

PENGARUH HARGA JUAL DAN SYARAT KREDIT TERHADAP PENJUALAN KREDIT PT HOME CREDIT INDONESIA CABANG SURABAYA

Shintya Putri Rahmayanti¹, Yuli Kurnia Firdausia², Nurdina³
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Email: shintyafiglia@gmail.com, Yulikurnia@unipasby.ac.id

ABSTRACT

As the economy changes after the pandemic storm in all countries, especially Indonesia, many parties move very quickly, everyone must survive to survive, from national business corporations to small and medium class MSMEs to develop their businesses. The development of the business provides significant benefits for the company or business, which has an impact on increasing company profits. The company's goal is to sell goods to consumers and users both directly and digitally, so it is necessary to carry out effective and efficient sales. Sales usually consist of sales of goods and services, both cash and credit.

Research conducted by Syarial, (2015), shows that the results of his research have a positive and significant effect on purchasing decisions, in this case researchers purchase using credit sales. The rise of credit sales in various regions both online and offline, many people from various walks of life to follow the latest trend. Technological advances have made many digital platforms appear. One that is widely used because of the convenience provided is the sales application. Because of this phenomenon, researchers are interested in examining Credit Sales at PT Home Credit Indonesia Surabaya branch studied through credit prices and credit terms.

The purpose of this thesis is to find out the selling price, credit interest rate affects the credit sales of PT Home Credit Indonesia Surabaya branch, Validity test, reliability test, multiple linear regression statistical test, F test, and t test are used in this influence research, a non-experimental quantitative research method. The results found that credit sales (Y) were influenced by selling price (X1) and credit terms (X2), and both variables were influenced by credit sales (Y) if tested simultaneously.

Keywords: selling price, credit interest, sales credit

PENDAHULUAN

Seiring perubahan ekonomi pasca badai pandemi di semua negara terutama Indonesia membuat banyak pihak bergerak sangat cepat, setiap orang harus bertahan untuk bertahan hidup, mulai korporasi usaha nasional hingga UMKM kelas kecil dan menengah untuk mengembangkan usahanya. Perkembangan usaha tersebut memberikan keuntungan yang signifikan bagi perusahaan atau usaha, yang berdampak pada peningkatan keuntungan perusahaan. Tujuan perusahaan adalah menjual barang kepada konsumen maupun user baik secara langsung maupun digitalisasi, sehingga perlu dilaksanakan penjualan yang efektif dan efisien.

Bagi perusahaan penjualan merupakan hal yang penting karena melalui transaksi baik cast maupun angsuran akan menentukan tingkat pendapatan perusahaan. Terkait dengan pentingnya tingkat penjualan yang harus dicapai perusahaan, maka perusahaan perlu melakukan strategi-strategi agar rencana penjualan yang sudah ditargetkan dapat terealisasi. Sebagaimana jenis penjualan dikerjakan oleh manajeme yakni cast dan angsuran, perusahaan juga perlu melakukan strategi tertutama pada penjualan kredit karena penjualan kredit memiliki resiko kemungkinan terjadinya pembiayaan bermasalah yang dilakukan oleh user atau pelanggan. Disampig penjualan kredit yang perlu kehati-hatian dalam memberikan persetujuan penjualan kredit, bagi perusahaan juga perlu memperhatikan kondisi pesaing dalam menetapkan harga jual serta memperhatikan konsumen atau pelanggan dari sisi kemampuan melakukan pembelian. Terdapat beberapa factor yang perlu diperhatikan perusahaan agar target penjualan kredit dapat terealisasi dan kredit tidak mengalami kemacetan.

Dalam hal harga kredit, perusahaan harus mempertimbangkan dengan strategis agar harga kredit kompetitif jika dibandingkan dengan harga yang ditetapkan oleh pesaing, namun demikian juga penetapan harga kredit juga perlu memperhatikan kondisi daya beli konsumen atau pelanggan. Disamping harga jual, syarat kredit merupakan hal yang penting diperhatikan perusahaan, karena syarat kredit inilah akan menjadi filter direalisasi atautkah tidak direalisasinya penjualan kredit dengan memperhatikan kondisi dan kemampuan konsumen dalam pembayaran angsuran setelah transaksi penjualan kredit dilakukan. Menentukan syarat kredit juga bukan merupakan hal yang mudah karena disamping sebagai filter agar tidak terjadi kredit macet, syarat kreditpun juga harus menarik bagi konsumen atau pelanggan. Dengan syarat kredit yang tepat maka realisasi penjualan kredit akan tercapai sesuai dengan rencana.

