

THE INFLUENCE OF MARKETING, SERVICE, AND LOAN STRATEGIES ON IMPROVING EMPLOYEE PERFORMANCE PT. BANK MANDIRI TASPEN KC PEMATANG SIANTAR

PENGARUH STRATEGI MARKETING, PELAYANAN, DAN PINJAMAN TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN PT. BANK MANDIRI TASPEN KC PEMATANG SIANTAR

Aulia Rafli¹, Enryco Septian Sidabutar², Deni Faisal Mirza^{4*}, Susan Novrini³
Universitas Prima Indonesia^{1,2,3}, Universitas Islam Sumatera Utara⁴
denifm.ukmcenter@yahoo.com⁴

ABSTRACT

The aim of the research is to determine the results of the analysis of the influence of Marketing, Service and Loan Strategies on Increasing Employee Performance at PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar. The research methods used in this research include quantitative. The population of this research is all active employees at PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar. Sampling was carried out by distributing questionnaires via gform to 22 employees of PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar uses the Census method where the entire population is sampled. The data analysis technique uses multiple linear regression. The results of partial hypothesis calculations obtained $t_{count} > t_{table}$ or, $4.594 > 2.085$ and $0.000 < 0.05$, meaning that marketing strategy has a partial positive and significant effect on employee performance. The results of partial hypothesis calculations obtained $t_{count} > t_{table}$ or $3.511 > 2.085$ and $0.002 < 0.05$, meaning that service has a partial positive and significant effect on employee performance. The results of partial hypothesis calculations obtained $t_{count} > t_{table}$ or $3.545 > 2.085$ and $0.002 < 0.05$, meaning that loans have a partial positive and significant effect on employee performance. The results of simultaneous hypothesis calculations obtained a value of F_{count} (30.028) $> F_{table}$ (3.522) and $0.000 < 0.05$, meaning that marketing, service and loan strategies have a positive and significant effect simultaneously on employee performance. The results of the coefficient of determination test which can be seen from the Adjusted R Square are 83.3%, showing that marketing, service and loan strategies affect employee performance, while the remaining 16.7% is influenced by other variables outside the research model.

Keywords: *Marketing Strategy, Services, Loans, Employee Performance*

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui hasil analisis dari pengaruh Strategi Marketing, Pelayanan, dan Pinjaman terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini meliputi kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh karyawan aktif pada PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar. Pengambilan sample dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui gform kepada 22 karyawan PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar dengan menggunakan metode Sensus yang dimana seluruh populasi dijadikan sampel. Teknik Analisa data menggunakan menggunakan regresi linier berganda. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau, $4,594 > 2,085$ dan $0,000 < 0,05$, berarti strategi marketing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,511 > 2,085$ dan $0,002 < 0,05$, berarti pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,545 > 2,085$ dan $0,002 < 0,05$, berarti pinjaman berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kinerja karyawan. Hasil perhitungan hipotesis secara simultan diperoleh nilai F_{hitung} (30,028) $> F_{tabel}$ (3,522) dan $0.000 < 0.05$, berarti strategi marketing, pelayanan, dan pinjaman berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kinerja karyawan. Hasil uji koefisiensi determinasi yang dapat dilihat dari *Adjusted R Square* sebesar 83,3% menunjukkan strategi marketing, pelayanan, dan pinjaman terhadap kinerja karyawan sedangkan sisanya sebesar 16,7% nya dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari model penelitian.

Kata Kunci: Strategi Marketing, Pelayanan, Pinjaman, Kinerja Karyawan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Bank Mandiri adalah sebuah bank milik pemerintah Indonesia yang didirikan pada 1998. Bank ini terbentuk dari penggabungan empat bank pemerintah lainnya yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia. Saat ini, Bank Mandiri terus memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia dengan menyediakan berbagai macam jasa keuangan.

PT Bank Mandiri TASPEN adalah anak perusahaan Bank Mandiri yang berfokus pada usaha perbankan untuk segmen UMKM dan pensiunan. Perusahaan ini sebelumnya dikenal dengan nama PT Bank Mandiri TASPEN Pos yang didirikan pada tahun 2014 dan PT Bank Sinar Harapan Bali yang didirikan pada tahun 1970. Bank Mandiri memiliki kepemilikan saham sebesar 48,437% dalam PT Bank Mandiri TASPEN.

