

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PD. BKK Dempet Demak

Kami PD. BKK Dempet Demak adalah lembaga keuangan perusahaan daerah milik pemerintah yang kepemilikan sahamnya dimiliki oleh pemerintah propinsi Jawa Tengah sebesar 51% dan pemerintah daerah kabupaten Dempet sebesar 49% yang bergerak dalam bidang jasa perbankan yang diberi tugas untuk menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito masyarakat dan menyalurkannya dalam bentuk kredit sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku, yang bertujuan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah disegala bidang dan serta sebagai salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah

Di usia yang masih muda ini kami akan selalu berusaha untuk menjadi sebuah lembaga keuangan kuat dan berkembang yang dapat bersaing dengan lembaga keuangan lain yang telah ada. dan kami selalu berkomitmen untuk selalu menjaga kepercayaan yang telah kami bina selama ini kepada seluruh mitra usaha, nasabah, debitur serta kreditur yang telah senantiasa bersamasama bersinergi dalam meraih kesuksesan serta tujuan bersama sehingga sesuai dengan slogan kami.¹

1. Sejarah Berdirinya PD. BKK Dempet Demak

Pada tanggal 19 April 1972 dibentuklah BKK dengan SK Gubernur Prov. Jawa Tengah pada tanggal 04 September 1969 No. Dsa 6/226/1969 dan tanggal 19 September 1970 No. dsa 6/232/1970.

2. Sejarah Merger PD. BKK Dempet Demak

PD BKK Dempet hasil merger didirikan berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Jawa Tengah Nomor : 539/58/2010 tanggal 06 September 2010 Tentang persetujuan Penggabungan Usaha (Merger) PD.

¹ <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

BKK Jatipuro, PD. BKK Dempet Demak, PD. BKK Mojogedang, PD. BKK Kebakkramat, PD. BKK Kerjo dan PD. BKK Gondangrejo ke dalam PD. Badan Kredit Kecamatan Dempet (PD. BKK Dempet Demak) Kabupaten Demak dan disyahkan berdasarkan Akta Notaris No. 9 tanggal 1 Oktober 2010 yang dibuat oleh Dewi Cahyani Eddy Sud, SH Di Demak.

3. Visi PD. BKK Dempet Demak

- a. Membangun PD. BKK Dempet Demak menjadi lembaga keuangan yang sehat, kuat dan prima untuk menjadi BPR.
- b. menjadikan PD. BKK Dempet Demak sebagai Lembaga Keuangan yang kompetitif dan berdayaguna bagi masyarakat, pengelola dan pemilik.²

4. Misi PD. BKK Dempet Demak

- a. Menyediakan produk-produk sesuai dengan keperluan masyarakat yang mudah, murah, mengarah supaya dapat meningkatkan perekonomian dan pendapatan masyarakat
- b. Menjadi mitra usaha Mikro kecil dan menengah dilingkungan masyarakat pedesaan
- c. Memberikan Kontribusi kepada pemegang saham sebagai salah satu sumber PAD.³

5. Strategi Pengelolaan PD. BKK Dempet Demak

- a. Mengadakan pembinaan pada BUMD,
- b. Memberikan tambahan modal dasar,
- c. Memberikan dorongan untuk meningkatkan jasa, produk dan layanan,
- d. Menjalin kerjasama dengan lembaga keuangan lainnya dengan tujuan untuk peningkatan dana,
- e. Memberikan dukungan kepada Bank/BUMD bila menjalin kerjasama dengan pihak luar dengan tujuan peningkatan usaha.⁴

² <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

³ <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

⁴ <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

Falsafah yang diterapkan bagi pengelola dan karyawan BUMD “tridarma”

- a. Rumongso handarbeni
yaitu merasa ikut memiliki perusahaan
- b. Rumongso melu hangrungkepi
yaitu merasa ikut bertanggungjawab atas berkembang dan tidaknya perusahaan
- c. Mulat sariro hangroso wani
yaitu introspeksi diri dan waspada segala sesuatu yang telah dan atau akan diperbuat

6. Komitmen PD. BKK Dempet Demak

Sesuai dengan slogan kami *Mitra Usaha Anda Menuju Sukses* serta tidak lepas dari visi serta misi perusahaan kami serta didukung situasi kondisi ekonomi yang kurang kondusif saat ini, pengembangan kegiatan disektor usaha kecil sangat kurang dalam permodalan untuk itu kami sangat berbangga hati menjadi mitra usaha anda yang terpercaya. Tanpa adanya dukungan dari semua pihak baik nasabah, mitra usaha, debitur baik dari sektor pemerintah, swasta maupun masyarakat dalam bidang permodalan kami tidak akan pernah berhenti mencari terobosan, inovasi serta teknologi yang baru yang bertujuan untuk perbaikan produk dan kinerja perusahaan perbankan kami yang berorientasi kepada pelayanan nasabah.⁵

7. Fasilitas Kantor PD. BKK Dempet Demak

PD. BKK Dempet Demak Kabupaten Demak dalam melakukan aktivitas operasional nya didukung oleh sarana dan prasarana antara lain :⁶

- a. Kantor yang cukup representatif baik di pusat maupun di cabang dan mudah dijangkau oleh moda umum. ada 5 unit kantor cabang, 2 KPO, 3 Kantor kas

⁵ <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

⁶ <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

- b. Sebanyak 04 Unit Mobil sebagai sarana mobil operasional PD. BKK Dempet Demak
- c. 33 Unit sepeda motor yang berfungsi sebagai alat operasional PD. BKK Dempet Demak dalam kesehariannya.
- d. jaringan Informasi Teknologi yang canggih untuk pelayanan nasabah yang kesemua itu sarana dan prasarana tersebut bertujuan untuk mempermudah dalam pelayanan yang prima kepada masyarakat, serta memperlancar jalannya aktifitas perbankan.

