

ABSTRACT

THE EFFECT OF PROMOTIONS ON CUSTOMER INTEREST IN KREDIT MULTIGUNA SUKAPURA PRODUCTS AT PD BPR ARTHA SUKAPURA

By:

Fina Aprillianty

NPM. 223404115

Guide I : Andri Helmi Munawar

Guide II : Ali Subrata

This study aims to analyze the influence of promotion on customer interest in purchasing Kredit Multiguna Sukapura products at PD BPR Artha Sukapura Tasikmalaya. The method used in this study is a quantitative approach with the type of explanatory research. The data collection technique was by distributing questionnaires to 98 respondents of PD BPR Artha Sukapura customers. The data analysis techniques used were simple linear regression, t-test, f-test, and determination coefficient (R²). The results of the study show that promotions have a positive and significant influence on customer interest in purchasing Sukapura Multipurpose Credit products. This is evidenced by a positive coefficient value and a significant value of the t-test and f-test less than 0.05. The t-test showed a calculated t-value of $11.033 > 0.199$. In addition, an R² value of 55.9% indicates that the variation in customer interest can be explained by promotion, while the rest is influenced by other variables that were not studied in this study.

Keywords: Promotion, Customer Interest, Kredit Multiguna Sukapura, PD. BPR Artha Sukapura

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH PADA PRODUK KREDIT MULTIGUNA SUKAPURA DI PD BPR ARTHA SUKAPURA

Oleh:

Fina Aprillianty

NPM. 223404115

Pembimbing I : Andri Helmi Munawar
Pembimbing II : Ali Subrata

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada pembelian produk Kredit Multiguna Sukapura di PD BPR Artha Sukapura Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Teknik pengumpulan data dengan melakukan penyebaran angket atau kuesioner kepada 98 responden nasabah PD BPR Artha Sukapura. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana, uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam pembelian produk Kredit Multiguna Sukapura. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien yang positif dan nilai signifikan uji t dan uji f lebih kecil dari 0,05. Uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar $11,033 > 0,199$. Selain itu, nilai R^2 sebesar 55,9% menunjukkan bahwa variasi minat nasabah dapat dijelaskan oleh promosi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Promosi, Minat Nasabah, Kredit Multiguna Sukapura, PD. BPR Artha Sukapura