Kajian telah dilakuakan oleh Syarial, (2015), kajian harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk, dalam hal ini peneliti pembelian dengan menggunakan penjualan kredit. Maraknya penjualan secara kredit di berbagai daerah baik secara langsung maupun secara modern, banyak masyarakat dari berbagai lapisan masyarakat untuk mengikuti trend terbaru tersebut. Pesatnya informasi dan perkembangan membuat banyak *digital platform* bermunculan. Salah satu yang banyak digunakan karena kemudahan yang diberikan yakni ruang penjualan oleh karena fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang Penjualan Kredit di PT Home Credit Indonesia cabang Surabaya dikaji melalui harga kredit da syarat kredit.

METODE

Rancangan Penelitian.

Penelitian ini berpendekatan penelitian Non Eksperimen berbentuk korelasi bertujuan untuk mengetahui study pengaruh yaitu dengan mengetahui pengaruh variable Harga Jual (X_1) dan Syarat Kredit (X_2) terhadap Penjualan Kredit (Y') di PT Home Credit Indonesia Cabang Surabaya

Populasi dan Sampel.

Pernyataan Sugiyono (2016) adalah tempat agregat yang terdiri dari hal-hal atau subjek yang memiliki kualitas tertentu yang sedang diperdebatkan oleh para ilmuwan untuk difokuskan dan kemudian menghasilkan kesimpulan. Peserta diskusi ini antara lain PT domestic credit score Indonesia cabang Surabaya periode Oktober 2022 yang berjumlah 100 konsumen. Sesuai dengan teori Sugiyono (2016), peneliti mengambil populasi sebanyak 100 konsumen, dimana populasi tersebut adalah jumlah konsumen yang melakukan transaksi pada bulan Oktober 2022 di PT domestic credit score Indonesia Cabang Surabaya. Menurut Sugiyono (2019) sampel adalah komponen perpindahan penduduk ditinjau dari jumlah dan karakteristiknya. Menurut Sugiyono (2016) ujian imersi adalah prosedur pengujian yang digunakan oleh semua anggota masyarakat umum sebagai penguji. Menurut teori Sugiyono (2016) sampel dalam penelitian ini adalah teknik sampel jenuh, dimana peneliti mengambil seluruh populasi konsumen ponsel PT Home Credit Indonesia Cabang Surabaya.

Teknik Pengambilan Sampel.

Menurut Sugiyono (2016) Teknik pengujian menentukan banyaknya sampel penelitian adalah bermacam-macam strategi pengujian. Saat kajian ini prosedur pengerjaan yang digunakan adalah non probabilitas dengan metode soaked example. Seperti yang ditunjukkan oleh Sugiyono (2016) strategi tes terendam adalah metode pemeriksaan ketika semua orang dari populasi digunakan sebagai pengujian

Sumber dan Jenis Data.

Peneliti memakai jenis Kuantitatif, informasi yang di kerjakan adalah subyek, memiliki arti data tersebut diperoleh dari hasil penyebaran lembar angket (kuesioner) oleh responden secara langsung. Sedangkan, sumber data peneliti yang lain menggunakan data primer dan skunder

bila mana dokumen data tersebut diperoleh atas kuisioner yang telah disebar kepada responden dan data organisasi serta dokumentasi perusahaan.

Instrumen Penelitian.

Instrumen yang dipakai pada variabel ini yaitu lembar kuesioner, yang beruraikan beberapa pernyataan tentang harga jual, Syarat Kredit dan penjualan kredit dengan caranya dengan menjawab pada pernyataan dengan memberikan penilaian ini : Sangat setuju nilainya 5 Setuju nilainya 4, Netral nilainya 3, Tidak setuju nilainya: 2 dan Sangat tidak setuju nilainya: 1

Teknik Analisa Data.