8. Produk dan Layanan PD. BKK Dempet Demak

a. Bidang Kredit PD. BKK Dempet Demak

Adapun kredit yang kita berikan kepada masyarakat berupa :⁷

1) Kredit Pegawai

Kredit pegawai adalah kredit yang diperuntukkan bagi pegawai guna lebih memperdayakan penggunaan gaji secara lebih baik dan bermanfaat dengan jangka waktu maksimal 60 bulan.

2) Kredit Umum

Kredit umum adalah kredit yang diperuntukkan bagi pengusaha kecil dan menengah dibidang industri, pertanian dan perdagangan serta jasa guna pengembangan usahanya.

3) Kredit Musiman

Kredit musiman adalah kredit yang diperuntukkan bagi petani pengolahan lahan pertanian dengan jangka waktu maksimal 06 bulan.

4) Kredit Kelompok :

Kredit kelompok adalah kredit yang diberikan bagi kelompok masyarakat dengan usaha tertentu dalam pengembangan usahanya.

⁷ <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

b. Produk Simpanan PD. BKK Dempet Demak

1) Simpanan TAMADES

Simpanan TAMADES adalah simpanan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dan pegawai dan pelajar agar dana simpanan memberikan manfaat yang maksimal berhadiah yang diundi setiap tahun.⁸

2) Simpanan Tabungan Wajib

Simpanan tabungan wajib adalah simpanan yang diperuntukkan bagi masyarakat yang memanfaatkan jasa kredit.

3) Deposito

Deposito adalah simpanan dengan keterikatan masa dana berjangka waktu tertentu, agar investasinya sama yang menguntungkan.

c. Produk Pinjaman PD. BKK Dempet Demak

Produk pinjaman diberikan kepada pegawai baik negeri maupun swasta /usaha kecil/menengah, industri, kredit kepemilikan rumah (KPR), home industri, perdagangan dengan syarat mudah, proses cepat, dan bunga yang kompetitif.⁹

Adapun jenis pinjaman yang kami tawarkan :

- 1) Pinjaman/kredit porong gaji bagi pegawai swasta/negeri
- 2) Pinjaman/kredit bulanan
- 3) Pinjaman/kredit musiman/pasaran
- 4) Pinjaman /kredit mingguan

d. Suku Bunga Pinjaman PD. BKK Dempet Demak

Suku bunga pinjaman yang kami tawarkan ditetapkan sebagai berikut :

- 1) bulanan 18 %/Th sampai dengan 36%/th
- 2) musiman 36 %/th

⁸ <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

⁹ <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

e. Biaya Administrasi Kredit PD. BKK Dempet Demak

Untuk biaya administrasi kredit kami terapkan sebesar :¹⁰

- 1) 1% untuk biaya provisi
- 2) 1 % untuk biaya administrasi
- 3) tabungan sesuai persyaratan yang berlaku di PD. BKK Kra
- 4) materai sesuai persyaratan yang berlaku di PD. BKK Kra
- 5) notariat sebesar sesuai dengan ketentuan notaris

f. Tabungan Tamades PD. BKK Dempet Demak

Tabungan tamades adalah simpanan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dan pegawai dan pelajar agar dana simpanan memberikan manfaat yang maksimal dan berhadiah yang diundi setiap tahun. Ketentuan Umum Tamades :¹¹

- 1) TAMADES diperuntukkan bagi penabung perorangan, badan, yayasan.
- 2) Setiap penabung memperoleh buku tabungan yang sah setelah ditandatangani pejabat PD. BKK Dempet Demak.
- 3) Setoran pertama sekurang-kurangnya Rp.10.000,- untuk penabung umum dan Rp. 5.000,- untuk pelajar.
- 4) Setoran berikutnya dapat dilakukan pada setiap kantor buka kas PD. BKK Dempet Demak
- 5) Pengambilan dapat dilakukan setiap saat dengan batasan saldo minimum yang ditetapkan PD. BKK Dempet Demak sebesar Rp. 10.000,- kecuali tutup rekening.
- 6) Besarnya suku bunga TAMADES disesuaikan dengan ketentuan yang berlaku di PD. BKK Dempet Demak.
- 7) Bunga dihitung atas dasar saldo setiap akhir bulan dengan batasan minimum Rp. 10.000,-.

¹⁰ <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

¹¹ <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

- 8) setiap penabung berhak mengikuti undian penyaringan hadiah TAMADES dengan ketentuan saldo Rp. 10.000,- mendapat satu kupon undian.
- 9) Setiap penabung yang akan tutup rekening dikenakan biaya administrasi sebesar Rp. 5.000,-.

g. Produk Deposito PD. BKK Dempet Demak

Deposito adalah simpanan dengan keterikatan masa dana berjangka waktu tertentu, agar investasinya sama yang menguntungkan dan tingkat suku bunga yang kompetitif serta nominal awal deposito sebesar Rp. 1.000.000,- (satu juta rupiah)¹²

- 1) Jenis Deposito yang kami tawarkan :
 - a) Deposito Berjangka 01 Bulan
 - b) Deposito Berjangka 03 Bulan
 - c) Deposito Berjangka 06 Bulan
 - d) Deposito Berjangka 12 Bulan
- 2) Ketentuan Umum Deposito :
 - a) Deposito berjangka hanya untuk nama perorangan/badan hukum
 - b) Biaya materai yang timbul dibebankan deposan
 - c) Bunga deposito dibayarkan setiap bulan sesuai tanggal deposito
 - d) Deposito telah jatuh tempo tidak diambil otomatis diperpanjang
 - e) Warkat deposito tidak dapat dipindahtangankan
 - f) Setiap ada perubahan harus segera diberitahukan petugas
 - g) Pengambilan deposito sebelum jatuh tempo dikenakan sanksi
 - h) PD. BKK Dempet Demak tidak bertanggungjawab jika terjadi penyalahgunaan
 - i) Apabila warkat deposito hilang, deposan wajib memberitahukan pada petugas PD. BKK Dempet Demak.

