

The Effect of Promotion on The Interest of Buying Women's Products in Women's Saves and Loans in Returning Fund Management Units Tomo District, Sumedang Regency

Heni Anggraeni¹, Sukmayadi², Cahyono³

^{1,2,3}Universitas Sebelas April Sumedang

anggraeniheni@gmail.com, sukmayadibaihaqi@gmail.com, decahyoii@gmail.com

Article Info

ABSTRACT

Keywords:

potential,
effectiveness,
advertisement tax

Promotion is an important aspect of the marketing mix that supports sales success. Promotion is used to introduce products to the wider community so that there will be buying interest in a company product so that its use increases. Based on this, this study aims to determine the effect of promotion on the interest in buying savings and loan products for women's groups in the Revolving Fund Management Unit, Tomo District, Sumedang Regency. This study uses a quantitative research method approach. Sampling was done by simple random sampling with the research sample of the female group. The research data collection was carried out by means of a questionnaire, documentation and observation. The research data were analyzed using statistical analysis through simple regression test, correlation coefficient test, determination coefficient test and t test. The results of the study explain that promotion has a strong relationship with purchase intention as indicated by the correlation coefficient of 0.715 then promotion has a positive and significant effect on purchase intention. This is indicated by the regression equation model $Y = 21.912 + 0.429X$, the significance value is smaller than the 0.05 level and the t count (9.016) is greater than the t table (0.678). Furthermore, based on the coefficient of determination test, promotion has an effect of 51.1% on purchase intention, while 48.9% is influenced by other factors not examined.



Copyright © 2022 Journal of Bussines Management Basic. All rights reserved.

Corresponding Author:

Heni Anggraeni,
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. Angkrek Situ No. 19 Sumedang Utara Sumedang.
Email: anggraeniheni@gmail.com

1. INTRODUCTION

Pemerintah telah meluncurkan program nasional pemberdayaan masyarakat (PNPM) Mandiri sejak tahun 2007 untuk penanggulangan kemiskinan dan penciptaan lapangan kerja. Program tersebut merupakan lanjutan dari program pengembangan kecamatan (PPK) pada tahun 1997 sebagai solusi saat krisis moneter tahun tersebut. Program tersebut menitik beratkan pada pengurangan kemiskinan masyarakat di Pedesaan dan memperbaiki kinerja pemerintah daerah (Pemda). Program Pengembangan Kecamatan (PPK) ini dinilai berhasil yakni ditandai dengan ketersediaan lapangan kerja dan pendapatan kelompok rakyat miskin, efisiensi dan efektifitas kegiatan, serta berhasil menumbuhkan kebersamaan dan partisipasi masyarakat. PNPM Mandiri adalah program untuk mempercepat penanggulangan kemiskinan secara terpadu dan berkelanjutan.

Ruang lingkup kegiatan meliputi penyediaan atau perbaikan sarana/ prasarana lingkungan, sosial ekonomi, penyediaan sumber daya keuangan melalui dana bergulir dan kredit mikro. Untuk mencapai sasarannya, kegiatan PNPM bidang ekonomi yakni SPP (Simpan Pinjam Perempuan) dan UEP (Usaha Ekonomi Produktif) bagi kaum Laki-Laki. Dalam pelaksanaannya membutuhkan unsur masyarakat mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan hingga pemantauan dan evaluasi. Visi PNPM Mandiri di pedesaan yakni meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat desa. Jadi dengan adanya program ini diharapkan masyarakat desa mampu memenuhi kebutuhannya dan memobilisasi sumber daya yang ada di lingkungannya maupun di luar lingkungannya sehingga perekonomian meningkat.

Kelompok dapat mengajukan pinjaman kepada UPK tanpa agunan apapun asalkan anggota kelompok memenuhi kriteria persyaratannya yakni dana tersebut digunakan untuk modal usaha. Mekanisme pengajuan

pinjaman mudah, sehingga masyarakat yang membutuhkan modal usaha dapat melakukan pinjaman di Kelompok SPP ini. Pada praktek pelaksanaan pinjaman ini dalam pengembaliannya disyaratkan adanya tambahan biaya atau bunga selain pengembalian pinjaman pokoknya. Selain untuk biaya operasional, tidak semua keuntungan dari bunga digunakan oleh pihak pengelola dana yakni BKAD UPK melainkan untuk kegiatan sosial lain.