Strategi marketing atau pemasaran merupakan hal penting dalam mengembangkan suatu bisnis. PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar pasti menggunakan strategi marketing yang tepat untuk mengembangkan bisnisnya. Dalam hal ini, kinerja karyawan sangat penting untuk dapat menjalankan strategi marketing agar bisnis dapat berjalan dengan baik. Karyawan di

PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar bekerja untuk menjalankan strategi marketing yang ditetapkan agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang lebih besar.

Pelayanan merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan pelanggan. Kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar sangat

penting dalam memberikan pelayanan yang baik. Sesuai dengan ketentuan regulator,

PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar menyediakan sarana untuk nasabah dapat menyampaikan pengaduan, baik secara lisan maupun tertulis. Media penyampaian pengaduan nasabah ini merupakan salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk menjaga kepuasan nasabah.

Pinjaman bank sebagai salah satu bentuk menarik nasabah untuk menggunakan jasa mereka. Program pinjaman ini membantu nasabah dalam memenuhi kebutuhan pokok mereka. Dari observasi yang dilakukan, program pinjaman PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar dijalankan sebagai suatu investasi dan sumber arus kas bagi perusahaan.

Di PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar kami menemukan permasalahan dalam bentuk strategi marketing, pelayanan, dan pinjaman. Dalam hal strategi marketing masih kurangnya pihak marketing terjun langsung ke masyarakat untuk mempromosikan dan menginformasikan peran serta PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar. Begitu juga dengan pelayanan, terlampau lamanya para pensiunan ataupun nasabah dalam menunggu antrian selama 10-15 menit. Mengingat para nasabah ini adalah para pensiunan yang sudah lanjut usia. Dalam hal pinjaman, kurang tercapainya target perusahaan dalam melayani bentuk pinjaman masyarakat kepada Bank baik itu pinjaman investasi maupun modal kerja.

Kinerja merupakan suatu kegiatan atau proses kerja yang berdasarkan kemampuan untuk memperoleh hasil yang diharapkan. Kinerja mencerminkan keberhasilan yang diinginkan dan perilaku individu/karyawan dalam

mencapai tujuan. Sebagai karyawan pada

PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar tentunya mereka akan menampilkan kinerja yang maksimal agar menyelesaikan tugasnya dengan baik. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Strategi Marketing, Pelayanan dan Pinjaman Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar ”.

Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dari penelitian ini adalah :

1. Strategi marketing berpengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar
2. Pelayanan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar
3. Pinjaman berpengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar
4. Strategi marketing, pelayanan dan pinjaman berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka penelitian mengidentifikasi masalah berikut :

1. Bagaimana pengaruh strategi marketing terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar?
3. Bagaimana pengaruh pinjaman

terhadap terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar?

4. Bagaimana pengaruh strategi marketing, pelayanan dan pinjaman terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh strategi marketing terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar.
2. Menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar.
3. Menganalisis pengaruh pinjaman terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar.
4. Menganalisis pengaruh strategi marketing, pelayanan, dan pinjaman PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar.

Manfaat Penelitian

Adapun yang diharapkan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, untuk tambahan wawasan dan pengetahuan.
2. Bagi Peneliti selanjutnya, untuk referensi melakukan penelitian dan dapat dikembangkan menjadi lebih sempurna.
3. Bagi perusahaan, untuk bahan evaluasi bagi karyawan.
4. Bagi Universitas, untuk menambah referensi di perpustakaan.

Teori tentang Strategi Marketing Strategi Marketing

Danang Sunyoto (2012), “Strategi Marketing adalah suatu

cara atau rencana dalam kegiatan bisnis yang ditujukan untuk mempromosikan dan mendistribusikan barang/jasa agar dapat mencapai suatu tujuan yaitu kepuasan konsumen/pelanggan”.

Indikator Strategi Marketing

Menurut Danang Sunyoto (2012:18), “Indikator Strategi Marketing yang efektif adalah sebagai berikut

1. Produk
2. Harga
3. Promosi
4. Tempat

Teori tentang Pelayanan Pelayanan

Kasmir (2017:47), “Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang/lembaga/organisasi dengan tujuan untuk memberikan layanan yang terbaik kepada pelanggan/konsumen”.

Indikator Pelayanan

Menurut Kasmir (2017:67), “Untuk mengukur kualitas pelayanan yang baik diperlukan indikator sebagai berikut

1. Komunikasi
2. Empati
3. Karyawan
4. Sarana
5. Bertanggung Jawab
6. Kemampuan

Teori tentang Pinjaman Pinjaman

I Wayan Sudirman (2013), “Pinjaman atau kredit merupakan suatu kegiatan perekonomian yang dilakukan suatu perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk atau jasa. Selain itu tujuan dari kredit ini adalah untuk mendapatkan laba bank dan meningkatkan kegiatan perekonomian masyarakat”.