¹² <https://dempetbkkpusat.wordpress.com/profil-perusahaan/profil/>, diunduh tanggal 30 Mei 2017.

- j) Warkat deposito PD. BKK Dempet Demak dapat dijadikan jaminan kredit di PD. BKK Dempet Demak

B. Gambaran Umum Subyek Penelitian

Sebagaimana dikemukakan di dalam bab III, pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan anggota PD. BKK Dempet Demak. Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasan bahwa yang akan diuji adalah potensi, referensi serta perilaku anggota PD. BKK Dempet Demak. Sehingga data yang terkumpul bisa valid dan reliabel. Dari 85 kuesioner yang peneliti sebarakan semuanya kembali kepada peneliti, sehingga data yang diolah dalam penelitian ini sebanyak 85 responden.

Analisis ini menggambarkan tentang karakteristik responden yang diteliti. Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama ataukah tidak. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik responden tersebut antara lain: jenis kelamin, umur, lama menjadi anggota, pendidikan.

1. Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu responden laki-laki dan responden perempuan yang seluruhnya berjumlah 85 responden disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	14	16%
Perempuan	71	84%
Jumlah	85	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 85 responden yang menjadi sampel responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 14 orang atau 16%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 71 orang atau 84% dari keseluruhan jumlah sampel.

Perbandingan jumlah anggota yang lebih didominasi oleh perempuan dikarenakan responden yang dilakukan penyebaran angket adalah responden yang berada di pasar dan sebagian responden yang datang ke kantor PD. BKK Dempet Demak. Disamping itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kaum perempuan lebih berhati-hati dalam menggunakan uangnya, sehingga diperoleh hasil bahwa kaum perempuanlah yang kebanyakan menggunakan produk PD. BKK Dempet Demak.

2. Umur Responden

Hasil penelitian terdapat tiga kelompok responden, yaitu responden yang berusia 21-30 tahun, 31-40 tahun dan 41-50 tahun yang seluruhnya berjumlah 85 responden yang disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Jumlah	Persentase
21-30 tahun	16	19%
31-40 tahun	45	53%
41-50 tahun	24	28%
Jumlah	85	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 85 responden yang menjadi sampel yang berusia antara 21-30 tahun sebanyak 16 orang atau 19%. Sedangkan mayoritas responden berusia antara 31-40 tahun sebanyak 45 orang atau 53% dari keseluruhan jumlah sampel. Kemudian responden yang berusia antara 41-50 tahun sebanyak 24 orang atau 28%. Berdasarkan hasil tabel 4.2 menunjukkan bahwa anggota PD. BKK Dempet Demak yang menjadi sampel penelitian mayoritas masih tergolong dalam usia produktif. Yaitu usia yang menunjukkan bahwa mereka sedang giat-giatnya bekerja mencari nafkah untuk keluarga.

3. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 85 responden diperoleh data tentang status pendidikan responden penelitian. Tabel 4.3 menunjukkan identitas responden berdasarkan status pendidikannya.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD / Sederajat	22	26%
SMP / Sederajat	15	18%
SMA / Sederajat	43	50%
Perguruan Tinggi	5	6%
Jumlah	85	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 85 responden yang menjadi sampel mayoritas adalah responden yang berpendidikan SMA yaitu sebesar 43 orang atau 50%. Sedangkan distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan SMP sebesar 15 orang atau 18%, responden yang berpendidikan SD yaitu sebesar 22 orang atau 26% dan yang berpendidikan Perguruan Tinggi sebesar 5 responden atau 6%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan anggota PD. BKK Dempet Demak adalah kalangan dengan pendidikan yang mencukupi untuk memahami mengenai syarat, hak dan kewajiban dalam menggunakan produk sebuah koperasi Syariah.

4. Lama Menjadi Anggota

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 85 responden diperoleh data tentang lama bekerja responden penelitian. Tabel 4.4 menunjukkan identitas responden berdasarkan lama bekerjanya.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden berdasarkan Lama Menjadi Anggota

Lama Menjadi Anggota	Jumlah	Persentase
> 5 tahun	50	59%
< 5 tahun	35	41%
Jumlah	85	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 85 responden, terlihat bahwa karyawan yang bekerja di PD. BKK Dempet Demak > 5 tahun sebanyak 50 responden atau 59% dari total keseluruhan responden. Sedangkan sisanya adalah responden yang bekerja < 5 tahun sebanyak 35 responden atau 41% dari total keseluruhan responden.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas Instrumen

Penerapan uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dan sekelompok parsial, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali, terhadap gejala yang sama. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS yang hasilnya dapat disederhanakan sebagai berikut:

- a. Variabel Citra (X_1)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

No.Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,577	0,3494	Valid
X1.2	0,611	0,3494	Valid

X1.3	0,698	0,3494	Valid
X1.4	0,500	0,3494	Valid
X1.5	0,454	0,3494	Valid
X1.6	0,628	0,3494	Valid
X1.7	0,557	0,3494	Valid
X1.8	0,710	0,3494	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = n . Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 30 dengan α 0.05 didapat r_{tabel} 0,3494. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel citra yang terdiri dari 8 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Variabel Bauran promosi (X_2)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

No.Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,798	0,3494	Valid
X2.2	0,701	0,3494	Valid
X2.3	0,646	0,3494	Valid
X2.4	0,653	0,3494	Valid
X2.5	0,520	0,3494	Valid
X2.6	0,748	0,3494	Valid
X2.7	0,592	0,3494	Valid
X2.8	0,744	0,3494	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = n . Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 30 dengan α 0.05 didapat r_{tabel} 0,3494. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel bauran promosi yang terdiri dari 8 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

c. Variabel Minat menabung (Y)