Berdasarkan hasil observasi penulis di Unit Pengelola Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang tidak mencapai target. Data mengenai ketidak tercapaian dapat peneliti jelaskan sebagai berikut:

Tabel 1. Rencana dan Realisasi Anggaran Biaya Kegiatan Tahun Anggaran 2019

No	Jenis Kegiatan	Rencana (Rp)	Realisasi (Rp)	%
1	Verifikasi Perguliran	7.200.000	5.400.000	75.00
2	MAD LPJ UPDB	5.000.000	5.000.000	100.00
3	MAD Evaluasi Perguliran	2.650.000	2.600.000	98.11
4	MPP	4.800.000	3.600.000	75.00
5	Audit Tim Pemeriksa	14.150.000	14.150.000	100.00
6	Pemberian IPTW Kelompok	11.506.200	11.820.000	102.73
7	Penyaluran Bantuan Sosial RTM	47.248.100	47.248.100	100.00
8	Reward Kelembagaan	15.749.400	15.749.400	100.00
9	Dana Kelembagaan	15.749.400	15.749.400	100.00
10	Target Jasa SPP	575.310.056	597.630.409	103.88
11	Target Perguliran SPP di 9 Desa	3.000.000.000	2.905.000.000	96.83

Berdasarkan tabel 1.1. pada tahun 2019 seluruh jenis kegiatan yang dilaksanakan oleh Unit Pengelola Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang tidak mencapai target yang ditentukan. Hal ini sebagai dampak dari kurang berminatnya masyarakat terhadap dana bergulir yang dikelola oleh Unit Pengelola Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang, masih tingginya tunggakan pembelalian sisa pinjaman yang harus dilunasi oleh para Kelompok peminjam dana bergulir sebagai dampak dari kurangnya minat beli kelompok terhadap produk layanan SPP (Simpan Pinjam Perempuan) sehingga berdampak terhadap proses pengembalian uang pinjaman yang dinilai belum optimal. Hal ini juga membuktikan bahwa minat beli masyarakat atas pelayanan Unit Pengelola Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang dinilai belum optimal. Maka perlu ditingkatkannya lagi promosi.

Selain itu, hasil analisa peneliti terhadap berbagai dokumen dan informasi melalui perbandingan dana simpan pinjam yang dikelola oleh Unit Pengelola Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang dengan penyedia dana bergulir yang dikelola oleh pihak perbankan Non UPDB dapat peneliti jelaskan sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Observasi Perbandingan Pengelolaan Dana Bergulir yang dikelola oleh UPDB dan Non UPDB

No	Kriteria	Non UPDB	UPDB
1	Syarat Administrasi	Mudah	Harus melalui proses pengajuan proposal
2	Proses Pencairan	Lebih mudah, bisa dimana saja sesuai permintaan nasabah	Harus melalui melalui beberapa tahap seleksi
3	Pencairan	Bisa dilakukan sesuai keinginan nasabah	Harus sepengetahuan Pemerintah Desa
4	Apabila terjadi kredit macet	Ditanggung bersama seluruh nasabah	Ditanggung oleh kelompok
5	Jaminan	Apabila tidak sanggup bayar, jaminan langsung diambil tanpa melalui proses.	Diselesaikan di kelompok melalui musyawarah.

Berdasarkan tabel 1.2. maka dapat disimpulkan bahwa tingginya minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang, lebih berminat mengajukan permohonan modal usaha ke pihak Non Unit Pengelola Dana Bergulir atau dana yang dikelola bukan oleh Unit Pengelola Dana Bergulir atau Non UPDB, hal ini disebabkan karena proses yang panjang dan berbelit-belit.

Dalam Ilmu Strategi Pemasaran, Kotler dan Amstrong (2016: 408) mendefinisikan bauran promosi (*promotion mix*) sebagai “perpaduan spesifik alat-alat promosi yang digunakan perusahaan atau organisasi untuk mengkomunikasikan *value ke customer* secara *persuasive* dan membangun *customer relationship*.”

