,000	1,000	1,000

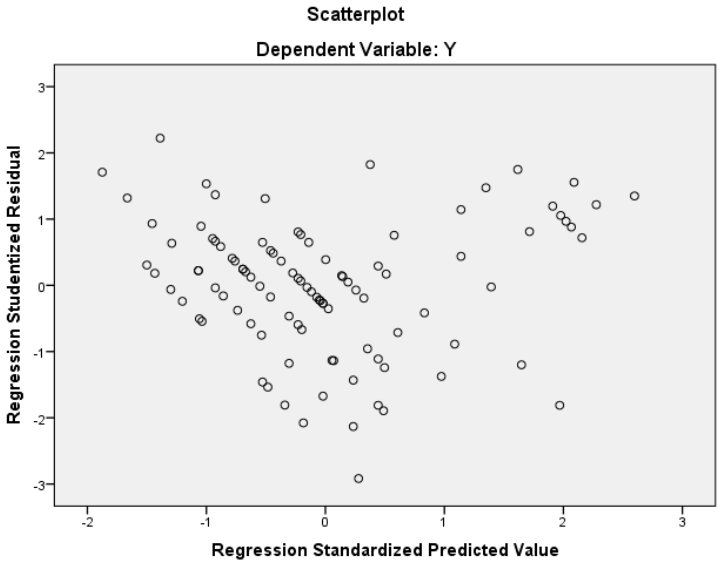
a. Dependent Variable: Y
Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Dari Tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai VIF pada setiap variabel bebas lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance pada setiap variabel bebas lebih besar dari 0.1 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas multikolinieritas. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan. Maka variabel bebas dapat digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji Heterokedastisitas

Digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual dalam model penelitian pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila titik pada scatterplot menyebar tidak merata diatas dan dibawah titik 0 pada sumbu garis Y pada scatterplot serta tidak membentuk sebuah pola, maka dapat dikatakan data tersebut tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Gambar 4.4 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Dari hasil uji SPSS 20 dapat dilihat pada gambar scatterplot terdapat titik – titik yang menyebar diatas dan dibawah titik 0 pada sumbu Y (*Regression studentized residual*) serta membentuk pola yang tidak jelas. Hal ini menunjukan bahwa variabel tidak mengalami heteroskedastisitas sehingga variabel dapat digunakan dalam penelitian ini.

5. Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh promosi (X_1) kualitas layanan (X_2) terhadap minat nasabah (Y) digunakan model regresi linier berganda. Semua variabel bebas dimasukkan dalam persamaan regresi linier berganda yaitu promosi (X_1), kualitas layanan (X_2). Hal ini ditujukan untuk mengetahui persamaan regresi linier berganda. Proses perhitungan menggunakan program *Statistical Pacage of Social Science* (SPSS) *Versi* 20,0 *for Windows*, sehingga dihasilkan persamaan regresi linier seperti tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Berganda (Promosi dan Kualitas layanan terhadap Minat nasabah)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,345	1,747		-,197	,844		
	X1	-,058	,037	-,077	-1,570	,120	1,000	1,000
	X2	,598	,034	,874	17,836	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Minat nasabah Y

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang didapat sebagai berikut:

$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$

$Y = -0,345 + (-0,058X_1) + (0,598X_2) + e$

$\alpha =$ -0,345 artinya apabila variabel promosi (X_1) kualitas layanan (X_2) = 0, maka nilai dari variabel volume penjualan (Y) pada PT. Adira Finance sebesar - 0,345.

$\beta_1 = -0,058$ menunjukan pengaruh negatif antara variabel promosi dengan variabel minat nasabah pada PT. Adira Finance. Hal ini menunjukan apabila promosi tidak ditingkatkan lagi dengan bermacam penawaran yang sangat menarik tidak akan menciptakann minat masyarakat untuk menggunakan jasa PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya. Sedangkan apabila promosi yang ditawarkan sangat menarik, maka minat masyarakat akan timbul dengan asumsi bahwa variabel kualitas layanan (X_2) tidak konstan.

$\beta_2 = 0{,}598$ menunjukan pengaruh positif antara variabel kualitas layanan dengan variabel minat nasabah pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya. Hal ini menunjukan semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya akan menimbulkan minat masyarakat menggunakan jasa PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya. apabila variabel kualitas layanan (X_2) lebih ditingkatkan lagi, maka akan diikuti kenaikan variabel minat nasabah sebesar 0,598 dengan asumsi bahwa variabel promosi (X_1) konstan.