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

No.Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,569	0,3494	Valid
Y.2	0,662	0,3494	Valid
Y.3	0,739	0,3494	Valid
Y.4	0,568	0,3494	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk *Degree of freedom* (df) = n . Dalam hal ini n adalah jumlah sampel yang diuji coba. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 30 dengan α 0.05 didapat r_{tabel} 0,3494. Jika r_{hitung} (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif. Berdasarkan hasil pengujian validitas tersebut, pada variabel Minat menabung yang terdiri dari 4 pernyataan semua itemnya valid. Dengan demikian maka variabel penelitian dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Selanjutnya pengukuran keandalan suatu kuesioner dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran konsisten atau terhindar dari bias. Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur untuk menilai *goodness of measure*. Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, apabila koefisien alpha > 0,60 maka instrumen dikatakan handal. Berikut hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficiens	r-Alpha	r-tabel	Keterangan
Citra (X1)	8 Item	0,761	0,60	Reliabel
Bauran promosi (X2)	8 Item	0,776	0,60	Reliabel
Minat menabung (Y)	4 Item	0,791	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Alpha Cronbach* > 0,60, dengan demikian semua variabel (X1, X2 dan Y) dapat dikatakan reliabel.

D. Deskripsi Data

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang pengaruh citra dan bauran promosi pada minat menabung anggota di PD. BKK Dempet Demak adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Data Hasil Penelitian

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total N	%	Total TS	%	Total STS	%
Citra (X1)	X1.1	23	27,1	40	47,1	18	21,2	3	3,5	1	1,2
	X1.2	25	29,4	40	47,1	18	21,2	1	1,2	1	1,2
	X1.3	30	35,3	41	48,2	10	11,8	2	2,4	2	2,4
	X1.4	23	27,1	46	54,1	12	14,1	3	3,5	1	1,2
	X1.5	32	37,6	35	41,2	16	18,8	2	2,4	0	0,0
	X1.6	26	30,6	36	42,4	21	24,7	2	2,4	0	0,0

	X1.7	20	23,5	41	48,2	22	25,9	2	2,4	0	0,0
	X1.8	21	24,7	41	48,2	20	23,5	3	3,5	0	0,0
Bauran promosi (X2)	X2.1	16	18,8	43	50,6	21	24,7	4	4,7	1	1,2
	X2.2	21	24,7	41	48,2	22	25,9	1	1,2	0	0,0
	X2.3	20	23,5	40	47,1	23	27,1	2	2,4	0	0,0
	X2.4	21	24,7	47	55,3	13	15,3	3	3,5	1	1,2
	X2.5	29	34,1	39	45,9	15	17,6	1	1,2	1	1,2
	X2.6	26	30,6	37	43,5	18	21,2	4	4,7	0	0,0
	X2.7	13	15,3	52	61,2	18	21,2	2	2,4	0	0,0
	X2.8	21	24,7	47	55,3	14	16,5	1	1,2	2	2,4
Minat menabung (Y)	qy1	19	22,4	38	44,7	25	29,4	2	2,4	1	1,2
	qy2	18	21,2	30	35,3	34	40,0	3	3,5	0	0,0
	qy3	15	17,6	37	43,5	24	28,2	8	9,4	1	1,2
	qy4	21	24,7	40	47,1	19	22,4	5	5,9	0	0,0

Sumber data: data primer yang diolah, 2017

1. Citra (X1)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai Citra (X1), yaitu PD. BKK Dempet Demak memiliki citra yang baik di masyarakat, responden menjawab sangat setuju sebanyak (27,1%), setuju (47,1%), netral (21,2%), tidak setuju (3,5%), dan sangat tidak setuju (1,2%). Pada pertanyaan kedua yaitu PD. BKK Dempet Demak memiliki ciri khusus yang bisa dilihat dari logonya jika dibandingkan dengan lembaga keuangan lain, responden menjawab sangat setuju sebanyak (29,4%), setuju (47,1%), netral (21,2%), tidak setuju (1,2%), dan sangat tidak setuju (1,2%). Kemudian pertanyaan ketiga yaitu PD. BKK Dempet Demak memiliki reputasi atau nama baik di masyarakat responden menjawab sangat setuju sebanyak (35,3%), setuju (48,2%), netral (11,8%), tidak setuju (2,4%), dan sangat tidak setuju (2,4%). Kemudian pertanyaan keempat yaitu PD. BKK Dempet Demak memberi pengalaman yang baik melalui pelayanan kepada anggota responden menjawab sangat setuju sebanyak (27,1%), setuju (54,1%), netral (14,1%), tidak setuju (3,5%), dan sangat tidak setuju (1,2%). Kemudian pertanyaan kelima yaitu Citra PD. BKK Dempet Demak merupakan nilai yang berasal dari interaksi anggota dengan karyawan responden menjawab sangat setuju sebanyak (37,6%), setuju (41,2%), netral (18,8%), tidak setuju (2,4%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keenam yaitu

Citra PD. BKK Dempet Demak merupakan nilai yang berasal dari bahasa yang digunakan karyawan responden menjawab sangat setuju sebanyak (30,6%), setuju (42,4%), netral (24,7%), tidak setuju (2,4%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan ketujuh yaitu Identitas PD. BKK Dempet Demak bisa dilihat dengan logo, simbol dan lainnya responden menjawab sangat setuju sebanyak (23,5%), setuju (48,2%), netral (25,9%), tidak setuju (2,4%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan kedelapan yaitu Jati diri dan identitas PD. BKK Dempet Demak bisa dilihat dengan logo, simbol dan lainnya responden menjawab sangat setuju sebanyak (24,7%), setuju (48,2%), netral (23,5%), tidak setuju (3,5%), dan sangat tidak setuju (0%).