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Produk Simpan Pinjam Kelompok Perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang.

Berdasarkan penjelasan pada penelitian tersebut, penulis mengidentifikasi permasalahan rendahnya Minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang sebagai berikut :

1. Realisasi anggaran biaya Simpan Pinjam Kelompok Perempuan (SPP) UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang tidak tercapai;
2. Modal usaha Simpan Pinjam Kelompok Perempuan (SPP) UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang masih terbilang kecil hal ini berakibat pada kurangnya minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan oleh anggota kelompok usaha di Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang.
3. Tidak tepat sasarannya kredit simpan pinjam kelompok perempuan yang dikelola oleh UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang;
4. Proses pencairan memerlukan beberapa tahap seleksi yang berakibat pada minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang.
5. Kelompok menanggung sepenuhnya apabila ada anggotanya yang mengalami kredit macet;
6. Syarat yang diperlukan sangat sukar seperti halnya kelompok harus mengajukan proposal terlebih dahulu;
7. Besarnya pengajuan pinjaman kepada pihak Simpan Pinjam Kelompok Perempuan (SPP) di UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang tidak sesuai dengan keinginan kelompok.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diteliti, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Seberapa baik pelaksanaan promosi pada kegiatan simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang.
2. Seberapa tinggi minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang.
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang.

2. METHOD

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan survey, sedangkan uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi. sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak **69 responden**. Untuk memudahkan jumlah anggota sampel dari masing-masing desa di Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang.

3. RESULT AND DISCUSSION

Hasil total indikator untuk variabel Promosi (X) dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3. Skor Kriteria Responden Variabel Promosi (X)
(Sumber : data hasil penelitian, diolah tahun 2020)

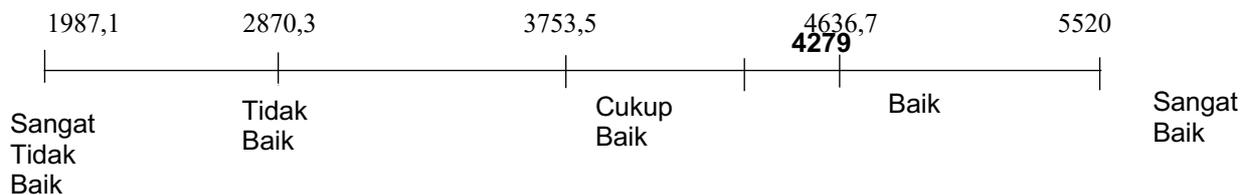
NO. ITEM	Sangat Baik (5)		Baik (4)		Cukup Baik (3)		Tidak Baik (2)		Sangat Tidak Baik (1)		TOTAL SKOR
1	10	50	47	188	4	12	6	12	2	2	264
2	14	70	49	196	0	0	4	8	2	2	276
3	6	30	57	228	2	6	4	8	0	0	272
4	18	90	42	168	1	3	6	12	2	2	275
5	20	100	38	152	1	3	8	16	2	2	273
6	19	95	40	160	2	6	6	12	2	2	275
7	34	170	26	104	1	3	6	12	2	2	291
8	45	225	24	96	0	0	0	0	0	0	321
9	20	100	39	156	2	6	6	12	2	2	276
10	10	50	53	212	0	0	4	8	2	2	272
11	4	20	47	188	6	18	12	24	0	0	250
12	18	90	30	120	3	9	14	28	4	4	251

NO. ITEM	Sangat Baik (5)		Baik (4)		Cukup Baik (3)		Tidak Baik (2)		Sangat Tidak Baik (1)		TOTAL SKOR
13	9	45	39	156	2	6	17	34	2	2	243
14	9	45	39	156	4	12	12	24	5	5	242
15	19	95	28	112	2	6	15	30	5	5	248
16	4	20	48	192	7	21	7	14	3	3	250
											4279

Untuk mengetahui berada pada kategori mana hasil tanggapan responden variabel penelitian secara keseluruhan yang dinilai berdasarkan indikator-indikatornya, dengan kategori skornya dibagi ke dalam lima kategori yaitu sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, sangat tidak baik adalah sebagai berikut :

