

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:27) objek penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran suatu penelitian untuk diteliti dan dianalisis guna memperoleh kesimpulan. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada pembelian produk Kredit Multiguna Sukapura di PD BPR Artha Sukapura Tasikmalaya. Objek ini dipilih karena promosi dianggap sebagai salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk perbankan, khususnya kredit multiguna.

3.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

PD BPR Artha Sukapura berakar dari pembentukan Bank Karya Produksi Desa (BKPD) di setiap Kecamatan dan beberapa pasar potensial pada tahun 1967 sampai dengan 1970, dasar pembentukan Bank Karya Produksi Desa (BKPD) ini adalah Surat Keputusan Bupati Kepala daerah Tingkat II Kabupaten Tasikmalaya Nomor Pe.003/170/SK/1967. Pada masa sebelum konsolidasi, ada 30 PD BPR BKPD dan Bank Pasar Milik Kabupaten Tasikmalaya.

Dengan tujuan agar BPR milik Pemerintah Kabupaten Tasikmalaya menjadi lebih kuat dan mempunyai daya saing, sehingga dalam pengelolaannya dapat membentuk sistem perbankan yang sehat, pada bulan Februari 2011, melalui Kebijakan Bupati Kabupaten Tasikmalaya dan didukung oleh DPRD Kabupaten Tasikmalaya, menggabungkan ke 30 PD BPR BKPD dan Bank Pasar Milik Kabupaten Tasikmalaya menjadi 2 Perusahaan Daerah (PD) BPR yaitu salah

satunya adalah PD BPR Artha Sukapura sebagai lembaga intermediasi dan lembaga kepercayaan masyarakat.

PD BPR Artha Sukapura merupakan salah satu badan usaha milik Pemerintah Daerah Kabupaten Tasikmalaya yang memiliki tujuan untuk melayani usaha kecil dan mikro menengah masyarakat dan membantu mendorong perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup kesejahteraan masyarakat.

Dalam upaya ikut menunjang pembangunan di bidang perekonomian masyarakat, khususnya masyarakat menengah kebawah juga menekan para tengkulak, pengijon serta para pelepas uang atau *rentenir* yang membebankan bunga sangat tinggi kepada masyarakat, Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat pada saat Gubernur Jawa barat dijabat oleh Bapak Mayjen Mashudi mengeluarkan surat keputusan Kepala Daerah Tingkat I Jawa Barat Nomor 40/B.1/Pem/SK tahun 1965 jo. Instruksi Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa Barat Nomor 17/Instr/AF/1966 tentang Pembentukan BKPD. Berdasarkan surat keputusan dan instruksi tersebut Gubernur menginstruksikan pada para Bupati dan Walikota se-Jawa barat untuk mendirikan Bank Karya Produksi Desa (BKPD).

Lembaga Perkreditan Rakyat yang baru akan didirikan di Jawa Barat sebetulnya di saerah lain sudah ada sejak jaman Belanda seperti yang disebut Bank Desa, Lumbung Desa, bank Pasar, bank Pegawai, dll. Lembaga-lembaga ini tetap di lindungi oleh Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1967 tentang Pokok Perbankan yang berbunyi:

”Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai, dan Bank-Bank lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu yang pada saat berlakunya Undang-Undang ini telah ada, tetap menjalankan tugasnya dalam sistem perbankan berdasarkan Undang-Undang tersebut, Jenis-jenis Bank ini disebut juga dengan istilah Bank Sekunder atau bank Pedesaan atau *Ruler Bank*.“

Berdasarkan surat keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa barat Nomor 40/B.1/Pem/SK Tahun 1965 Jo. Instruksi Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa barat Nomor 17/Instr/AF/1966 tentang Pembentukan BKPD, maka Bupati Kepala Daerah Tingkat II Kabupaten Tasikmalaya mengeluarkan Surat Keputusan Nomor 003/170/SK/1967 tanggal 10 Juli 1967 tentang Pembentukan BKPD, disetiap Kecamatan dan beberapa pasar yang potensial secara bertahap dalam rentang waktu antara 1967 sampai dengan 1970.