Indikator Pinjaman

Indikator pinjaman menurut I Wayan Sudirman dalam bukunya berjudul *Manajemen Perbankan Menuju Bankir Kovensional yang Profesional* sebagai berikut:

1. Kepercayaan
2. Jangka waktu
3. Objek kredit
4. Kepuasan

Teori tentang Kinerja Kinerja

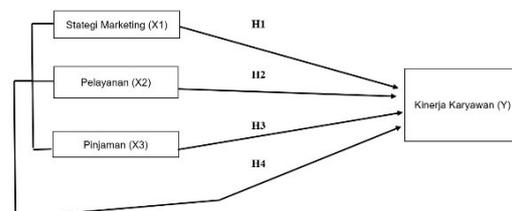
Menurut Sutrisno (2010), “Kinerja adalah keberhasilan seseorang melakukan suatu tugas, hasil dari suatu tugas yang dapat dicapai individu atau kelompok dalam suatu organisasi berdasarkan hak dan tanggung jawab masing-masing, atau bagaimana orang berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas yang diberikan kepadanya serta kuantitas, kualitas dan waktu yang digunakan dalam menjalankan tugas”.

Indikator Kinerja

Menurut Sutrisno (2010:176) “Untuk mengukur kinerja diperlukan beberapa indikator sebagai berikut

1. Efektivitas
2. Otoritas
3. Disiplin
4. Inisiatif

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan :

- H1 : Strategi Marketing berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar

- H2 : Pelayanan berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar
- H3 : Pinjaman berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar
- H4 : Strategi Marketing, Pelayanan, Pinjaman berpengaruh terhadap kinerja karyawan PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian di lakukan di PT Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar yang beralamat Jalan Sutomo No. 5BB-5CC, Proklamasi, Siantar Barat, Proklamasi, Kec. Siantar Bar., Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara 21145. Waktu penelitian dilakukan mulai bulan Desember 2022 sampai dengan bulan September 2024.

Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti melakukan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), “Metode kuantitatif merupakan pendekatan yang menggunakan metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah secara konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis”.

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Asosiatif kasual. Menurut Sugiyono (2016:55), “Penelitian asosiatif kasual adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”.

Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2019:65), “Penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah

penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2016), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi juga didefinisikan sebagai kesatuan subjek dalam peneletian yang menjadi elemen terpenting dalam suatu penelitian. Jadi pada prinsipnya, populasi adalah semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang tinggal bersama dalam suatu tempat secara terencana menjadi target kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian.

Sampel

Menurut Sugiyono (2016), “Sampel merupakan bagian dari objek atau orang yang terdapat dalam populasi dan kemudian akan dipilih untuk penelitian”. Menurut Arikunto (2010:134-185), “Apabila populasi penelitian berjumlah kurang dari 100 maka sampel yang diambil adalah semuanya, namun apabila pupulasi penelitian berjumlah lebih dari 100 maka sampel dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik sampling jenuh Menurut Sugiyono (2014:118), “Teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.”

Adapun rumus slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = ukuran sampel,

N = ukuran populasi,

e = persentasi kelonggoran

ketidak telitian karena kesalahan ambil sampel yang dapat di tolelir 10%.

Adapun jumlah di PT Mandiri Taspen KC Pematang Siantar berjumlah 22 karyawan mengingat jumlah populasi dibawah 100 peneliti tidak menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi, digunakan sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai karakteristik yang spesifik jika dibandingkan dengan teknik yang lainnya seperti wawancara dan kuesioner.
2. Kuesioner, teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan baik lisan maupun tulisan yang secara responden untuk dijawab.
3. Wawancara, digunakan sebagai teknik pengumpulan data, jika penelitian ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti.
4. Dokumentasi, digunakan sebagai teknik pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan.

Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang pertama di dapatkan langsung kepada pengumpulan data menurut Sugioyono (2016:402), "Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan pengumpulan data kepada pengumpul data".

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah proses dan penelitian yang tidak berhubungan langsung dengan memberikan data kepada pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2016:402), "Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data

kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen".