- Nilai indeks minimum = skor terkecil x jumlah penilaian x jumlah responden
= 1 x 16 x 69 = 1.104
- Nilai indeks maksimum = skor terbesar x jumlah penilaian x jumlah responden
= 5 x 16 x 69
= **5.520**
- Interval = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
= 5.520 – 1.104
= 4.416
- Jarak Interval = Interval: jenjang
= 4.416 : 5
= **883,2**

Skor total untuk variabel Promosi (X) adalah 4279 dari skor harapan **5520**. Hasil angket yang disebar dan dengan yang dirasakan oleh responden dilakukan perbandingan sebagai berikut :



Gambar 1. Promosi (X) Kegiatan Simpan Pinjam Kelompok Perempuan UPDB Kec. Tomo

Untuk mengetahui seberapa tinggi variabel Promosi (X) dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Skor Ideal}}{\text{Skor Total}} \times 100\% \\
 &= \frac{4279}{5520} \times 100\% \\
 &= \mathbf{77,52\%}
 \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden mengenai Promosi pada Unit Pengelola Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang secara keseluruhan dinilai berdasarkan indikator-indikatornya berada pada kategori **baik** atau **77,52%**. Hasil total indikator untuk variabel minat beli (Y) dapat dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 4. Skor Kriteria Minat Beli (Y)
(Sumber : Data hasil penelitian, diolah tahun 2020)

No. Item	Sangat Tinggi (5)		Tinggi (4)		Cukup Tinggi (3)		Rendah (2)		Sangat Tidak Baik (1)		TOTAL SKOR
1	6	30	57	228	0	0	4	8	2	2	268
2	16	80	42	168	1	3	7	14	3	3	268

No. Item	Sangat Tinggi (5)		Tinggi (4)		Cukup Tinggi (3)		Rendah (2)		Sangat Tidak Baik (1)		TOTAL SKOR
3	10	50	52	208	4	12	3	6	0	0	276
4	4	20	43	172	6	18	15	30	1	1	241
5	25	125	43	172	0	0	1	2	0	0	299
6	11	55	56	224	2	6	0	0	0	0	285
7	10	50	55	220	0	0	2	4	2	2	276
8	25	125	44	176	0	0	0	0	0	0	301
9	18	90	38	152	3	9	8	16	2	2	269
10	33	165	24	96	1	3	8	16	3	3	283
11	44	220	24	96	0	0	0	0	1	1	317
12	18	90	38	152	2	6	8	16	3	3	267
											3350

Sedangkan untuk mengetahui berada pada kategori mana hasil tanggapan respon terhadap variabel penelitian secara keseluruhan yang dinilai berdasarkan indikator-indikatornya, dengan kategori skor yang dibagi lima kategori yaitu Sangat Baik (SB), Baik (B), Kurang Baik (KB), Tidak Baik (TB) atau Sangat Tidak Baik (STB) adalah sebagai berikut:

Nilai indeks minimum = skor terkecil x jumlah penilaian x jumlah responden
 = 1 x 69 x 12
 = 828

Nilai indeks maksimum = skor terbesar x jumlah penilaian x jumlah responden
 = 5 x 69 x 16
 = 4.140

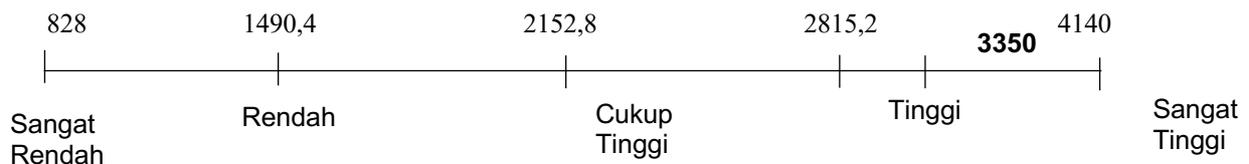
Interval = nilai indeks maksimum – nilai indeks minimum
 = 4.140 – 828
 = 3.312