2. Bauran promosi (X2)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai Bauran promosi, yaitu Karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan presentasi penjualan kepada calon anggota BKK responden menjawab sangat setuju sebanyak (18,8%), setuju (50,6%), netral (24,7%), tidak setuju (4,7%), dan sangat tidak setuju (1,2%). Pada pertanyaan kedua yaitu Karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan pertemuan penjualan kepada calon anggota BKK responden menjawab sangat setuju sebanyak (24,7%), setuju (48,2%), netral (25,9%), tidak setuju (1,2%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan ketiga yaitu Karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan percobaan produk baru kepada calon anggota BKK responden menjawab sangat setuju sebanyak (23,5%), setuju (47,1%), netral (27,1%), tidak setuju (2,4%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keempat yaitu Karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan pemberian *merchandise* kepada calon anggota BKK responden menjawab sangat setuju sebanyak (24,7%), setuju (55,3%), netral (15,3%), tidak setuju (3,5%), dan sangat tidak setuju (1,2%). Kemudian pertanyaan kelima yaitu Karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan pemasaran melalui promosi *online* responden menjawab sangat setuju sebanyak (34,1%), setuju (45,9%), netral

(17,9%), tidak setuju (1,2%), dan sangat tidak setuju (1,2%). Pada pertanyaan keenam yaitu Karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan pemasaran melalui media sosial (twitter, facebook, instagram) responden menjawab sangat setuju sebanyak (30,6%), setuju (43,5%), netral (21,2%), tidak setuju (4,7%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan ketujuh yaitu PD. BKK Dempet Demak menggunakan iklan cetak yang menunjukkan beberapa produk dan keunggulan BKK responden menjawab sangat setuju sebanyak (15,3%), setuju (61,2%), netral (21,2%), tidak setuju (2,4%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan kedelapan yaitu PD. BKK Dempet Demak memiliki simbol dan logo yang menunjukkan ciri khas BKK responden menjawab sangat setuju sebanyak (24,7%), setuju (55,3%), netral (16,5%), tidak setuju (1,2%), dan sangat tidak setuju (2,4%).

3. Minat menabung (Y)

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai Minat menabung, yaitu responden cenderung menggunakan produk dan jasa PD. BKK Dempet Demak responden menjawab sangat setuju sebanyak (22,4%), setuju (44,7%), netral (29,4%), tidak setuju (2,4%), dan sangat tidak setuju (1,2%). Pada pertanyaan kedua yaitu responden akan mereferensikan produk dan jasa PD. BKK Dempet Demak kepada orang lain responden menjawab sangat setuju sebanyak (21,2%), setuju (35,3%), netral (40%), tidak setuju (3,5%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan ketiga yaitu PD. BKK Dempet Demak merupakan pilihan pertama responden saat akan menabung responden menjawab sangat setuju sebanyak (17,6%) setuju (43,5%), netral (28,2%), tidak setuju (9,4%), dan sangat tidak setuju (1,2%). Kemudian pertanyaan keempat yaitu responden selalu mencari informasi mengenai produk dan jasa PD. BKK Dempet Demak yang responden minati responden menjawab sangat setuju sebanyak (24,7%), setuju (47,1%), netral (22,4%), tidak setuju (5,9%), dan sangat tidak setuju (0%).

E. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut :

1. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Citra (X1)	0,822	1,216
Bauran promosi (X2)	0,822	1,216

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.¹³ Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil tersebut juga sesuai dengan nilai *tolerance* yang menunjukkan angka diatas 0,1. Hasil pengujian multikolinieritas tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu Citra (X1), Bauran promosi (X2), karena semua nilai VIF kurang dari angka 10.

2. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, BP Undip : Semarang, 2008, hal. 91.

mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.¹⁴

Tabel 4.11

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	2,260

Sumber : Data primer diolah, 2017.

Dari hasil pengujian autokorelasi nilai Durbin Watson sebesar 2,260 nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah sampel 85, dan jumlah variabel bebas 2, maka diperoleh nilai dl 1,5995 dan nilai du 1,6957. Oleh karena nilai DW 2,260 diantara $du < DW < 4 - du$ yaitu $(1,6957 < 2,260 < 2,3043)$ maka sesuai kaidah pengambilan keputusan disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif pada model regresi.¹⁵

3. Uji Heterokedastisitas

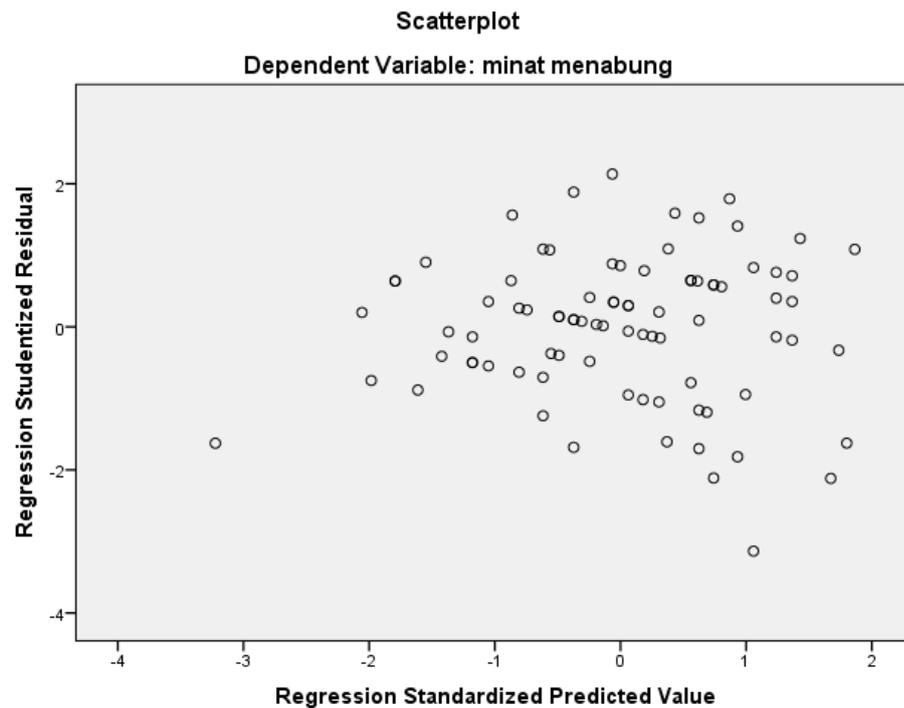
Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.¹⁶

¹⁴ *Ibid.*, hal. 105.

