

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh *Internet Marketing* Terhadap Tingkat Penjualan Kredit Pada PT. BPR Kertamulia-Bandung”. PT. BPR Kertamulia merasakan ketatnya persaingan antar bank dalam memasarkan produknya. Hal ini membuat PT. BPR Kertamulia Bandung merasa perlu melakukan sebuah terobosan dalam pemasaran kredit kepada masyarakat. Salah satu strategi marketing yang mulai berkembang saat ini adalah *Internet Marketing*. *Internet marketing* adalah sebuah proses untuk membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan *online* sebagai sarana untuk pertukaran pendapat, produk, dan jasa sehingga dapat mencapai tujuan kedua belah pihak. Dengan pemanfaatan internet marketing PT. BPR Kertamulia berharap dapat meningkatkan angka penjualan kreditnya dan mencapai target yang telah ditetapkannya. Strategi *internet marketing* yang diterapkan oleh PT. BPR Kertamulia melalui program kredit *online*, yaitu melalui website www.bprkertamulia.co.id. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *internet marketing* yang digunakan oleh PT. BPR Kertamulia terhadap peningkatan penjualan kreditnya.

Dalam penelitian ini defenisi operasional dari *Internet Marketing* adalah jumlah pengunjung melalui website www.bprkertamulia.co.id tiap minggunya, yang merupakan sarana untuk menawarkan kredit pada calon nasabah (X). Penjualan kredit adalah jumlah kredit yang dijual oleh PT. BPR Kertamulia berdasarkan permohonan pengajuan kredit yang diterima melalui website www.bprkertamulia.co.id tiap minggunya (Y). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pengunjung dan pengajuan kredit melalui www.bprkertamulia.com sejak Desember 2017 hingga Juli 2018.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu metode penelitian yang berusaha menyimpulkan, menyajikan dan menganalisis data sehingga dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai objek yang akan diteliti dan menarik kesimpulan berdasarkan penelitian yang dilakukan. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik analisa regresi linear sederhana. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (*Internet Marketing*) dengan variabel dependen (apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen(Penjualan kredit).

Berdasarkan analisa yang dilakukan, tersebut diperoleh hasil bahwa ada pengaruh positif dan signifikan *Internet Marketing* terhadap Penjualan Kredit. Maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh pengaruh *Internet Marketing* pada peningkatan penjualan kredit PT. BPR Kertamulia. Semakin banyak pengunjung situs kredit online PT. BPR Kertamulia (www.bprkertamulia.co.id) maka penjualan kredit di PT. BPR kertamulia juga akan meningkat. Kontribusi pengaruh *Internet Marketing* terhadap penjualan kredit di PT. BPR Kertamulia adalah sebesar 43 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain, seperti persyaratan kredit yang dimiliki calon debitur, tingkat bunga kredit, dll.

Kata kunci : *Internet Marketing*, Penjualan Kredit

ABSTRACT

The title of this study is "The Effect Of Internet Marketing Toward Credit Sales Of PT. BPR KERTAMULIA". PT. BPR Kertamulia felt the high competition between banks in marketing their products. This makes PT. BPR Kertamulia Bandung feels they need to make a breakthrough in marketing credit to the public. One marketing strategy that began to develop now is Internet Marketing. Internet marketing is the process of building and maintaining customer relationship through online activities to facilitate the exchange of ideas, product, and service that satisfy the goals of both parties (Rafi A. Mohammed, et al (2002). The internet marketing strategy implemented by PT. BPR Kertamulia in the form of online credit, through the website www.bprkertamulia.co.id. The purpose of this study is to determine the effect of internet marketing used by PT. BPR Kertamulia toward their credit sales.

Operational definition of Internet marketing is the number of visitors through the site www.bprkertamulia.co.id each week (X). Credit sales is the amount of credit sold by PT. BPR Kertamulia based on credit application requests received through website www.bprkertamulia.co.id each week (Y). The data used in this study are visitor data and credit submissions through website www.bprkertamulia.com from December 2017 to July 2018.

This study uses descriptive research methods, that attempt to conclude, present and analyze data so that it can provide a fairly clear picture of the object to be studied and draw conclusions based on the research conducted. The analysis technique used in this study is a simple linear regression analysis technique. Simple linear regression analysis technique aims to determine the direction of the relationship between the independent variable(Internet Marketing) and the dependent variable (credit sales) whether positive or negative and to predict the value of the dependent variable.

The result of this study show that there was a positive and significant effect of Internet marketing on Credit Sales of PT. BPR Kertamulia-Bandung. Therefore it can be said that there is an effect of internet marketing (www.bprkertamulia.co.id) used by PT. BPR Kertamulia on increasing their credit sales. The effect of Internet marketing on PT. BPR Kertamulia is 43%, while the rest is influenced by other factors, such as the credit requirements of prospective borrowers, credit interest rates, etc. An increase in the number of visitors of www.bprkertamulia.co.id will increase the number of credit sales of PT. BPR Kertamulia. The effect of Internet Marketing on PT. BPR Kertamulia is 43%, while the rest is influenced by other factors, such as the credit requirements of prospective borrowers, credit interest rates, etc.

Keyword : Internet Marketing, Credit Sales