Pendirian BKPD dan Bank Pasar disetiap Kecamatan ini mengacu dan berdasarkan hukum kepada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1967 tentang Pokok-pokok Perbankan, dengan melakukan kegiatan operasional bank sesuai dengan tugas dan fungsinya sebagai Bank Pedesaan. Selanjutnya untuk meningkatkan status hukum kegiatan operasional bank, maka pada tanggal 27 Agustus 1973 seluruh BKPD dan Bank Pasar memperoleh ijin dari Menteri Keuangan Republik Indonesia untuk dapat melakukan kegiatan usaha Bank Desa.

Dengan penataan penggabungan ini semakin terasa dan terlihat fungsi PD BPR Artha Sukapura sebagai Lembaga Intermediasi dan Lembaga Kepercayaan Masyarakat. (PD. BPR Artha Sukapura, 2025).

3.1.2 Visi dan Misi

A. Visi PD BPR Artha Sukapura

“Menjadi BPR yang Sehat, Besar dan Mandiri”

Penjelasan Visi, Sehat adalah kondisi bank dalam kategori sehat sebagaimana ketentuan Bank Indonesia dan *best practice* perbankan pada umumnya. Besar adalah *performance* bank yang ideal dilihat dari aspek pertumbuhan aset. Mandiri adalah kemampuan bank dalam melak ukannya operasional perbankan yang independen.

B. Misi PD BPR Artha Sukapura

1. Menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat
2. Membantu mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah.
3. Sumber pendapatan asli daerah

3.1.3 Statement Budaya Perusahaan

Adapun nilai-nilai budaya pada PD BPR Artha Sukapura adalah:

1) *Prudential*

Berusaha membangun tatanan perusahaan yang tangguh dan dapat bersaing dengan mengedepankan prinsip kehati-hatian.

2) *Responsibility*

Selalu bekerja dengan disiplin tinggi, bertanggungjawab dan konsisten dalam melaksanakan setiap ketentuan, serta penuh semangat dalam menghadapi tantangan.

3) *Akuntability*

Berupaya menjadi professional dengan meminimalkan kesalahan baik dalam proses maupun hasil pekerjaan melalui ketelitian.

4) *Competensy*

Selalu berusaha memperluas wawasan, pengetahuan dan keterampilan SDM (Sumber Daya Manusia) secara optimal untuk memuaskan konsumen.

5) *Transparansy*

Memberikan pelayanan yang transparan, terbuka, ramah, saling percaya, saling mendukung, sehingga tujuan *Good Corporate Government* dapat dicapai dalam upaya menciptakan pelayanan prima.

6) *Integrity*

Memahami dan melaksanakan semua ketentuan yang berkaitan dengan rahasia bank, rahasia perusahaan, rahasia jabatan, rahasia nasabah, serta berperilaku yang terpuji, tidak melanggar norma dan menjunjung tinggi kode etik perbankan.

7) *Solidarity*

Selalu membangun kerja sama tim yang kuat, kompak, dan sehat.

8) *Customer Focus*

Komitmen untuk melayani nasabah mikro kecil dan menengah yang senantiasa menjaga nasabah sebagai mitra utama yang perlu diberikan solusi dan pelayanan prima.