Identifikasi dan Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 1. Definisi Operasional dan pengukuran penelitian

VARIABEL	DEFENISI	INDIKATOR	SKALA
STRATEGI MARKETING (X1)	Strategi marketing adalah suatu kegiatan bisnis yang ditujukan untuk mempromosikan dan mendistribusikan barang/jasa agar dapat mencapai suatu tujuan yaitu kepuasan konsumen/pelanggan.	1. Produk 2. Harga 3. Promosi 4. Tempat	Likert
PELAYANAN (X2)	Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang/lembaga/organisasi dengan tujuan memberikan layanan terbaik kepada pelanggan/konsumen.	1. Komunikasi 2. Empati 3. Karyawan 4. Sarana 5. Bertanggung jawab 6. Kemampuan	Likert
PINJAMAN (X3)	Pinjaman atau kredit merupakan suatu kegiatan perekonomian yang dilakukan perusahaan yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk atau jasa. Selain itu tujuan dari kredit ini adalah untuk mendapatkan laba bank dan meningkatkan kegiatan perekonomian masyarakat.	1. Kepercayaan 2. Jangka waktu 3. Objek kredit 4. Kepuasan	Likert
KINERJA KARYAWAN (Y)	Kinerja adalah keberhasilan seseorang melakukan tugas, hasil dari suatu tugas yang dapat dicapai individu atau kelompok dalam suatu organisasi berdasarkan hak dan tanggung jawab masing-masing, atau bagaimana orang berfungsi dan berperilaku sesuai dengan tugas yang diberikan kepadanya serta kuantitas, kualitas dan waktu yang digunakan dalam menjalankan tugas.	1. Efektivitas 2. Otoritas 3. Disiplin 4. Inisiatif	Likert

Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Variabel

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2013), "Validitas adalah instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur".

Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2013), "Uji reabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur suatu kestabilan dan konsentrasi skala pengukuran".

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2013). "Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui

apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak”.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2013), “Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas”.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013), “Uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain”.

Model Analisis Data Penelitian

Model Penelitian

Menurut Sugiyono (2016), “Analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen”.

Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016), “Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen”.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

Menurut Ghozali (2016), “Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik F adalah jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen”. Menurut Ghozali (2012:98), “Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F table, maka H_0 ditolak. Jika F hitung lebih kecil dari F table maka H_0 diterima pada $\alpha = 0,05$ ”.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji-T)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut Ghozali (2016:97), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut”:

1. Jika $-T_{tabel} \leq T_{hitung} \leq T_{tabel}$; maka H_0 diterima, pada $\alpha = 0,05$
2. Jika $T_{hitung} < -T_{tabel}$ atau $T_{hitung} > T_{tabel}$; maka H_0 ditolak, pada $\alpha = 0,05$

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	Statistics			
	STRATEGI MARKETING	PELAYANAN	PINJAMAN	KINERJA
N	Valid 22	22	22	22
	Missing 0	0	0	0
Mean	46.41	48.14	33.27	34.95
Median	46.00	45.00	32.00	34.50
Std. Deviation	8.798	7.996	5.035	3.214

Hasil statistic deskriptif antar variabel mendapatkan hasil Mean variabel Strategi Marketing 46,41, pelayanan 48,14, pinjaman 33,27 dan kinerja 34,95. Sedangkan untuk median variabel strategi marketing 46, pelayanan 45, pinjaman 32 dan kinerja 34,50. Untuk std.deviation masing-masing variabel 8,798, 7,996, 5,035 dan 3,214.

Hasil Instrumen Data

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuersioner. Suatu kuersioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuersioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuersioner yang

sudah kita buat betul-betul dengan mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2016). Pengambilan suatu item valid atau tidak valid dapat diketahui dengan cara mengkolerasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi r diatas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid dan sebaliknya apabila dibawah 0,05 maka butir instrumen tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Pada penelitian ini dalam pengujian validitas peneliti menggunakan alat ukur berupa program komputer yaitu IBM SPSS versi 22. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Validitas Strategi Marketing (X1)

Tabel 3. Validitas Strategi Marketing

Variabel	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Strategi Marketing (X1)			
X1.1	0,733	0,422	Valid
X1.2	0,724	0,422	Valid
X1.3	0,511	0,422	Valid
X1.4	0,566	0,422	Valid
X1.5	0,782	0,422	Valid
X1.6	0,782	0,422	Valid
X1.7	0,602	0,422	Valid
X1.8	0,630	0,422	Valid

Sumber: Data diolah: 2024

Hasil uji validitas X1 pada tabel diatas menunjukkan r Hitung lebih besar Tabel (0,422). Maka keseluruhan soal menunjukkan kevalidanya.