Jarak Interval = Interval: jenjang
 = 3.312 : 5
 = 662.4

Tabel 5. Penilaian Variabel Penelitian Minat Beli (Y)
(Sumber : Hasil Penelitian, 2020)

No.	Kategori Indikator Penelitian	Interval
1.	Sangat Tidak Baik	828 – 1.490,3
2.	Tidak Baik	1.490,4 – 2.152,7
3.	Cukup Baik	2.152,8 – 2.815,1
4.	Baik	2.815,2 – 3.477,5
5.	Sangat Baik	3.477,6 – 4.140

Berdasarkan tabel 4.44 terlihat bahwa skor total untuk variabel Minat Beli (Y) adalah **3350 (baik)** dari skor harapan **4140**. Hasil angket dengan yang dirasakan oleh responden maka dilakukan perbandingan sebagai berikut :



Gambar 2. Minat Beli Produk Kelompok Unit Pengelola Dana Bergulir
Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang

Untuk mengetahui seberapa tinggi variabel Minat Beli Produk Simpan Pinjam Kelompok Perempuan di Unit Pengelola Dana Bergulir (Y) dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$= \frac{\text{Skor Ideal}}{\text{Skor Total}} \times 100\%$$

$$= \frac{3350}{4140} \times 100\%$$

$$= 80,92\%$$

Dapat disimpulkan bahwa penilaian responden mengenai Minat Beli Produk Simpan Pinjam Kelompok Perempuan di Unit Pengelola Dana Bergulir (Y) secara keseluruhan dinilai berdasarkan indikator-indikatornya berada pada kategori **Baik** atau **80,92%**.

Setelah dilakukan pengolahan data, tampilan *output* dari analisis uji homogenitas Levene ditunjukkan pada sebagai berikut ini :

Tabel 5. Uji Homogenitas *Test of Homogeneity of Variances*

Promosi

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5857,847	20	292,892	10,048	0,000
Within Groups	1399,139	48	29,149		
Total	7256,986	68			

Sumber : Data hasil penelitian, diolah tahun 2020

Pada tabel 4.46 nilai dari Sig diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa $p = 0,000 < 0,005$, maka dapat dikatakan data bukan berasal dari populasi yang homogen.

Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). analisis ini untuk mengetahui hubungan antara variabel promosi (X) dengan variabel minat beli (Y).

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Regresi Sederhana

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	21,962	3,224		6,812	0,000					
	Promosi	0,429	0,051	0,715	8,360	0,000	0,715	0,715	0,715	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Tabel uji signifikansi dan perhitungan koefisien regresi sederhana di atas, digunakan untuk menentukan taraf signifikansi atau linieritas dari regresi. Kriteria dapat ditentukan berdasarkan uji nilai Signifikansi (Sig). dengan ketentuan jika nilai Sig < 0,05. Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai Sig = 0,000 berarti Sig > dari kriteria Signifikansi (0,05). Dengan demikian model persamaan regresi berdasarkan data penelitian adalah signifikan atau model persamaan regresi memenuhi kriteria. Hasil perhitungan koefisien regresi sederhana di atas, memperlihatkan nilai koefisien konstanta adalah sebesar **21,962** koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar **0,429**. Sehingga diperoleh persamaan regresi **Y = 21,962 + 0,429X**.

Tabel 7. Koefisien Korelasi Pengaruh Promosi dengan Minat Beli

Correlations			
		Promosi	Minat Beli
Promosi	Pearson Correlation	1	0,715**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	69	69
Minat Beli	Pearson Correlation	0,715**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	69	69

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil perhitungan *rank spearman* dapat diketahui bahwa koefisien korelasi yang diperoleh sebesar **0,715**. Dengan demikian besarnya hubungan pengaruh promosi terhadap minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang yaitu sebesar **0,715** dan ada pada interval 0,60 – 0,799 atau memiliki hubungan yang **kuat**.