¹⁵ *Ibid.*, hal. 36.

¹⁶ *Ibid.*, hal.107.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data primer diolah, 2017

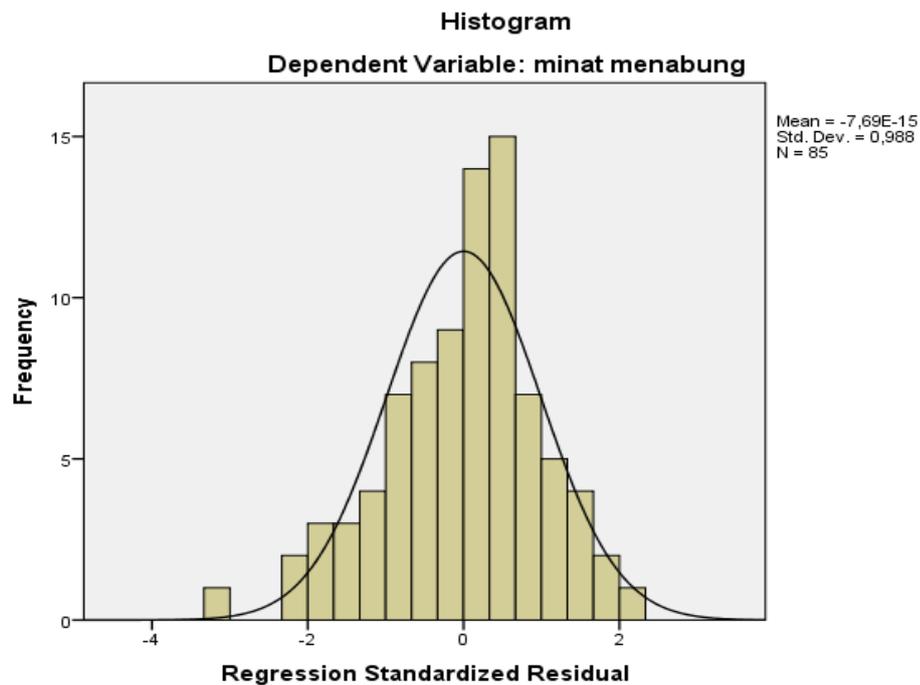
Berdasarkan grafik scatterplot tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh citra dan bauran promosi pada minat menabung anggota di PD. BKK Dempet Demak.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi

normal atukah tidak.¹⁷ Hasil uji normalitas dengan bantuan komputer program SPSS disajikan pada gambar sebagai berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas

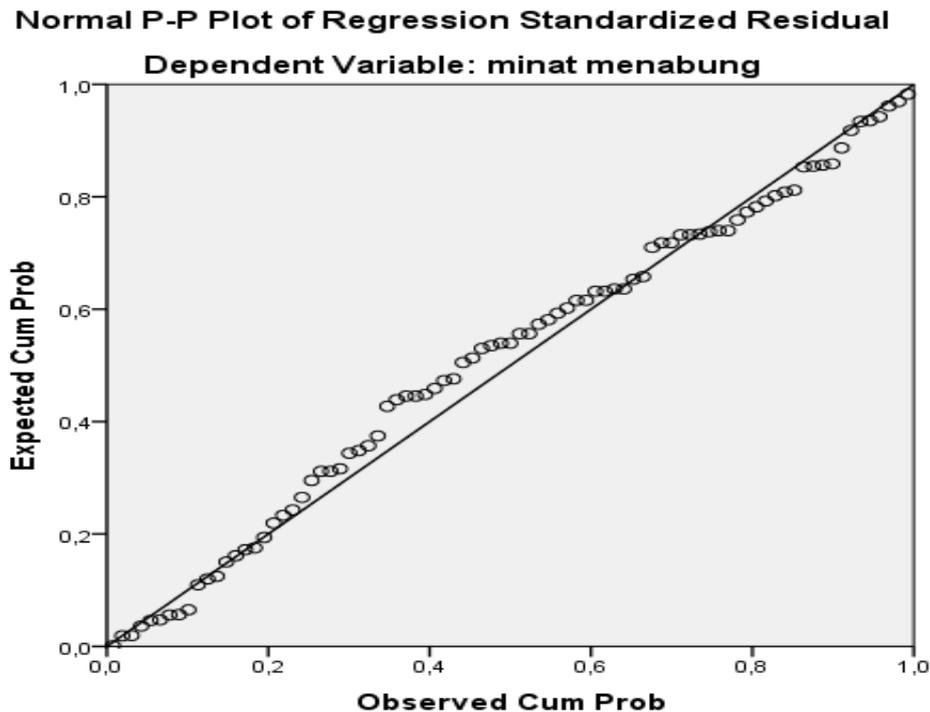


Sumber : Data primer yang diolah, 2017.

Gambar 4.3 tersebut menunjukkan bahwa grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, sesuai kaidah pengambilan keputusan uji normalitas, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

¹⁷ *Ibid.*, hal. 115.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Data primer yang diolah, 2017.

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Berdasarkan *normal probability plot* pada gambar tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

F. Hasil Analisis Statistik

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh citra dan bauran promosi pada minat menabung anggota di PD. BKK Dempet Demak dengan variabel bebas yang meliputi citra dan bauran promosi. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.12
Nilai Koefisien Regresi

Variabel	B
Konstanta	2,036
Citra (X1)	0,066
Bauran promosi (X2)	0,384

Sumber : Data primer yang diolah, 2017.

