

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Bauran Promosi dan Keputusan Pembelian pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk Tasikmalaya.

3.1.1 Sejarah Dan Profil Perusahaan

PT Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk (selanjutnya disebut "BNI" atau "Bank"), pada awalnya didirikan di Indonesia sebagai bank sentral dengan nama "Bank Negara Indonesia" berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2 tahun 1946 tanggal 5 Juli 1946. Selanjutnya, berdasarkan Undang-Undang No. 17 tahun 1968, BNI ditetapkan menjadi "Bank Negara Indonesia 1946", dan statusnya menjadi Bank Umum Milik Negara. Selanjutnya, peran BNI sebagai bank yang diberi mandat untuk meningkatkan perekonomian rakyat dan berpartisipasi dalam pembangunan nasional dikukuhkan oleh UU No. 17 tahun 1968 tentang Bank Negara Indonesia 1946.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 tahun 1992, tanggal 29 April 1992, telah dilakukan penyesuaian bentuk hukum BNI menjadi Perusahaan Perseroan Terbatas (Persero). Penyesuaian bentuk hukum menjadi Persero, dinyatakan dalam Akta No. 131, tanggal 31 Juli 1992, dibuat di hadapan Muhani Salim, S.H., yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 73 tanggal 11 September 1992 Tambahan No. 1A.

BNI merupakan Bank BUMN (Badan Usaha Milik Negara) pertama yang menjadi perusahaan publik setelah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tahun 1996. Untuk memperkuat struktur keuangan dan daya saingnya di tengah industri perbankan nasional, BNI melakukan sejumlah aksi korporasi, antara lain proses rekapitalisasi oleh Pemerintah di tahun 1999, di investasi saham Pemerintah di tahun 2007, dan penawaran umum saham terbatas di tahun 2010.

Untuk memenuhi ketentuan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tanggal 16 Agustus 2007 tentang Perseroan Terbatas, Anggaran Dasar BNI telah dilakukan penyesuaian. Penyesuaian tersebut dinyatakan dalam Akta No. 46 tanggal 13 Juni 2008 yang dibuat di hadapan Fathiah Helmi, S.H., notaris di Jakarta, berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 28 Mei 2008 dan telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan Surat Keputusan No. AHU-AH.01.02-50609 tanggal 12 Agustus 2008 dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 103 tanggal 23 Desember 2008 Tambahan No. 29015.

Perubahan terakhir Anggaran Dasar BNI dilakukan antara lain tentang penyusunan kembali seluruh Anggaran Dasar sesuai dengan Akta No. 35 tanggal

17 Maret 2015 Notaris Fathiah Helmi, S.H. telah mendapat persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dengan surat keputusan No. AHU-AH.01.03-0776526 tanggal 14 April 2015. Saat ini, 60% saham-saham BNI dimiliki oleh Pemerintah Republik Indonesia, sedangkan 40%

sisanya dimiliki oleh masyarakat, baik individu maupun institusi, domestik dan asing.

BNI kini tercatat sebagai Bank nasional terbesar ke-4 di Indonesia, dilihat dari total aset, total kredit maupun total dana pihak ketiga. Dalam memberikan layanan finansial secara terpadu, BNI didukung oleh sejumlah perusahaan anak, yakni BNI Multifinance, BNI Sekuritas, BNI Life Insurance, BNI Ventures, BNI Remittance dan hibank. BNI menawarkan layanan penyimpanan dana maupun fasilitas pinjaman baik pada segmen korporasi, menengah, maupun kecil. Beberapa produk dan layanan terbaik telah disesuaikan dengan kebutuhan nasabah sejak kecil, remaja, dewasa, hingga pensiun. (PT Bank Negara Indonesia (Persero), BNI, 2024).

3.1.2 Visi Dan Misi Perusahaan

Visi

“Menjadi Lembaga Keuangan yang terunggul dalam layanan dan kinerja secara berkelanjutan”.

BNI berupaya menjadi bank yang “unggul” dalam bidang human kapital dan berkualitas, proses bisnis internal yang memberi nilai bagi nasabah melalui improvement dan inovasi melalui produk/jasa yang beragam dan terpadu, serta pengelolaan perbankan berkualitas dengan resiko terukur. “Terkemuka” adalah menjadi bank pilihan utama dengan kualitas layanan terbaik yang pada akhirnya akan menjadikan BNI “terdepan “dalam hal kinerja keuangan yang berkualitas

dibandingkan *peers* sehingga memberikan kualitas investasi yang memuaskan bagi pemangku kepentingan.