6. Uji r (Koefisiensi Korelasi)

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisiensi Korelasi (r)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,876[a]	,767	,762	1,43560	2,111

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Melihat hasil output model *summary* tersebut di atas diketahui R square (r^2) sebesar 0,767 yang menunjukkan kontribusi dari variabel promosi dan kualitas layanan terhadap terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya adalah 76,7%. Sedangkan sisanya (100%-76,7%) adalah 23,3% dikontribusi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

7. **Uji R^2 (Koefisien Determinasi)**

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,876[a]	,767	,762	1,43560	2,111

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur keeratan hubungan secara simultan antara variabel promosi dan kualitas layanan terhadap minat nasabah PT. Adira Finance. Melihat hasil output model *summary* tersebut di atas diketahui koefisien korelasi berganda ditunjukkan dengan (R) sebesar 0,876 atau 87,6% yang mengindikasikan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel promosi dan kualitas layanan terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya memiliki hubungan yang erat.

8. Uji Hipotesis

a. Uji F

Pengujian secara simultan digunakan untuk mengetahui nilai yang memberikan kuatnya pengaruh dua variabel atau lebih secara bersama-sama.

Tabel 4.13
Hasil Analisis Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	658,728	2	329,364	159,812	,000[b]
	Residual	199,912	97	2,061		
	Total	858,640	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1
Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Nilai F_{hitung} yang diperoleh sebesar 159,812 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari standar eror 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi (X1) dan kualitas layanan(X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah (Y).

b. Uji t

Tabel 4.14
Hasil Analisis Uji t

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,345	1,747		-,197	,844		
X1	-,058	,037	-,077	-1,570	,120	1,000	1,000
X2	,598	,034	,874	17,836	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Y
Sumber : Data primer diolah (penulis) 2018

Dari hasil pengujian di atas diperoleh tingkat signifikan untuk variabel promosi sebesar 0,120 > α = 0,05 (*level of significance*), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut secara parsial tidak signifikan berpengaruh terhadap minat nasabah PT. Adira Finance. Untuk variabel kualitas layanan

sebesar 0,000 < α = 0,05 (*level of significance*), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya .`

C. Pembahasan

Penelitian mengenai promosi dan kualitas layanan terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya. dapat dilihat pembahasannya sebagai berikut:

1. Analisis pengaruh variabel promosi dan kualitas layanan secara simultan terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya

Berdasarkan uji F tabel 4.13 menunjukkan bahwa F hitung sebesar 159,812 dan nilai signifikan sebesar 0,000 < standar eror 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan kualitas layanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Daud (2013) yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pembiayaan. Dapat dilihat dari nilai signifikan dari analisa regresi yaitu 0,000 lebih kecil dari 0.05 sehingga dari data ini dapat dilihat bahwa keputusan pembelian secara signifikan dipengaruhi oleh promosi, dan kualitas layanan.

2. Analisis pengaruh variabel promosi terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya. Hal ini dapat dilihat dengan nilai koefisien regresi (B) sebesar -0,058 dan memiliki tingkat signifikan 0,120 yang lebih besar dari tingkat signifikan (α) = 0.05 artinya variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya.

Dengan kata lain semakin tidak menarik promosi yang ditawarkan atau mengalami penurunan, maka produk jasa pembiayaan yang ditawarkan juga akan mengalami penurunan dalam penggunaan jasa. Tetapi sebaliknya semakin besar dan menarik promosi kepada konsumen pada produk jasa pembiayaan, maka akan sangat mempengaruhi minat konsumen yang pada akhirnya akan berdampak pada keputusan pembelian..

3. Analisis pengaruh variabel kualitas layanan terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pada PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya. Hal ini dapat dilihat dengan nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,598 dan memiliki tingkat signifikan 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikan (α) = 0.05 artinya variabel kualitas layanan

berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya.

Variabel kualitas layanan mempunyai nilai t hitung paling besar yaitu sebesar 17,836 yang berarti variabel kualitas layanan merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah PT. Adira Dinamika multi Finance Tbk, surabaya. Dengan kata lain semakin baik kualitas layanan yang ditawarkan maka minat nasabah akan mengikuti. Begitu juga sebaliknya jika kualitas layanan yang diberikan tidak baik maka tidak akan meciptakan minat nasabah untuk menggunakan jasa PT. Adira Dinamika Multi Finance Tbk, Surabaya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumantri (2014). Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah tentang kualitas layanan akan meningkatkan minat seseorang untuk menjadi nasabah. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen agar terpenuhi harapan konsumen. Jika konsumen merasa kebutuhannya dapat terpenuhi atau mampu melebihi yang diperkirakan maka semakin tinggi juga minat konsumen akan meningkat. Dengan demikian kualitas layanan sangat diperlukan bagi perusahaan jasa apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.