Validitas Pelayanan (X2)

Tabel 4. Validitas Pelayanan

Variabel	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Pelayanan (X2)			
X2.1	0,566	0,422	Valid
X2.2	0,431	0,422	Valid
X2.3	0,855	0,422	Valid
X2.4	0,823	0,422	Valid
X2.5	0,769	0,422	Valid
X2.6	0,846	0,422	Valid
X2.7	0,747	0,422	Valid
X2.8	0,704	0,422	Valid
X2.9	0,827	0,422	Valid
X2.10	0,713	0,422	Valid
X2.11	0,865	0,422	Valid
X2.12	0,763	0,422	Valid

Hasil uji validitas X2 pada tabel diatas menunjukkan r Hitung lebih besar Tabel (0,422). Maka keseluruhan soal

menunjukkan kevalidanya.

Validitas Pinjaman (X3)

Tabel 5. Validitas Pinjaman

Variabel	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Pinjaman (X3)			
X3.1	0,778	0,422	Valid
X3.2	0,567	0,422	Valid
X3.3	0,682	0,422	Valid
X3.4	0,948	0,422	Valid
X3.5	0,874	0,422	Valid
X3.6	0,805	0,422	Valid
X3.7	0,670	0,422	Valid
X3.8	0,717	0,422	Valid

Hasil uji validitas X3 pada tabel diatas menunjukkan r Hitung lebih besar Tabel (0,422). Maka keseluruhan soal menunjukkan kevalidanya.

Validitas Kinerja Y

Tabel 6. Validitas Kinerja Y

Variabel	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kinerja (Y)			
Y.1	0,593	0,422	Valid
Y.2	0,524	0,422	Valid
Y.3	0,681	0,422	Valid
Y.4	0,663	0,422	Valid
Y.5	0,631	0,422	Valid
Y.6	0,767	0,422	Valid
Y.7	0,663	0,422	Valid
Y.8	0,593	0,422	Valid

Hasil uji validitas X3 pada tabel diatas menunjukkan r Hitung lebih besar Tabel (0,422). Maka keseluruhan soal menunjukkan kevalidanya.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk menunjukkan dan membuktikan bahwa suatu instrument data dapat cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik (Sugiyono, 2019). Koefisien alpha dapat dikatakan reliabel ketika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$. Perhitungan data tersebut akan dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS versi 22. Hasil pengujian realibilitas untuk masing-masing variabel dapat dipaparkan sebagai berikut ini:

Tabel 7. Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.978	8

Tabel 8. Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	12

Tabel 9. Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	8

Tabel 10. Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	8

Berdasarkan pada tabel diatas bahwa hasil uji realibilitas tersebut menunjukkan bahwa seluruh nilai koefisien *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel memiliki nilai variabel X1 reliabel dengan hasil *Cronbach Alpha* 0,978, Variabel X2 0,928 dan Varibael X3 0,889 sedangkan untuk variabel y reliabel dengan hasil *Cronbach Alpha* 0,782.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi normal (Ghozali, 2016). Uji normalitas dilakukan dengan normal probability plot dengan bantuan program statistic computer IBM SPSS versi 25.

Pada penelitian ini menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov test* dengan nilai signifikan sebesar 0.05 dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig > 0,05 maka data terdistribusi secara normal
2. Jika nilai sig < 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal

Tabel 11. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		22
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.31169496
Most Extreme Differences	Absolute	.167
	Positive	.112
	Negative	-.167
Test Statistic		.167
Asymp. Sig. (2-tailed)		.113 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

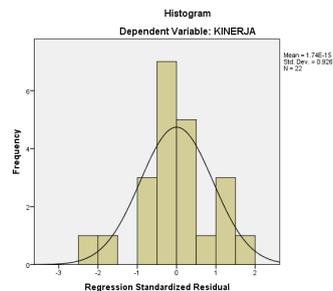
Sumber : Data yang diolah tahun 2024

Berdasarkan tabel bahwa hasil dari uji normalitas diatas tersebut menunjukkan bahwa nilai Asymp Sig. (2-tailed) 0,113 hasil lebih besar daripada 0,05, maka diartikan data berdistribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksinya yaitu :

1. Analisis Grafik

Hasil pengujian dengan analisis grafik dapat digunakan dengan grafik histogram dengan normalitas P-Plot.

a. Grafik histogram



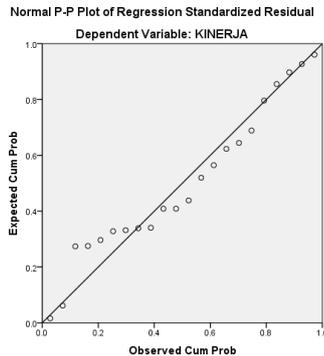
Gambar 2. Hasil Grafik Histogram

Sumber: penelitian2024

Sesuai dengan gambar menunjukkan bahwa kurva melengkung dan membentuk seperti lonceng sehingga

dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

b. Normalitas Probability Plot



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas P-Plot

Sumber hasil penelitian:2024
 Sesuai dengan gambar 3.2 maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya titik-titik data yang menyebar dan mendekati garis sumbu.