Misi

1. Memberikan layanan prima dan solusi digital kepada seluruh Nasabah selaku Mitra Bisnis pilihan utama.
2. Memperkuat layanan internasional untuk mendukung kebutuhan Mitra Bisnis Global.
3. Meningkatkan nilai investasi yang unggul bagi investor.
4. Menciptakan kondisi terbaik bagi Karyawan sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
5. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab kepada lingkungan dan Masyarakat.
6. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola perusahaan yang baik bagi industri. (PT Bank Negara Indonesia (Persero), 2024)

3.1.3 Nilai Nilai Budaya Perusahaan

Budaya kerja BNI yaitu “PRINSIP 46” Merupakan tuntunan perilaku insan BNI, terdiri dari:

4 (Empat) Nilai Budaya kerja BNI

1. Profesionalisme
2. Integritas
3. Orientasi Pelanggan
4. Perbaikan Tiada Henti

6 (Enam) Nilai Perilaku Utama Insan BNI

1. Meningkatkan Kompetensi dan Memberikan Hasil Terbaik
2. Jujur, Tulus, dan Ikhlas
3. Disiplin
4. Memberikan Layanan Terbaik Melalui Kemitraan Yang Sinergis
5. Senantiasa Melakukan Penyempurnaan
6. Kreatif dan Inovatif

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan penulis gunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Sugiyono (2016) pada penelitian kuantitatif eksplanatori adalah penelitian yang akan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis peneliti.

Alasan utama peneliti menggunakan metode penelitian *explanatory research* yaitu untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen yang ada. Penelitian ini akan menguji pengaruh hubungan antar variabel. Pada penelitian ini terdapat 2 variabel yang akan diteliti, yaitu variabel independen terdiri dari Bauran Promosi sebagai variabel independen (X) dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu. yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini memiliki variabel independen dan variabel dependen. Adapun menurut Sugiyono (2019:69) variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun kelima variabel tersebut antara lain :

1. Variabel bebas (*independent variable*) (X), yaitu Bauran Promosi
2. Variabel terikat (*dependent variable*) (Y), yaitu Keputusan Pembelian

Tabel 3. 1 Definisi Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Bauran promosi (X) adalah kombinasi dari periklanan, promosi penjualan, publisitas, dan penjualan pribadi yang membantu pencapaian tujuan perusahaan. (Kasmir, 2018)	Periklanan	a) <i>Mission</i> (tujuan) b) <i>Message</i> (pesan yang disampaikan) c) <i>Media</i> (media yang digunakan)	Ordinal
	Promosi Penjualan	a) Frekuensi penjualan b) Kualitas promosi c) Kesesuaian promosi	Ordinal

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
	Publisitas	a) Publikasi (<i>Publications</i>) b) Media Identitas (<i>Identity media</i>) c) Acara Perusahaan (<i>Events Companies</i>) d) Berita (<i>News</i>) e) Pidato (<i>Speeches</i>) f) Berperan serta dalam aktivitas sosial (<i>Public Service Activities</i>) g) Pensponsoran (<i>Sponsorship</i>)	Ordinal
	Penjualan Pribadi	a) <i>Tangible</i> (Berwujud) b) <i>Reliability</i> (Keandalan) c) <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) d) <i>Quality Perception</i> (Persepsi Kualitas)	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y) adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. (Kotler & Armstrong, 2018)	Pemilihan Produk	Minat konsumen untuk memilih produk yang di kelola	Ordinal
	Pilihan <i>Brand</i> (merek)	Kesadaran konsumen terhadap merek/tempat yang di tawarkan	Ordinal
	Pemilihan Penyalur	Konsumen mengambil keputusan dalam menentukan penyalur yang dipilih berdasarkan faktor lokasi, harga yang murah, persediaan produk yang lengkap, kenyamanan, keluasan tempat dan kepercayaan	Ordinal
	Jumlah Pembelian	Banyak produk yang dibeli sesuai kebutuhan konsumen	Ordinal
	Penentuan Waktu Kunjungan	Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu berkunjung	Ordinal
Metode Pembayaran	Kemudahan pembayaran secara tunai atau <i>mobile</i>	Ordinal	

Variabel dan Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
		<i>banking</i> (transaksi rekening bank)	

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara memberi uraian pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2018). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Metode ini dilakukan dengan menyebarkan lembar pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kepada para responden yakni nasabah PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk.