Penentuan besarnya pengaruh promosi terhadap minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang dengan menggunakan rumus Koefisien Determinasi (KD), dapat peneliti jelaskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,715)^2 \times 100\% \\ &= 0,715 \times 100\% \end{aligned}$$

$$\text{KD} = 51,12\%$$

Besarnya Pengaruh promosi terhadap minat beli sebesar **51,12%** berada pada rentang **49% - 81%**. Bahwa pengaruh promosi terhadap minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang memiliki pengaruh yang **kuat** dan masih ada **48,88%** faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

A. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi ditempuh langkah-langkah sebagai berikut :

a. Mencari t hitung dengan rumus

$$\begin{aligned} t &= r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= 0,715 \frac{\sqrt{69-2}}{\sqrt{1-0,715^2}} \\ &= 0,715 \frac{8,815}{0,699} \\ &= 0,715 \times 12,61 \\ &= 9,01615 \end{aligned}$$

Mencari derajat kebebasan dengan rumus :

$$dk = n - 2$$

$$dk = 69 - 2$$

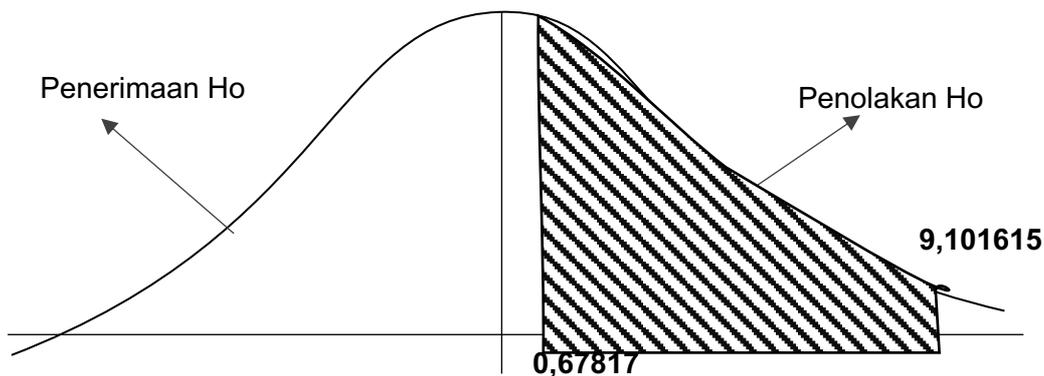
$$dk = 67$$

b. Mencari t tabel

Mencari nilai t tabel dengan derajat kebebasan (dk) = 67 dan taraf signifikansi 10%. **t = 0,67817**.

c. Uji Hipotesis

Setelah melihat hasil perhitungan di atas, ternyata **t hitung > t tabel** atau **9,101615 > 0,67817**. Dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.



Gambar 1. Kurva Daerah Penolakan dan Penerimaan Hipotesis

Berdasarkan Kurva di atas dapat disimpulkan bahwa H_0 berada pada daerah penolakan maka hal tersebut berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa terhadap pengaruh positif antara

promosi terhadap minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelolaan Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang dapat diterima.

4. CONCLUSSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh promosi terhadap minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di Unit Pengelola Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kegiatan promosi produk simpan pinjam kelompok perempuan yang dilakukan di UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang sudah baik. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengukuran indikator-indikator promosi yang menunjukkan skor kriterium sebesar 4279. Nilai tersebut berada pada kategori baik dengan nilai interval 3753,6 – 4636,7. Kemudian sebesar 77,52% kegiatan sudah sesuai harapan.
2. Tingkat minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang sudah baik. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil pengukuran indikator-indikator minat beli menunjukkan skor kriterium sebesar 3350, nilai tersebut berada pada kategori baik dengan nilai interval 2815,2 – 3477,5 kemudian sebesar 80,92% minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang sudah sesuai harapan.
3. Promosi mempunyai hubungan yang kuat dengan minat beli yang ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,715, kemudian, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal tersebut ditunjukkan dengan model persamaan regresi $Y = 21,962 + 0,429X$, nilai signifikansi lebih kecil dari taraf 0,05 dan nilai t hitung (9,016) lebih besar dari t tabel (0,678). Selanjutnya berdasarkan uji koefisien determinasi, promosi berpengaruh sebesar 51,1% terhadap minat beli, sedangkan 48,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Setelah peneliti melaksanakan penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Pada Kegiatan Simpan Pinjam Kelompok Perempuan Unit Pengelola Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang. Untuk hal tersebut peneliti memberikan saran, kiranya dapat dijadikan masukan bagi Unit Pengelola Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang. Adapun saran tersebut sebagai berikut :