2. Analisis statistik

Pada penelitian ini menggunakan pengujian normalitas secara statistik menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov test* dengan nilai signifikan sebesar 0.05 dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai sig > 0,05 maka data terdistribusi secara normal
2. Jika nilai sig < 0,05 maka data tidak terdistribusi secara normal

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Apabila terjadi tidak korelasi diantara variabel independen maka model regresi tersebut baik. Cara mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan cara memperhatikan angka Variance Inflation Factor (VIF) dan tolerance. Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransinya di atas 0,1 atau 10% maka

dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2013).

Tabel 12. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.254	3.195		2.271	.036		
STRATEGI MARKETING	.180	.039	.493	4.594	.000	.804	1.243
PELAYANAN	.185	.053	.460	3.511	.002	.539	1.855
PINJAMAN	.314	.089	.492	3.545	.002	.481	2.079

a. Dependent Variable: KINERJA

Berdasarkan Tabel menunjukkan bahwa nilai Tolerance variabel X1 0,804 dan X2 0,539 dan X3 0,481 dalam penelitian ini > 0,10 dan untuk nilai VIF semua variabel X1 1,243, X2 1,855 dan X3 2,079 < 10,00, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Heteroskedastisitas yaitu keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari error untuk semua pengamatan setiap variabel bebas pada model regresi. Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara beberapa pengamatan. Menurut Ghozali (2018), model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *Uji Glejser* dan *Uji Scatterplot* Hasil yang didapatkan adalah :

1. Uji Glesjer

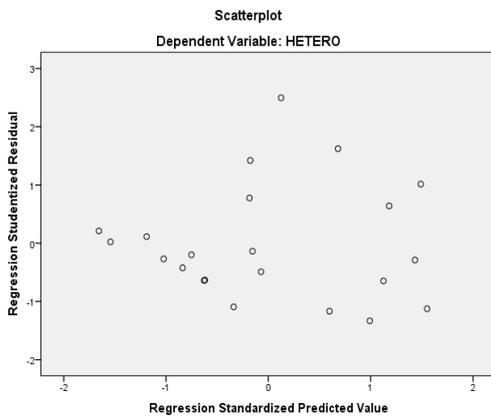
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta		Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.098	1.885		-.583	.567		
STRATEGI MARKETING	.008	.023	.083	.336	.741	.804	1.243
PELAYANAN	.030	.031	.293	.971	.345	.539	1.855
PINJAMAN	.009	.052	.052	.164	.872	.481	2.079

a. Dependent Variable: HETERO

Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data yang diolah tahun 2024
 Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser pada tabel diatas dapat dilihat bahwa sig. pada masing-masing variabel bernilai 0,741, 0,345 dan 0,827 lebih dari 0.05. dan dapat dikatakan bahwa hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini.

2. Uji scatterplot



Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Terlihat jelas dari Gambar bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi. Sebaran titik data yang tidak membentuk pola tertentu menunjukkan hal tersebut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh antara variabel independen Strategi marketing, pelayanan dan pinjaman terhadap variabel dependen yaitu kinerja dapat diketahui dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan untuk mengelola data-data yang ada maka perlu adanya alat bantu berupa komputer dengan program SPSS (Statistic

Program for Social Science) versi 22. Dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 13. Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.254	3.195		2.271	.036
STRATEGI MARKETING	.180	.039	.493	4.594	.000
PELAYANAN	.185	.053	.460	3.511	.002
PINJAMAN	.314	.089	.492	3.545	.002

a. Dependent Variable: KINERJA

Sumber: Lampiran (Output SPSS)

Berdasarkan tabel maka dapat diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 7,254 + 0,180X_1 + 0,185X_2 + 0,314X_3 + \epsilon$$

Kemudian interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan persamaan diatas nilai konstanta (a) adalah 7,254 yang berarti jika variabel strategi marketing, pelayanan dan pinjaman mempunyai nilai = 0 maka nilai kinerja karyawan adalah 7,254.
- Nilai koefisien variabel Strategi marketing (X1) adalah 0,180 artinya jika Strategi marketing mengalami kenaikan sebesar 1 maka kinerja akan mengalami kenaikan sebesar 0,180. Koefesien regresi bernilai positif antara Strategi marketing dan kinerja. Hal ini menunjukkan apabila Strategi marketing semakin meningkat, maka kinerja pun akan semakin meningkat.
- Nilai koefisien variabel Pelayanan (X2) adalah 0,185 artinya jika Pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 maka kinerja akan mengalami kenaikan sebesar 0,185. Koefesien regresi bernilai positif antara Pelayanan dan kinerja. Hal ini menunjukkan apabila Pelayanan semakin meningkat, maka kinerja pun akan semakin meningkat.