Untuk menghitung kuesioner menggunakan Skala Likert :

- a. Sangat Setuju (SS) = 5
- b. Setuju (S) = 4
- c. Netral (N) = 3
- d. Tidak Setuju (TS) = 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Menurut Sugiyono (2019:93) “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dengan skala likert setiap variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator. Selanjutnya, indikator dijadikan tolak ukur untuk membuat item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam skala likert jawaban setiap item instrumen memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Tingkat persetujuan skala likert terdiri dari pilihan skala yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat setuju.

2. Observasi

Menurut (Widoyoko, 2014) menyatakan bahwa observasi merupakan suatu pengamatan secara sistematis terhadap fenomena ataupun gejala yang terdapat pada objek yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan observasi atau pengamatan langsung pada objek penelitian guna mencari permasalahan yang ada pada objek penelitian.

3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data

Dilihat dari jenisnya, penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Reserch*), yaitu jenis penelitian yang mempelajari fenomena atau peristiwa yang terjadi dalam lingkungan yang alamiah. Sehingga penelitian ini juga bisa disebut penelitian kasus/studi kasus (*case study*). Penelitian ini menggali data yang bersumber dari lokasi penelitian yaitu di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Cikurubuk Tasikmalaya. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah

data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka yang diperoleh dari objek yang akan diteliti.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Jadi data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung dengan observasi dan kuesioner dari tempat yang sedang diteliti dan data berupa hasil jawaban para responden mengenai pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian nasabah pada produk Tabungan Perencanaan Masa Depan (TAPENAS) di PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian nasabah pada produk Tabungan Perencanaan Masa Depan (TAPENAS) di PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk..

3.2.4 Populasi dan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Sugiyono (2019:80) menyatakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri akan obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adanya populasi ini bertujuan untuk mempermudah dalam menentukan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah TAPENAS PT. Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk berjumlah 150 orang nasabah TAPENAS. (Sumber: *Customer Service*)

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Menurut Sugiyono (2019:81) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Bila populasi dalam penelitiannya besar dan tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, seperti adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang didapat dari populasi. Dalam menentukan sampel diperlukan suatu metode pengambilan sampel yang tepat agar diperoleh sampel yang representatif dan dapat menggambarkan keadaan populasi secara maksimal. Dalam penelitian ini menggunakan salah satu teknik dalam *probability sampling* adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2018).

Dengan menggunakan rumus slovin dalam penentuan pengambilan sampel, dengan rumus sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Dalam penelitian ini mengambil presentase batas kesalahan toleransi sebesar 10%. Dengan demikian penggunaan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{150}{1 + 150(0,1)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150(0,01)}$$

$$n = \frac{150}{2,5}$$

$$n = 60$$

Dari perhitungan di atas didapat bahwa n = 60 sehingga sampel yang akan diambil sejumlah 60 orang nasabah TAPENAS Bank BNI KCP Cikurubuk Tasikmalaya.

3.2.5 Model Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) Model atau paradigma penelitian adalah pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang diteliti sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik statistik yang digunakan. Adapun Model penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 3. 1 Model Penelitian



Model dalam penelitian ini terdiri dari dua variable yaitu variable bebas (X)

Bauran Promosi dan Keputusan Pembelian sebagai variable terikat (Y).

X = Variabel *Independen* Bauran Promosi

Y = Variabel *dependen* Keputusan Pembelian

3.2.6 Teknik Analisis Data

3.2.6.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:267) “validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah data kuesioner yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan software SPSS *version 23*

dan menggunakan metode corrected item total correlation dengan taraf signifikan 5% dengan uji 1 sisi. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono 2018:203) uji reliabilitas merupakan tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan Teknik *Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika *Cronbach alpha* $>$ 0,60.

3.2.6.2 Analisis Deskripsi

Menurut (Sugiyono, 2019) analisis deskriptif yaitu menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang akan dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan yaitu pertama perempuan dari kalangan remaja sampai lansia dan karakteristik kedua yaitu pendapatan menengah keatas.