3.1.4 Logo dan Makna



ARTI LOGO

BENTUK

	Huruf "a" : <i>Singkatan dari Artha</i>		Huruf "S" : <i>Singkatan dari Sukapura</i>
---	--	---	---

	<p><i>huruf a & s tersebut digabungkan, diputar 315 derajat, dan membentuk bentuk baru berupa 4 buah kotak yang berbeda warna dan ukuran.</i> <i>Perbedaan warna dan ukuran kotak melambangkan "kondisi" PD. BPR yang berbeda-beda.</i> <i>Bermakna, bahwa PD. BPR yang sekarang terdiri dari gabungan beberapa PD. BPR BKPD dan Bank Pasar se-Kab Tasikmalaya, dan sekarang bersatu dalam satu wadah baru yaitu PD. BPR Artha Sukapura.</i></p>
---	--

WARNA

Hijau Tua : Melambangkan pengalaman yang matang/banyak.
 Hijau Muda : Melambangkan semangat untuk mencapai kemakmuran.
 Hitam : melambangkan tekad yang kuat / tegas
 Hijau : adalah warna daun, melambangkan "sukapura ngadaun ngora."

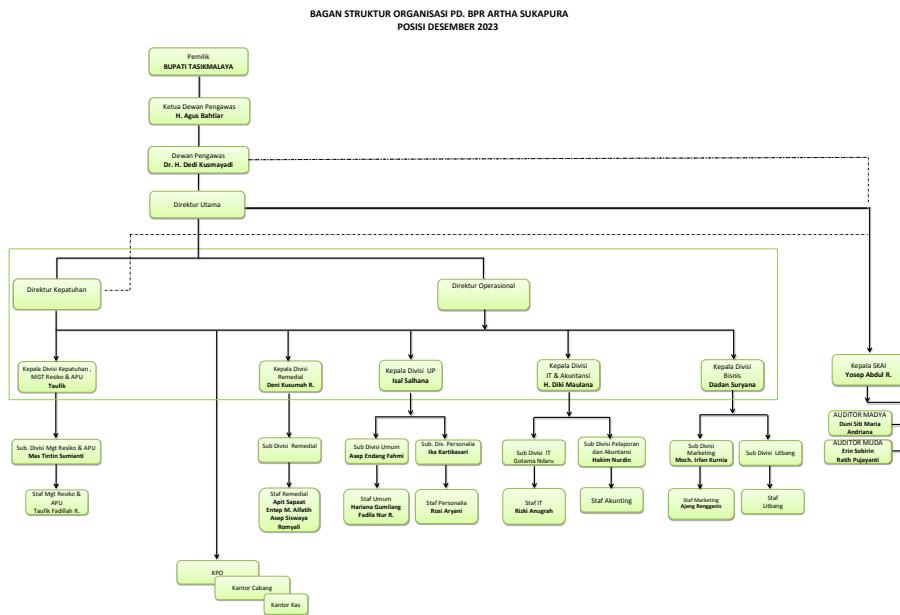
MAKNA LOGO

PD. BPR ARTHA SUKAPURA dengan bekal semangat baru dan pengalaman dalam menjalankan usaha perbankan bertekad untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan bagi semua.