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh citra dan bauran promosi pada minat menabung anggota di PD. BKK Dempet Demak adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 2,036 + 0,066X_1 + 0,384X_2 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi minat menabung (Y) dengan menggunakan tingkat signifikansi α 0.05 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif yaitu sebesar 2,036, dapat diartikan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas seperti citra dan bauran promosi maka variabel terikat minat menabung sudah memiliki nilai sendiri sebesar 2,036.
- Variabel citra mempunyai pengaruh terhadap minat menabung, dengan koefisien regresi sebesar 0,066. Artinya variabel citra mempunyai pengaruh yang searah dengan minat menabung, apabila variabel citra naik 1 satuan maka minat menabung akan naik sebesar 0,066 dan apabila variabel citra turun sebesar 1 satuan maka minat menabung akan turun sebesar 0,066.
- Variabel bauran promosi mempunyai pengaruh terhadap minat menabung, dengan koefisien regresi sebesar 0,384. Artinya variabel Bauran promosi mempunyai pengaruh yang searah dengan minat menabung, apabila variabel bauran promosi naik 1 satuan maka minat

menabung akan naik sebesar 0,384 dan apabila variabel bauran promosi turun sebesar 1 satuan maka minat menabung akan turun sebesar 0,384.

- d. Koefisien *e* atau *error* menunjukkan bahwa terdapat variabel lain yang mempengaruhi minat menabung yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
- e. Implikasi penelitian yang bisa diambil bahwa minat menabung sangat dipengaruhi oleh citra dan bauran promosi namun variabel yang memiliki pengaruh lebih besar adalah bauran promosi, sehingga bagi karyawan diharapkan memiliki bauran promosi yang tinggi.

2. Uji t

Dalam rangka pengujian hipotesis bahwa variabel citra dan bauran promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat menabung (Y) digunakan uji t.¹⁸ Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan t_{hitung} dari olah data SPSS.

Tabel 4.13

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,036	0,556		3,664	0,000
citra	0,066	0,116	0,065	2,566	0,003
bauran promosi	0,384	0,139	0,316	2,763	0,007

Sumber : Data primer yang diolah, 2017.

¹⁸ *Ibid.*, hal. 84.

a. Citra

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 85-3-1 = 81$ diperoleh $t_{tabel} = 1,6636$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,566. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,566 > 1,6636$), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh citra pada minat menabung anggota di PD. BKK Dempet Demak, sehingga H_1 diterima.

b. Bauran promosi

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dan dengan derajat kebebasan $df (N-k-1) = 85-3-1 = 81$ diperoleh $t_{tabel} = 1,6636$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,763. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,384 < 1,6636$), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya terdapat pengaruh bauran promosi pada minat menabung anggota di PD. BKK Dempet Demak, sehingga H_2 diterima.

3. Uji Statistik F

Langkah pertama yaitu merumuskan hipotesis yaitu diduga terdapat citra dan bauran promosi berpengaruh terhadap minat menabung. Langkah kedua menentukan besarnya F tabel dengan ukuran sampel. Dimana dk pembilang= jumlah variabel= 2 dk penyebut= jumlah sampel= 85 dan nilai $\alpha = 0.05$, sehingga di dapat F tabel = 3,10 seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Statistik F

Koefisien	Nilai
Nilai F	5,641
Nilai Sig.	0,005

Sumber : Data primer diolah, 2017

Langkah ketiga menentukan besarnya F hitung = 5,641 yang telah disajikan tabel ANOVA dalam persamaan regresi. Langkah keempat yaitu membuat keputusan pengujian dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ($5,641 > 3,10$) maka hipotesis yang menyatakan bahwa diduga terdapat citra dan bauran promosi berpengaruh terhadap minat menabung dapat diterima dan terbukti benar.

4. Koefisien Determinasi

Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y), perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan demikian antara variabel baik dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi.¹⁹ Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah minat menabung, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah citra dan bauran promosi. Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

¹⁹ *Ibid.*, hal. 83.

Tabel 4.15
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,548 ^a	0,300	0,320	0,56446	2,260

a. Predictors: (Constant citra, bauran promosi dan *job enlargement*)

b. Dependent Variable: minat menabung

Sumber : Data primer yang diolah, 2017.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai $r = 0,548^a$, hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas citra dan bauran promosi, memiliki hubungan terhadap variabel terikat minat menabung (Y). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang kuat.

Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan R^2 besarnya 0,300. Ini berarti variabel kepuasna kerja dapat dijelaskan oleh variabel citra dan bauran promosi, yang diturunkan dalam model sebesar 30%, atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) minat menabung (Y) sebesar 30%. Variasi minat menabung (Y) bisa dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen, jadi sisanya sebesar $(100\% - 30\% = 70\%)$ minat menabung dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini, misalnya efektifitas komunikasi dan kepercayaan dan lainnya.

G. Pembahasan

1. Pengaruh Citra terhadap Minat menabung

Terdapat pengaruh citra pada minat menabung anggota di PD. BKK Dempet Demak. Berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari pada

hal ini disebabkan karena hasil penelitian menunjukkan bahwa PD. BKK Dempet Demak memiliki reputasi atau nama baik di masyarakat dan memberi pengalaman yang baik melalui pelayanan kepada anggota sehingga mampu meningkatkan minat anggota untuk menabung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 27,1% responden sangat setuju bahwa PD. BKK Dempet Demak memiliki citra yang baik di masyarakat. Sebanyak 29,4% responden sangat setuju bahwa PD. BKK Dempet Demak memiliki ciri khusus yang bisa dilihat dari logonya jika dibandingkan dengan lembaga keuangan lain. Sebanyak 35,3% responden sangat setuju bahwa PD. BKK Dempet Demak memiliki reputasi atau nama baik di masyarakat. Sebanyak 27,1% responden sangat setuju bahwa PD. BKK Dempet Demak memberi pengalaman yang baik melalui pelayanan kepada anggota. Sebanyak 37,6% responden sangat setuju bahwa Citra PD. BKK Dempet Demak merupakan nilai yang berasal dari interaksi anggota dengan karyawan. Sebanyak 30,6% responden sangat setuju bahwa Citra PD. BKK Dempet Demak merupakan nilai yang berasal dari bahasa yang digunakan karyawan. Sebanyak 23,5% responden sangat setuju bahwa identitas PD. BKK Dempet Demak bisa dilihat dengan logo, simbol dan lainnya. Sebanyak 24,7% responden sangat setuju bahwa Jati diri dan identitas PD. BKK Dempet Demak bisa dilihat dengan logo, simbol dan lainnya.