Pengukuran variabel kuesioner penelitian yang akan dibagikan kepada responden memiliki 5 skala jawaban yaitu antara skala 1 (sangat tidak setuju) sampai skala 5 (sangat setuju). Dengan nilai tertinggi dari tiap pertanyaan adalah 5 (sangat setuju) dan nilai terendah dari tiap pertanyaan adalah 1 (sangat tidak setuju), maka rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Range = \frac{Skor\ tertinggi - Skor\ terendah}{Range\ skor}$$

$$Range = \frac{300 - 60}{5}$$

$$Range = 48$$

Jadi range skala yang didapat adalah :

Tabel 3. 2 Rentang Skala

Range	Kategori
60 – 107	Sangat Tidak Setuju
108 – 155	Tidak Setuju
156 – 203	Netral
204 – 251	Setuju
252 – 299	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah penulis, 2024

3.2.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi Linear Sederhana adalah Metode Statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan sebab akibat antara variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibatnya. Faktor penyebab pada umumnya dilambangkan dengan X atau disebut juga dengan predictor sedangkan variabel akibat dilambangkan dengan Y atau disebut juga dengan *Response*.

Penelitian ini mengadopsi analisis regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Menurut Sugiyono (2019:277), analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal. Sebelum dilakukan analisis ini data

perlu diubah dari ordinal menjadi data interval melalui MSI (*Method of Successive*). Analisis *Method of Successive Interval* (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. Berikut langkah – langkah yang dilakukan dalam Method of Successive Interval (MSI) sebagai berikut:

- a) Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar.
- b) Pada setiap butir ditentukan beberapa orang yang mendapatkan skor 1, 2, 3, 4, 5 dan dinyatakan dalam frekuensi.
- c) Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
- d) Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor.
- e) Gunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
- f) Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas)
- g) Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus :

$$SV = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}$$

Untuk melakukan analisis data ini dibantu menggunakan *Statistic Package for the Social Sciences* atau disebut juga dengan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) *version* 23. Metode-metode yang digunakan antara lain:

a. Persamaan Regresi

Secara umum persamaan regresi sederhana menurut Sugiyono (2019) dirumuskan sebagai berikut:

$$y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (*Dependent* variabel)

X = Variabel Bebas (*Independent* variabel)

a = Nilai konstanta, yaitu nilai Y jika X=0

b = Koefisien regresi.

b. Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi (Sugiyono, 2018). Untuk melakukan analisis koefisien korelasi, maka penulis menggunakan perhitungan *Pearson Product Moment (Pearson Moment Correlation Analyst)*, dengan menggunakan rumus konsep yang berpedoman kepada Sugiyono (2018) sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

n = Banyaknya sampel

\sum_x = Jumlah nilai variabel x

$\sum y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat variabel x

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat variabel y

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut:

- a) Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diikuti dengan kenaikan dan penurunan Y. Jika $r = +1$ atau mendekati 1, maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.
- b) Tanda negatif adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika $r = -1$ atau mendekati -1, menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.
- c) Jika $r = 0$ atau mendekati 0, maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dan diuji.

Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Interpretasi
0,00-0.199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono,2018

c. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi menurut Ghozali (2018:97) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau kekuatan variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel dependen (Y) maka digunakan analisis koefisien determinasi. Koefisien determinasi dapat di cari dengan menggunakan rumus :

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

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

d. Uji Hipotesis

Menurut Arifin (2017:17), uji hipotesis dilakukan dalam menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan membuat kesimpulan menerima atau menolak pernyataan tersebut. Pengujian hipotesis dilakukan

untuk membantu dalam pengambilan keputusan tepat dalam suatu hipotesis yang diajukan.

Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara bauran promosi terhadap keputusan pembelian pada produk TAPENAS di Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Cikurubuk.

H_a : Terdapat pengaruh antara bauran promosi terhadap keputusan pembelian pada produk TAPENAS di Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Cikurubuk.

Untuk mengetahui apakah pengaruh bauran promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk KCP Cikurubuk, yaitu dapat dianalisis sebagai berikut:

- 1) Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh)
- 2) Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima maka terdapat pengaruh antara Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Nasabah (Y)

Rumus yang digunakan untuk uji t menurut Sugiyono (2016: 250) seperti berikut:

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

Keterangan:

t = Distribusi t

r = Koefisien Korelasi

r^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Data