a. Uji Validitas

Alat pengukur yang valid adalah alat pengukur yang dengannya diperoleh statistik yang valid. Efektif artinya alat tersebut dapat mengukur apa yang ingin diukur (Sugiyono, 2019). Tes signifikansi membantu Anda menentukan apakah ada pertanyaan atau pernyataan dalam survei Anda yang harus dihapus atau diganti karena tidak relevan. Uji validitas digunakan untuk mengukur validitas kuesioner. Apakah kuesioner mengukur dengan tepat apa yang ingin Anda ukur? Jika koefisien korelasi antar objek lebih besar dari 0,30 maka alat dianggap berhasil

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2011), reliabilitas adalah sekumpulan indikator yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur objek yang sama. Instrumen yang andal selalu memberikan hasil yang sama ketika pengukuran yang sama dilakukan beberapa kali. Alfa Cronbach digunakan untuk menentukan keandalan suatu variabel; jika nilainya lebih besar dari 0,6, variabel tersebut dipercaya

c. Uji Asumsi Klasik

Pengujian hipotesis klasik, yang bertujuan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi benar-benar bermanfaat (Pakpahan, 2013)

Uji asumsi klasik yang sering digunakan, yaitu :

a. Uji Normalitas.

Pengukuran normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov (KS), yang terdiri dari hipotesis nol (H_0) untuk informasi yang berdistribusi normal dan hipotesis alternatif (H_A) untuk statistik yang berdistribusi tidak merata. Jika nilai signifikansi hasil uji Kolmogorov-Smirnov kurang dari 0,05 maka data memenuhi hipotesis distribusi harian

b. Uji Multikolinieritas

Uji apakah salah satu versi regresi menemukan korelasi antara variabel bebas (independen). Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai toleransi dan variance inflation factor (VIF) dari hasil yang dianalisis dengan SPSS. Jika nilai toleransi $> 0,10$ atau VIF dan > 10 , menyatakan tidak terdapat kolinearitas (Pakpahan, 2013)).

c. Uji Heterokedastisitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variansi dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi sebagai fungsi dari observasi yang lain (Ghozali, 2018).

d. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk memeriksa apakah ada korelasi antara kesalahan confounding periode-t dengan kesalahan confounding periode t-1 (sebelumnya) pada versi regresi linier (Ghozali, 2018)

1) nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti statistik residual tidak muncul secara acak (sistematis)

2) nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$, maka H_0 diterima dan H_A ditolak. Hal ini berarti informasi residual terjadi secara acak (tidak disengaja)

d. Uji Statistik Regresi Linier Berganda

Tujuan analisis regresi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Danang Sunyoto, 2016). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dimana fungsi regresi menentukan besarnya pengaruh antara variabel harga jual, kredit, dan penjualan perusahaan.

e. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Nilai alpha Cronbach digunakan untuk menentukan reliabilitas variabel; nilai yang lebih besar dari 0,6 menunjukkan bahwa variabel tersebut reliabel atau dapat dipercaya.

f. Uji t

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020) Tujuan pengujian hipotesis ini adalah untuk mengetahui interpretasi parameter atau interaksi antara variabel independen dan variabel dependen terhadap variabel dependen. Ini adalah tingkat signifikansi 5% dari tes. Oleh karena itu, uji t ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel harga jual kondisi kredit terhadap tingkat penjualan PT domestic credit score Indonesia cabang Surabaya.

g. Uji Simultan (Uji – F)

Tujuan pengujian hipotesis ini adalah untuk menentukan interpretasi parameter, atau pengaruh gabungan dari variabel independen dan dependen terhadap variabel dependen Berikut adalah tingkat signifikansi 5% untuk tes tersebut

1. Nilai F secara signifikan lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa variabel independen dan variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Fhitung signifikan lebih besar atau sama dengan 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan simultan antara variabel dependen antara variabel independen .

HASIL PENELITIAN

a. Profil Responden.

1. Identifikasi berdasarkan jenis kelamin.

Responden Diukur berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan, 79% lebih banyak dibandingkan laki-laki, yaitu H 21%, termasuk 79 wanita dan 21 pria.