4. Nilai koefisien variabel Pinjaman (X3) adalah 0,314 artinya jika Pinjaman mengalami kenaikan sebesar 1 maka kinerja akan mengalami kenaikan sebesar 0,314. Koefisien regresi bernilai positif antara Pinjaman dan kinerja. Hal ini menunjukkan apabila Pinjaman semakin meningkat, maka kinerja pun akan semakin meningkat.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 14. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.913 ^a	.833	.806	1.417

a. Predictors: (Constant), PINJAMAN, STRATEGI MARKETING, PELAYANAN

b. Dependent Variable: KINERJA

Sumber: Lampiran (Output SPSS)

Berdasarkan tabel nilai koefisien determinasi (R²) yaitu dengan melihat kolom R Square yaitu sebesar 0,833 yang artinya bahwa besarnya pengaruh Strategi marketing, pelayanan dan pinjaman terhadap variabel dependen yaitu kinerja sebesar 0,833 (83,3%) sedangkan 16,7% nya dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari model penelitian.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pembuktian dari hipotesis – hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Uji hipotesis terdiri dari dua macam yaitu uji T (Parsial) dan uji F (Simultan).

F Test

Table 15. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.923	3	60.274	30.028	.000 ^b
	Residual	36.131	18	2.007		
	Total	216.955	21			

a. Dependent Variable: KINERJA

b. Predictors: (Constant), PINJAMAN, STRATEGI MARKETING, PELAYANAN

Sumber: Lampiran (Output SPSS)

Berdasarkan tabel diatas, dapat

diketahui dengan $df (n_1) = 2$, $df (n_2) = 19$ maka didapatkan F_{tabel} sebesar 3,522. Sehingga hasil dari uji simultan atau uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 30,028 dan nilai F_{tabel} 3,522 maka $F_{hitung} 30,028 > F_{tabel} 3,522$ dengan tingkat signifikansi $0.000 < \alpha 0.05$.

Hasil tersebut diketahui bahwa nilai F_{hitung} (30,028) lebih besar dari F_{tabel} (3,522). Berdasarkan hipotesis, maka dapat diartikan H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga secara keseluruhan variabel independen yaitu Strategi marketing, pelayanan dan pinjaman mempunyai pengaruh terhadap kinerja sebagai variabel dependen.

Uji t

Uji hipotesis dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Dalam penelitian ini uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh Strategi marketing, pelayanan dan pinjaman terhadap kinerja sebagai variabel dependen. Dengan kriteria apabila t hitung lebih besar dari pada t tabel maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji hipotesis dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 16. Hasil Analisis Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.254	3.195		2.271	.036
	STRATEGI MARKETING	.180	.039	.493	4.594	.000
	PELAYANAN	.185	.053	.460	3.511	.002
	PINJAMAN	.314	.089	.492	3.545	.002

a. Dependent Variable: KINERJA

Sumber: Lampiran (Output SPSS)

- Hasil pengujian pengaruh Strategi Marketing terhadap Kinerja Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t -hitung sebesar 4,594 dan t -tabel 2,085 sehingga dapat disimpulkan bahwa $4,594 > 2,085$ serta diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H_1 diterima H_0 ditolak. Jadi variabel strategi marketing secara parsial berpengaruh terhadap kinerja.

2. Hasil pengujian pengaruh Pelayanan terhadap Kinerja Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,511 dan t-tabel 2,085 sehingga dapat disimpulkan bahwa $3,511 > 2,085$ serta diperoleh nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H_2 diterima H_0 ditolak. Jadi variabel pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kinerja.
3. Hasil pengujian pengaruh Pinjaman terhadap Kinerja Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,545 dan t-tabel 2,085 sehingga dapat disimpulkan bahwa $3,545 > 2,085$ serta diperoleh nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan H_3 diterima H_0 ditolak. Jadi variabel pinjaman secara parsial berpengaruh terhadap kinerja.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan Hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan berikut ini:

1. Strategi Marketing berpengaruh terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar.
2. Pelayanan berpengaruh terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar.
3. Pinjaman berpengaruh terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar.
4. Strategi Marketing, Pelayanan, dan Pinjaman berpengaruh terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan pada PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar.