Gambar 3. 1. Logo dan Makna PD BPR Artha Sukapura

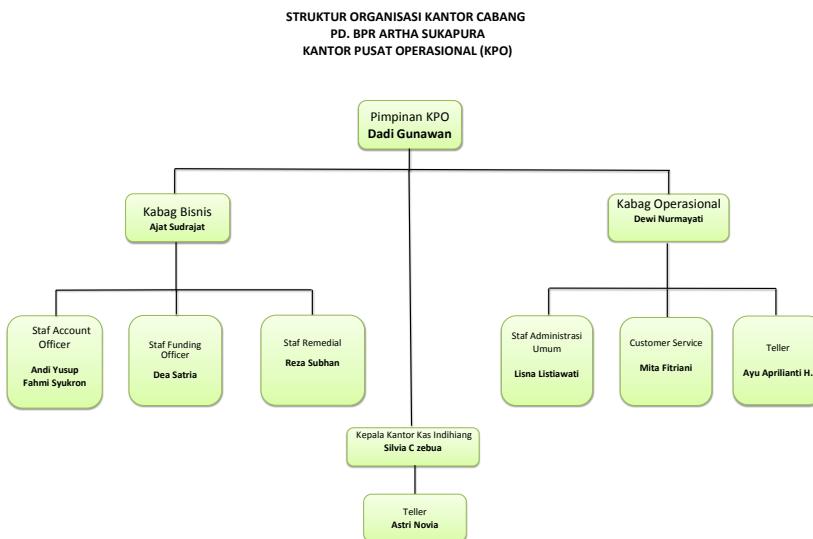
Sumber: PD. BPR Artha Sukapura, 2025

3.1.5 Struktur Organisasi PD BPR Artha Sukapura



Gambar 3. 2. Struktur Organisasi PD BPR Artha Sukapura

Sumber: PD. BPR Artha Sukapura, 2025



**Gambar 3. 3. Struktur Organisasi Kantor Cabang PD BPR Artha Sukapura
Kantor Pusat Operasional (KPO)**

Sumber: PD. BPR Artha Sukapura, 2025

3.1.6 Produk Kredit Multiguna Sukapura

Kredit Multiguna Sukapura atau dapat disingkat menjadi KMGS adalah pinjaman yang dapat digunakan untuk berbagai macam tujuan, dapat digunakan untuk tujuan modal kerja, investasi ataupun kebutuhan konsumtif bagi seluruh lapisan Masyarakat. Bagi nasabah yang membutuhkan tambahan modal usaha, membeli tanah atau rumah ataupun kebutuhan konsumtif seperti kebutuhan sekolah anak, kebutuhan pernikahan anak bahkan untuk pembelian kendaraan, dapat menggunakan jenis pinjaman KMGS ini.

Persyaratan Umum :

- *Photocopy* KTP suami istri sebanyak dua lembar
- *Photocopy* surat nikah/akta cerai
- Pas photo terbaru 3x4 suami istri sebanyak dua lembar
- *Photocopy* kartu keluarga
- *Photocopy* NPWP untuk plafon mulai dari Rp. 100 juta keatas
- *Photocopy* perizinan (SKU/SIUP/TDIP)

Persyaratan Agunan :

- *Letter C;*
- Sertifikat hak milik/guna bangunan/guna usaha;
- SPPT tahun terakhir;
- Surat keterangan tanah dari desa/kelurahan;
- Surat keterangan perbedaan luas/nama pada agunan dari desa/kelurahan;
- BPKB (lengkap dengan kuintansi pembelian);

- *Photocopy STNK;*
- Faktur pembelian (jika ada).

Suku Bunga :

15% s/d 24% flat pertahun

(PD. BPR Artha Sukapura, 2025)

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengukur hubungan antar variabel secara objektif melalui data numerik dan analisis statistik. Adapun pendekatan eksplanatori digunakan karena penelitian ini bermaksud menjelaskan pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat.

menurut Sugiyono (2013) penelitian eksplanatori adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan posisi variabel-variabel yang diteliti serta hubungan kausal antara satu variabel dengan variabel lainnya. Dalam konteks penelitian ini, promosi sebagai variabel independen diduga memiliki pengaruh terhadap minat nasabah sebagai variabel dependen.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam memilih produk Kredit Multiguna Sukapura di PD BPR Artha Sukapura Tasikmalaya. Data yang digunakan meliputi data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden serta data sekunder yang diperoleh dari dokumen dan laporan perusahaan terkait.

Pendekatan ini dipilih agar mampu memberikan gambaran yang komprehensif tentang hubungan sebab-akibat antar variabel yang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2023:39) Dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel penelitian yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Sedangkan, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Penulis memilih judul “Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Pembelian Produk Kredit Multiguna Sukapura di PD BPR Artha Sukapura Tasikmalaya”. Yang termasuk variabel bebas (independen) adalah pengaruh promosi (X) dan variabel terikat (dependen) adalah minat nasabah (Y).

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan menggunakan skala Ordinal untuk mengukur jawaban dari yang berperingkat tinggi sampai rendah.

Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Skala Pengukuran
Promosi (X) promosi merupakan berbagai kegiatan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan memperkenalkan produk ke pasar	Daya Tarik Promosi	Pesan yang disampaikan pada promosi mudah dipahami	Ordinal
	Kejelasan Informasi	Kemampuan menjelaskan produk kepada konsumen	Ordinal

sasaran. Promosi merupakan elemen penting untuk menjual produk yang dibuat untuk mencapai volume penjualan yang diinginkan. (Ismanto, 2020:36)	Frekuensi Informasi	Seberapa sering promosi dilakukan dalam waktu tertentu dan dampaknya terhadap konsumen	Ordinal
	Kesesuaian Media Promosi	Media yang digunakan untuk promosi memiliki kecocokan dengan karakteristik konsumen	Ordinal
	Kesesuaian Waktu Promosi	Waktu pelaksanaan sesuai dengan kebutuhan atau kebiasaan konsumen	Ordinal
Minat Nasabah (Y) Minat nasabah merupakan kecenderungan, keinginan yang tinggi atau rasa ketertarikan kepada suatu hal dan adanya kemauan yang timbul dari dalam individu tanpa ada paksaan, semakin kuat rasa ketertarikan maka semakin besarnya minat dan sampai akhirnya timbul keinginan untuk menggunakan produk tersebut (Anwar, 2018:87)	Perhatian (<i>Attention</i>)	Tingkat perhatian nasabah terhadap informasi tentang produk kredit multiguna sukапура setelah menerima promosi	Ordinal
	Ketertarikan (<i>Interest</i>)	Ketertarikan nasabah terhadap fitur, manfaat, dan keunggulan produk kredit multiguna sukапура	Ordinal
	Keinginan (<i>Desire</i>)	Munculnya dorongan untuk memiliki atau menggunakan produk	Ordinal
	Tindakan (<i>Action</i>)	Berencana membeli produk dan merekomendasikan kepada orang lain	Ordinal

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu participant observation dan kuesioner.

1. *Participant observation* digunakan untuk memperoleh data melalui keterlibatan langsung peneliti dalam lingkungan objek penelitian. Dengan cara ini, peneliti dapat mengamati secara langsung aktivitas promosi yang dilakukan oleh PD BPR Artha Sukapura serta interaksi antara pihak bank dan nasabah. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman kontekstual dan mendalam mengenai praktik promosi dan respons nasabah terhadapnya.
2. Teknik kuesioner sebagai alat pengumpulan data utama. Menurut Sugiyono (2023:199) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini efisien digunakan apabila peneliti telah mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur serta memahami informasi yang diharapkan dari responden. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel promosi dan minat nasabah, serta disebarluaskan langsung kepada nasabah Kredit Multiguna Sukapura Tasikmalaya.

3.2.3.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Sugiyono (2018:456) data primer yaitu sumber data yang langsung diberikan kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, sumber data diperoleh dari kuesioner berupa *google form* yang akan disebarluaskan kepada responden. Penelitian

ini menggunakan Skala Ordinal untuk mengukur jawaban berperingkat tinggi sampai rendah. Sugiyono (2023:146) menyatakan bahwa Skala Ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Tabel 3. 2. Skala Ordinal

Skala	Skor
a. Sangat setuju	5
b. Setuju	4
c. Ragu-ragu	3
d. Tidak setuju	2
e. Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2023

3.2.3.3 Populasi Sasaran

Menurut Sugiyono (2023:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Namun populasi ini bukan hanya jumlah yang terdapat pada subjek atau objek yang dipelajari, namun juga meliputi seluruh sifat yang dimiliki oleh subjek/objek tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan yang pernah mendapatkan informasi promosi Kredit Multiguna Sukapura di PD BPR Artha Sukapura pada tahun 2024 yang tercatat sebanyak 3.764 orang.

3.2.3.4 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2023:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini, teknik penentuan

sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Teknik ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan responden, dan peneliti hanya mengambil sampel yang dianggap relevan serta memenuhi kriteria tertentu, seperti nasabah aktif yang telah menggunakan produk Kredit Multiguna.

Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi sebanyak orang, digunakan rumus Slovin menurut Sugiyono (2024:83) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = *Margin of error* atau tingkat kesalahan yang ditetapkan sebesar 10% atau 0,1.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} = \frac{3.764}{1+3.764(0,1)^2} = \frac{3.764}{1+3.764(0,01)} = \frac{3.764}{1+37,64} = \frac{310}{38,64} \approx 97,41$$

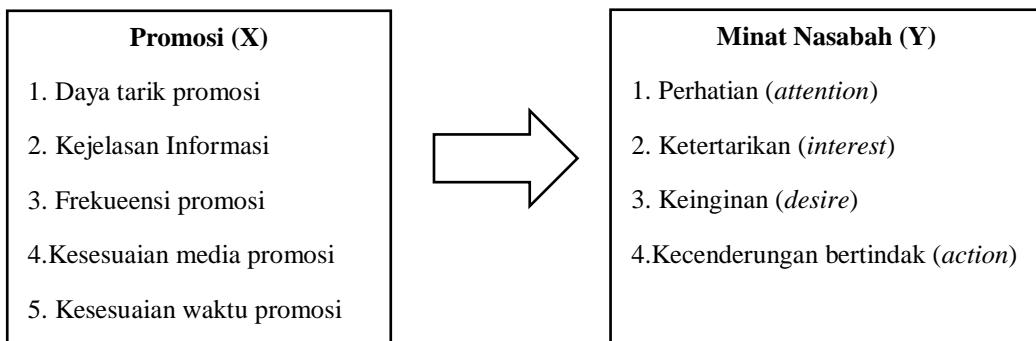
$n = 97,41$ dibulatkan menjadi sebanyak 98 orang

Jadi, setelah dihitung menggunakan rumus slovin didapatkan jumlah sampel sebanyak 98 sampel.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel yaitu nasabah Tabungan di PD BPR Artha Sukapura Tasikmalaya yang pernah mendapatkan informasi mengenai Kredit Multiguna Sukapura.

3.2.4 Model Penelitian

Model penelitian menurut Sugiyono (2021:63) yaitu pola pikir yang menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis yang perlu dijawab melalui penelitian. Model dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel x terhadap variabel y.



Gambar 3. 4. Pengaruh Variabel Dependen terhadap Variabel Independen

Berdasarkan model penelitian di atas, dinyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah.

3.2.5 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019:482) Teknik analisis data adalah tahapan sistematis dalam mengevaluasi dan mengorganisasi data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti wawancara, uji, kuesioner dan pengamatan terstruktur. Proses ini melibatkan pengelompokan data ke dalam kategori atau pola tertentu, pemilihan elemen-elemen yang signifikan untuk pembelajaran, serta penyusunan Kesimpulan yang dapat dimengerti oleh sendiri maupun orang lain.

3.2.5.1 Uji Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:32), analisis statistik deskriptif diterapkan dalam melihat data melalui nilai mean atau rataan, standar deviasi, varian. Maksimal,

minimal, sum, range. Sebelum menerapkan metode analisis statistik yang diterapkan dalam melakukan uji hipotesis, penggunaan analisis statistik deskriptif ini diterapkan dalam menggambarkan profil data sampel.

3.2.5.2 Uji Instrumen

Setelah mendapatkan data yang dibutuhkan, data tersebut akan dikumpulkan, diikuti oleh proses analisis dan interpretasi. Sebelum memulai analisis, penting untuk menguji validitas dan reabilitas kuesioner yang akan digunakan untuk mengumpulkan data.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah sekumpulan data hasil dari penelitian objek yang diteliti dan terdapat kesamaan antara data sesungguhnya dengan data yang terkumpul. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner sudah tepat dalam mengukur apa yang akan diukur (Sugiyono, 2019:248). Dalam penelitian ini, validitas diukur menggunakan SPSS dengan metode *Pearson Correlation*. Uji signifikansi menyatakan bahwa jika $df = n-2$ dan $\alpha = 0,05$ maka cukup membandingkan r hitung dan r tabel .