Tabel 1 Jumlah responden berdasarkan gender

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	21	21,0	21,0	21,0
wanita	79	79,0	79,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah

2. Identifikasi berdasarkan usia.

Berdasarkan usia di dominasi oleh usia 41 tahun dimana 68% atau 68 orang kedua yakni pada usia 26 – 40 tahun yakni sebesar 28% atau 28 orang dan terakhir yakni usia 19 – 25 tahun sebesar 4 orang atau 4%, hal tersebut dikarenakan hp Samsung yg sering diminati yakni pada tipe S21 FE harga Rp 8.999.000,- dan tipe A53 harga Rp 5.499.000,- serta hp merek Iphone yg sering diminati pada tipe iPhone11 dengan harga Rp 7.249.000 dan tipe iPhone 13 dengan harga Rp 13.499.000,-

Tabel 2 responden berdasarkan usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19-25 tahun	4	4,0	4,0	4,0
26 - 40 tahun	28	28,0	28,0	32,0
41 tahun keatas	68	68,0	68,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah

3. Identifikasi Responden berdasarkan pendidikan.

Responden di jenjang sekolah menunjukkan dengan pendidikan SMA sebesar 42% atau 42 orang, pada pendidikan SD dan S1 jumlah responden sebesar 19% atau 19 orang serta pada pendidikan SMP sebanyak 20% atau 20 orang

Tabel 3 Jumlah responden pada jenjang sekolah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	19	19,0	19,0	19,0
	SMP	20	20,0	20,0	39,0
	SMA	42	42,0	42,0	81,0
	S1	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data yang diolah

b. Pengaruh Harga Jual (X₁) terhadap Penjualan Kredit (Y)

Dengan kata lain, harga adalah jumlah yang ditagih untuk produk atau layanan, atau jumlah Nilai yang ditukar konsumen untuk manfaat produk dan jasa pembelian (Kotler dan Armstrong, 2017) Amirullah & Hardjanto, (2016), Harga adalah definisi produk, titik persimpangan produk penawaran dan permintaan produk. Riset berbasis syariah (2015), harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Harjati (2015) melakukan penelitian lain berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, berbasis penelitian Seperti yang sudah dijelaskan, harga jual (X₁) adalah penjualan pulsa(Y) Harga produk handphone yang dijual oleh PT Home Cabang Kredit Indonesia Surabaya, seseorang atau klien potensial tidak Beli sesuai harga yang ditawarkan. Dengan daya beli yang wajar, Mereka juga siap untuk pembelian secara kredit Hipotesis 1 (H1) Dijawab, harga jual (X₁) berpengaruh terhadap penjualan kredit PT Home (Y) Kredit Indonesia Cabang Surabaya..

c. Pengaruh Syarat Kredit (X₂) terhadap Penjualan Kredit (Y)

Penjualan kredit adalah Kenaikan dana karena penjualan barang atau produksi selama periode tersebut Untuk sementara waktu, itu adalah kegiatan bisnis sehari-hari. Aktivitas Penjualan meliputi penjualan barang atau jasa secara kredit (Mulyadi, 2013) Penjualan kredit adalah penjualan yang dibayar dengan cara dicicil Secara bertahap, dan karenanya pendapatan kredit secara bertahap meningkat (Fahmi, 2015) Kredit Mengacu pada pemberian uang atau membebaskan bunga atas pinjaman Disediakan oleh bank kepada pelanggan (Sagita et al 2019) kredit adalah Pemberian uang atau uang kertas dengan persetujuan atau perjanjian Kredit antar bank dengan pihak lain, dengan syarat peminjam wajib Melunasi utang tepat waktu (Oktaria & Fernos, 2019) berdagang Penjualan secara kredit, saat pesanan pelanggan selesai Pengiriman barang atau penyediaan jasa, perusahaan memiliki debitor Pelanggan dari waktu ke waktu (Oktaviani, 2021)

Sebuah studi oleh Rahmawati et al (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas dan perputaran aset tidak langsung mempengaruhi profitabilitas Kondisi kredit memfasilitasi pembelian, Meningkatkan pendapatan bisnis. Menurut hasil kondisi pencarian ini Kredit mempengaruhi penjualan kredit, persyaratan kredit tidak sulit Prospek atau Kandidat PT Home Credit Indonesia Cabang Surabaya Pelanggan menunda bahkan membatalkan pembelian secara kredit Hipotesis 2 (H2) Jangka waktu kredit (X₂) mempengaruhi penjualan kredit PT Home Credit (y') Cabang Surabaya di Indonesia

d. Pengaruh Harga Jual (X₁) dan Syarat Kredit (X₂) Penjualan Kredit (Y)