1. Unit Pengelolaan Dana Bergulir (UPDB) Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang harus mampu mempertahankan dan meningkatkan strategi promosi kepada para kelompok Usaha kecil dan menengah di wilayah Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang melalui peningkatan kemampuan komunikasi karyawan, peningkatan ketelitian dalam mengidentifikasi konsumen, mengumpulkan dan menyerap informasi masyarakat, dan optimalisasi kegiatan sosialisasi promosi produk simpan pinjam kelompok perempuan oleh UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang, dimana dengan adanya strategi promosi yang baik akan meningkatkan minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang.
2. Untuk meningkatkan minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan di UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang, perlu peningkatan kemampuan dan pengetahuan tentang promosi yang lebih informatif, keunikan produk dan peningkatan kualitas produk-produk pilihan yang terbaik kepada para kelompok usaha agar tujuan UPDB dalam mensejahterakan masyarakat di Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang dapat tercapai dengan maksimal.
3. Untuk meningkatkan Minat Beli Pada Kegiatan Simpan Pinjam Kelompok Perempuan Unit Pengelola Dana Bergulir Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang hendaknya selalu mempertimbangkan kebijakan yang dibuat terutama dalam hal peningkatan strategi promosi dan peningkatan sumber daya pengelola UPDB di Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang. Hal ini perlu dilakukan sebab dengan adanya strategi promosi yang baik akan meningkatkan minat beli produk simpan pinjam kelompok perempuan pada UPDB Kecamatan Tomo Kabupaten Sumedang dan tentunya target yang ditetapkan akan tercapai.

REFERENCE

- Alma Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Amstrong, Gary & Philip Kotler. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhelindo.
- Assauri. S. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Benyamin Molan. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: PT. Macaman Jaya Cemerlang.
- JS Ryonoo. 2017. *Cosumer Behavior, Tenth Edisition, Prentice Pearson Education Inc*. New Jersey: USA.

- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2016. *Principles of Marketin*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Priansa Junni Donni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Shimp, Terence A. 2017. *Advertising Promotion and Other Aspects of Interated Marketing Communication 8th Edition*. Canada: Nelson Education, Ltd.
- Stanton. 2016. *Prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa: Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga.
- Sunyoto. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Cetakan Ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Priyono Sigit.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2017. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran Edisi Ke-4*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- _____. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Bidara Bulan Gunari, Farah Oktafani. (2018). *Pengaruh Servicescape dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang pada Siete Café Bandung*. Jurnal Manajemen dan Bisnis (Almana) Vol. 2 No.3 / Desember 2018.
- Dinas Rian Fiona. (2020). *Pengaruh Promosi Penjualan dan E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Gopay di Jabodetabek)*.
- Ivan Nugraha Gunawan. (2018). *Pengaruh Tempat dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Jasa Sewa Dress Secara Online*. Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis Volume 3 Nomor 1 April 2018. Fakultas Manajemen Bisnis Universitas Ciputra Surabaya.
- Mustika Hakim, Ambar Lukitaningsih, Susanto. (2019). *Pengaruh romosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Jurnal ekobis Dewantara Vol.2 No.3 Desember 2019.
- Siti Nurhasanah.(2013). *Pemberdayaan Perempuan Melalui Kegiatan Ekonomi Berkeadilan (Simpan Pinjam Syariah Perempuan)*, SAWWA Volume 9 Nomor 1 Oktober 2013.
- STIE Sebelas April Sumedang.2020. *Pedoman Penyusunan Skripsi*. STIE Sebelas April Sumedang.
- Tim Koordinasi Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM), Petunjuk Teknis Operasional PNPM Mandiri Pedesaan : Jakarta.
- Wahyu Ramadoni. (2020). *Pengaruh Promosi OVO Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian Pada Pengguna OVO*. Jurnal Ecopreneur.12 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Vol.3 No.1 Tahun 2020, ISSN : 2614-3968 (Cetak) / ISSN : 2615-6237 (Online),