Kriteria pengujian :

Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut valid.

Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:129) Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrument yang digunakan reliabel. Dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 .Uji reabilitas ini untuk menguji sejauh mana hasil suatu pengukuran bersifat tetap dan dapat dipercaya. Teknik pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik analisis yang sudah dikembangkan oleh *Alpha Cronbach*. Pada uji reabilitas ini, a dinilai reliabel jika lebih besar dari 0,6 .Adapun kaidah untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak adalah sebagai berikut:

1. Jika angka reliabilitas *Cronbach Alpha* melebihi angka 0,6 maka instrumen tersebut reliabel, kuesioner dapat dipercaya dan dapat digunakan.
2. Jika angka reliabilitas *Cronbach Alpha* kurang dari angka 0,6 maka instrumen tersebut tidak reliabel, kuesioner tidak dapat dipercaya dan tidak dapat digunakan.

3.2.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan langkah penting dalam analisis regresi untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi kriteria statistik yang diperlukan. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan dapat secara akurat menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang sedang dianalisis. Terdapat tiga uji asumsi yang harus dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono 2017:239, Uji Normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Metode yang dilakukan adalah dengan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik merupakan salah satu cara untuk melihat normalitas residual dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data distribusi yang mendekati normal. Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dari analisis normal *probability plot* adalah sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menujukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, tidak mengikuti arah garis diagonal dan tidak menujukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2018:53) pengujian ini merupakan pengujian yang dilakukan untuk memeriksa apakah adanya korelasi dari variabel bebas (variabel independen) dalam sebuah model regresi. Pengujian ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflaton Factor* (VIF) dari masing-masing variabel.

- Jika $VIF < 10$ dan taraf tolerance $> 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolineritas.
- Jika $VIF > 10$ dan taraf tolerance $< 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolineritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah suatu metode statistik untuk menguji apakah variabilitas dari kesalahan (*residuals*) dalam model regresi tidak konstan di seluruh tingkat nilai dari variabel independen. Jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Modal ilmiah yang diharapkan terjadi jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda maka terjadi heteroskedastisitas.

3.2.5.4 Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2014:270) “Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$\text{Rumus : } Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila $X = 0$ (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

3.2.5.4.1 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2019:99-100) uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis statistik yang diajukan:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk Kredit Multiguna Sukapura di PD BPR Artha Sukapura.
- H_1 : Terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk Kredit Multiguna Sukapura di PD BPR Artha Sukapura.

Kriteria pengujian:

- Jika nilai sig. (p-value) < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (berarti terdapat pengaruh yang signifikan).
- Jika nilai sig. (p-value) $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak terdapat pengaruh yang signifikan).

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2018:76), pengujian ini diterapkan dalam menguji variabel independent mempengaruhi variabel dependen dengan simultan (bersamaan). Pada penelitian ini (Uji F) dapat menerapkan tingkatan sign 5% ataupun 0,05 pada tingkatan 0,05 standar uji yaitu dengan berikut:

- a. Apabila taraf sign. $< 0,05$ dan f-hitung $>$ f-tabel, maka seluruh variabel independen (X) memberi pengaruh pada variabel dependen (Y).
- b. Apabila taraf sign. $> 0,05$ dan f-hitung $<$ f-tabel, lalu seluruh variabel independen (X) tidak memberi pengaruh pada variabel dependen (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2016:286) koefisien determinasi (R^2) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau kekuatan variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel dependen (Y) maka digunakan analisis koefisien determinasi. Koefisien determinasi dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$\text{Rumus: } Kd = r^2 \times 100$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

Analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel dependen secara parsial dan simultan.