Jual beli kredit adalah jual beli Pembayaran dilakukan setelah pembeli menerima barang yang dijanjikan Di kedua sisi (Maulana, 2022) Berdasarkan penelitian Syarial (2015), diperoleh hasil Penelitian menunjukkan bahwa harga keputusan pembelian Pada penelitian sebelumnya, harga berpengaruh, Karena menurut hasil penelitian ini adalah harga jual dan jangka waktu pinjaman mempengaruhi penjualan pinjaman Dengan kata lain, pada hipotesis 3 (H2), harga jual (X₁), dan Jangka waktu kredit (X₂), menanggapi kedua variabel tersebut Juga mempengaruhi penjualan kredit cabang PT Home (y') Kredit Surabaya, Indonesia

Dalam hal ini kredit yang di ajukan oleh konsumen PT Home Credit Indonesia Cabang Surabaya saat pengajuan kredit handphone *smartphone*, dimana harga kredit dan syarat

kredit yang di berikan oleh PT Home Credit Indonesia Cabang Surabaya kepada konsumennya tidak menjadi halangan bagi mereka untuk mengajukan kredit handphone, banyak masyarakat yang mengajukan perkreditan demi mendapatkan handphone dengan tipe terbaru, untuk membantu kegiatan mereka dalam sehari – hari baik tugas kantor, sekolah dan bermedia sosial.

e. Uji Validitas

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Harga Jual

No.	Variabel Pernyataan	Harga Jual.		
		R _{Hitung}	Sig	Ket.
1	Harga hp yang ditawarkan terjangkau untuk kami	0,323**	0,001	Valid
2	Saya setuju dengan harga hp yang ditawarkan	0,483**	0,000	Valid
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan	0,402**	0,000	Valid
4	Harga hp sesuai dengan harapan saya	0,393**	0,000	Valid
5	Harga hp bervariasi sesuai dengan spesifikasi produk	0,485**	0,000	Valid
6	Penawaran produk mempunyai harga sesuai dengan kemampuan angsuran saya	0,702**	0,000	Valid
7	Harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan di toko lain	0,588**	0,000	Valid
8	Produk yang dijual merupakan jenis hp yang lagi diminati banyak kalangan	0,487**	0,000	Valid
9	Membantu kegiatan bekerja saya	0,615**	0,000	Valid
10	Bisa digunakan sebagai media belajar anak secara online	0,607**	0,000	Valid
11	Sesuai dengan fitur yang kami butuhkan dalam keseharian	0,440**	0,000	Valid
12	Handphoe kekinian membikin saya bangga	0,408**	0,000	Valid

Sumber : Data yang diolah

Pada variabel Harga Jual (X_1) memiliki 3 indikator dengan total pernyataan sebanyak 12 aitem. Dari data tabel di atas, tabel hasil uji validitas variabel Harga Jual (X_1) berdasarkan 3 indikator dengan 12 pernyataan yang di isi oleh responden menunjukkan bahwa setiap pernyataan dinyatakan valid dengan nilai tertinggi yakni R_{Hitung} 0,702 dan terendah di nilai R_{Hitung} 0,323 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 dari semua dinyatakan valid karena di atas 0,3

Tabel 5 Perolehan Uji Validitas Syarat Kredit (X_2)

No.	Variabel Pernyataan	Syarat Kredit		
		R _{Hitung}	Sig	Ket.
1	Saya tidak memiliki tunggakan perbankan	0,752**	0,000	Valid
2	Saya mampu bertanggung jawab atas angsuran yang harus dibayar	0,635**	0,000	Valid
3	Tidak memiliki riwayat angsuran macet	0,693**	0,000	Valid
4	Saya pekerja yang memiliki pendapatan bulanan	0,341**	0,001	Valid
5	Pengusaha yang memiliki pendapatan penjualan	0,357**	0,000	Valid
6	Pedagang harian yang memiliki laba	0,366**	0,000	Valid
7	Saya orang tua yang berusaha membelikan handphone buat anak	0,490**	0,000	Valid
8	Orang tua saya mampu membiayai angsurannya	0,414**	0,000	Valid
9	Pendapatan saya mencukupi untuk melakukan kredit handphone	0,348**	0,000	Valid
10	Untuk laba dagangan saya bisa mengambil kredit hp	0,486**	0,000	Valid
11	Memiliki E-KTP yang masih berlaku	0,348**	0,000	Valid
12	Usia minimal 19 dan maksimal 65 tahun	0,489**	0,000	Valid
13	Memiliki handphone android lainnya	0,462**	0,000	Valid
14	Syarat Kredit masih terjangkau	0,434**	0,000	Valid
15	Pembiayaan kredit tidak mengganggu kebutuhan keseharian	0,321**	0,001	Valid
16	Nomial angsuran bulanan bisa disesuaikan dengan pendapatan/gaji/laba	0,752**	0,000	Valid