Saran

1. Bagi peneliti, Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pengetahuan untuk memperluas wawasan

penelitian dalam bidang manajemen pemasaran.

2. Bagi pembaca dan peneliti selanjutnya, masih banyak faktor lain yang memengaruhi kinerja karyawan selain Strategi Marketing, Pelayanan, dan Pinjaman. Sehingga sebaiknya perlu untuk mengkaji dan mencari referensi lain berpengaruh dan berdampak terhadap kinerja karyawan.
3. Bagi Universitas, agar hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi pada perpustakaan Universitas Prima Indonesia.
4. Bagi PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar, sebaiknya lebih memperhatikan strategi marketing, pelayanan dan pinjaman karena berpengaruh terhadap peningkatan kinerja karyawan yang juga akan memengaruhi keberlangsungan hidup karyawan PT. Bank Mandiri Taspen KC Pematang Siantar.

Daftar Pustaka

- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1-Google Buku. Surabaya: UNAIR. <https://books.google.co.id/books>.
- Aoliso, A., & Lao, H. (2018). Pengaruh Lingkungan Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan pada PT.TASPEN (PERSERO) Kantor Cabang Kupang. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 3(1).
- Buchari, A. (2008). Manajemen pemasaran Dan pemasaran jasa. CV Alvabeta.
- Celline Natalia, P. P., Guard, B., Faisal Mirza, D., Harahap, N., Ekonomi, F., Prima Indonesia, U., & Medan, P. (2024). Promosi Penjualan, P., Perseorangan Dan Kepercayaan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sukses

- Maju Bangunan Medan The Effect Of Sales Promotion, Personal Salling And Customer Confidence On Purchasing Decisions On Pengaruh Promosi PT Sukses Maju Bangunan Medan. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 1). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Keegan, W. J. (2012). Manajemen Pemasaran Global (Jilid 1 dan 2). *Jakarta: Salemba Empat*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, edisi 13 jilid 1 dan 2. *Jakarta. Penerbit Erlangga*.
- Mirza, D. F., Goretti, D. M., & Haloho, T. A. A. (2020). Pengaruh Komunikasi Kerja, Stres Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Star Media Internusa Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 6
- Nur Fadilah Amin, S. G. K. A. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer, volume 14*.
- Priya, N., Arifin Sibuea, R., Sihotang, G. N., & Mirza, D. F. (2020). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Fastfood Indonesia Cabang Simpang Mataram Medan* (Vol. 1).
- Ricky Koesman, G. P., Fransisca, V., Harahap, N., Deni Faisal Mirza, I., Indonesia, P., & Author, C. (2023). Pinjaman Mikro, P., Emas, G., Kendaraan Bermotor Terhadap Produktifitas Bisnis UMKM Di Pegadaian Pringgan. The Influence Of Micro Loans, Gold Pawn, Motor Vehicle
- Siswadhi, F. (2016). Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Badan Pertanahan Nasional Kabupaten Kerinci terhadap Kepuasan Masyarakat. *Jurnal Benefita*, 1(3), 177. <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i3.720>
- Sitanggang, F., Sidebang, A., & Mirza, D. F. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow pada PT. Industri Karet Deli Medan* (Vol. 1).
- Shytha Triana, E., Aisah, N., & Artikel, I. (2023). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Mitra Bayar Bank Mandiri Taspen Kcp Kebumen Diterbitkan oleh Politeknik Piksi Ganesha Indonesia*. 7(1), 425–433. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v%vi%i.1414>
- Sofjan, A. (2010). Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi. *Jakarta: Penerbit PT Rajagrafindo Persada*.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*, 67.
- Sugiyono, P. (2013). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan Ke). *CV Bandung: Alfabeta*, 87-93.
- Sunyoto, D. (2012). Dasar-dasar manajemen pemasaran. *Yogyakarta: Caps*, 110.
- T., Ruth Silaen, N., Chairunnisah, R., Rizki Sari Elida Mahriani, M., Tanjung, R., Triwardhani, D., Haerany Anis Masyuroh, A., Gede Satriawan, D., Sri Lestari Opan Arifudin, A., Rialmi, Z., & Putra, S. (2021). *KINERJA KARYAWAN*.

www.penerbitwidina.com

Yafi, M. A., & Nurfebiaraning, S. (n.d.).
*Strategi Komunikasi Pemasaran
Kredit Mantap Pensiun di PT Bank
Mandiri Taspen*
www.bankmantap.co.id,