Citra akan timbul berakar dari amanah (kepercayaan) yang kongkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi serta terjadinya proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu atau lembaga. Image yang positif sebuah *brand* atau produk adalah berkaitan dengan tanggapan atau kesan positif dari para konsumen, pemasok, dan publik lain terhadap pengalaman selama menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut yang menunjukkan bahwa mereka percaya, merasa puas, loyal, dan pada gilirannya terjalin kerja sama yang saling menguntungkan. Image yang positif tersebut akan berpengaruh terhadap konsumen atau anggota dalam menggunakan produk yang terdapat di lembaga keuangan syari'ah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Nilam A. Quilim, dkk,²⁰ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh citra terhadap minat menabung.

2. Pengaruh Bauran promosi terhadap Minat menabung

Terdapat pengaruh bauran promosi pada minat menabung anggota di PD. BKK Dempet Demak. Berdasarkan nilai t_{hitung} yang lebih besar dari pada t_{tabel} hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi yang antara lain meliputi PD. BKK Dempet Demak menggunakan iklan cetak yang menunjukkan beberapa produk dan keunggulan BKK terbukti mampu meningkatkan minat anggota untuk menabung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 18,8% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan presentasi penjualan kepada calon anggota BKK. Sebanyak 24,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan pertemuan penjualan kepada calon anggota BKK. Sebanyak 23,5% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan percobaan produk baru kepada calon anggota BKK. Sebanyak 24,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan pemberian *merchandise* kepada calon anggota BKK. Sebanyak 34,1% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan pemasaran melalui promosi *online*. Sebanyak 30,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa karyawan PD. BKK Dempet Demak melakukan pemasaran melalui media sosial (twitter, facebook, instagram). Sebanyak 15,3% responden menyatakan sangat setuju bahwa PD. BKK Dempet Demak menggunakan iklan cetak yang menunjukkan beberapa produk dan keunggulan BKK. Sebanyak 24,7% responden

²⁰ Nilam A. Quilim, dkk, *Op. Cit*, hal. 1356.

menyatakan sangat setuju bahwa PD. BKK Dempet Demak memiliki simbol dan logo yang menunjukkan ciri khas BKK.

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi adalah semua kegiatan yang ditujukan untuk memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan pelanggan pada produk atau perantara. Promosi adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan mengenal produk perusahaan. Dengan demikian, tujuan utama promosi adalah menginformasikan, memengaruhi, membujuk, serta, mengingatkan pelanggan tentang produk atau perusahaan. Ditinjau dari sudut pandang ilmu ekonomi, tujuan prososiasi adalah menggeser kurva permintaan produk perusahaan ke kanan dan membuat permintaan menjadi inelastis (dalam kasus harga naik) dan elastis (dalam kasus harga turun).²¹

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Andreas Ongkowidjojo²² dan Francisca Hermawan²³ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh bauran promosi terhadap minat menabung.

3. Pengaruh Citra dan Bauran promosi terhadap Minat menabung

Terdapat pengaruh citra dan bauran promosi pada minat menabung anggota di PD. BKK Dempet Demak. Berdasarkan nilai F_{hitung} yang lebih besar dari pada F_{tabel} artinya semakin baik citra atau reputasi organisasi serta efektifnya bauran promosi yang dilakukan organisasi terbukti mampu meningkatkan minat menabung anggota.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak sebanyak 22,4% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden cenderung menggunakan produk dan jasa PD. BKK Dempet Demak. Sebanyak 21,2% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden akan

²¹ Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, CV. Pustaka Setia, Bandung, 2013, hal. 349.

²² Andreas Ongkowidjojo, *Op. Cit.*, hal. 2.

²³ Francisca Hermawan, *Op. Cit.*, hal. 103.

mereferensikan produk dan jasa PD. BKK Dempet Demak kepada orang lain. Sebanyak 17,6% responden menyatakan sangat setuju bahwa PD. BKK Dempet Demak merupakan pilihan pertama responden saat akan menabung. Sebanyak 24,7% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden selalu mencari informasi mengenai produk dan jasa PD. BKK Dempet Demak yang saya minati.

Citra yang positif dari para anggota dapat menjadikan nilai positif bagi lembaga keuangan syariah sebab mereka percaya, merasa puas, loyal, dan pada gilirannya terjalin kerja sama yang saling menguntungkan. Disamping itu, kinerja karyawan yang menerapkan etika kerja Islami juga menjadi tolok ukur para anggota dalam menggunakan produk yang ditawarkan, yaitu dengan sikap dan tingkah laku yang jujur, baik, bermoral dan berkemanusiaan dalam melaksanakan pekerjaan, sehingga menjadikan minat anggota lebih tinggi dalam menggunakan produk yang ditawarkan di BKK.

Integrated marketing communication adalah suatu perencanaan untuk membantu atau melengkapi koordinasi periklanan dan penjualan pribadi (*Sales promotionis the designed to supplemen tadvertising and coordinate personal selling*). Banyaknya jenis promosi penjualan, termasuk di dalamnya penurunan harga temporer melalui kupon, rabat, penjualan multi kardus, kontes dan undian, perangko dagang, pameran dagang, tayangan titik jual, contoh gratis, hadiah, membuat promosi penjualan sulit untuk didefinisikan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Nilam A. Quilim, dkk,²⁴ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh citra, bauran promosi dan *job enlargement* terhadap minat menabung.

²⁴ Nilam A. Quilim, dkk, *Op. Cit*, hal. 1356.