Sumber : Data yang diolah

Perolehan pada pengujian validitas variabel Syarat Kredit (X_2) berdasarkan 5 indikator dengan 16 pernyataan yang di isi oleh responden menunjukkan bahwa setiap pernyataan dinyatakan valid dengan nilai tertinggi yakni R_{Hitung} 0,752 dan terendah di nilai besaran R_{Hitung}

0,321 namun pada pernyataan ke 4 nilai R_{Hitung} menunjukkan angka 0,341 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 sisanya nilai signifiknya adalah 0,000 dari semua indikator di variabel Syarat Kredit (X_2) dinyatakan valid karena di atas 0,3

Tabel 6 Perolehan Uji Validitas Penjualan Kredit (Y)

No.	Variabel	Penjualan Kredit		
		R_{Hitung}	Sig	Ket.
1	Ada pilihan periode angsuran kredit	0,404**	0,000	Valid
2	Penawaran periode sesuai dengan kemampuan pribadi	0,570**	0,000	Valid
3	Warga Negara Indonesia	0,673**	0,000	Valid
4	Berdomisili sesuai dengan E-KTP	0,570**	0,000	Valid
5	Tidak terlibat masalah perkreditan hp sebelumnya	0,616**	0,000	Valid
6	Pembayaran Transfer ke Bank yang ditujuh	0,697**	0,000	Valid
7	Pembayaran Datang ke toko	0,582**	0,000	Valid
8	Tidak melakukan telat angsuran	0,570**	0,000	Valid
9	Siap dihubungi dan di datangi jika terlambat angsuran	0,561**	0,000	Valid
10	Diskon pada ulang tahun toko	0,581**	0,000	Valid
11	Diskon diberikan jika melakukan pelunasan lebih cepat	0,567**	0,000	Valid
12	Diskon jika melakukan pengajuan kredit berulang	0,463**	0,000	Valid
13	Diskon asesoris hp	0,592**	0,000	Valid
14	Diskon potongan harga saat moment tertentu	0,550**	0,000	Valid

Sumber: Data yang di olah

Sesuai data tabel di atas, diperoleh hasil uji validitas variabel Penjualan Kredit (Y) berdasarkan 4 indikator dengan 14 pernyataan yang di isi oleh responden menunjukkan bahwa setiap pernyataan dinyatakan valid dengan nilai tertinggi yakni R_{Hitung} 0,697 dan terendah di nilai R_{Hitung} 0,404 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dari semua indikator di variabel Penjualan Kredit (Y) dinyatakan valid karena di atas 0,3

f. Uji Reliabilitas

Tabel 7 Perolehan Uji Reliabilitas Harga Jual (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,718	12

Sumber: Data yang di olah

Tabel 8 Perolehan Uji Reliabilitas Syarat Kredit (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,774	16

Tabel 9 Perolehan Uji Reliabilitas Penjualan Kredit (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,842	14

Sumber: Data yang di olah

nilai Cronbach's Alpha yang terlihat pada ketiga variael tersebut menunjukkan angka rata - rata diatas 0,700 dengan nilai N sebanyak 12,14 dan 16 pernyataan maka dinyatakan Reabel.

g. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

hasil data output nilai sig 0,159 > 0,05 maka berdistribusi normal, maka bisa di lanjutkan pada pengujianx

Tabel 10 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	7,16922960
Most Extreme Differences	Absolute	0,076
	Positive	0,044
	Negative	-0,076
Test Statistic		0,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,159 ^c

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

Sumber: Output hasil SPSS

2. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengujian di atas menunjukkan nilai tolerance Harga Jual (X1) dan Kredit sebesar 0,937 artinya lebih besar dari 0,10 dan VIF yakni 1,067 maka nilai VIF < 10 artinya tidak terjadi multikolinieritas.

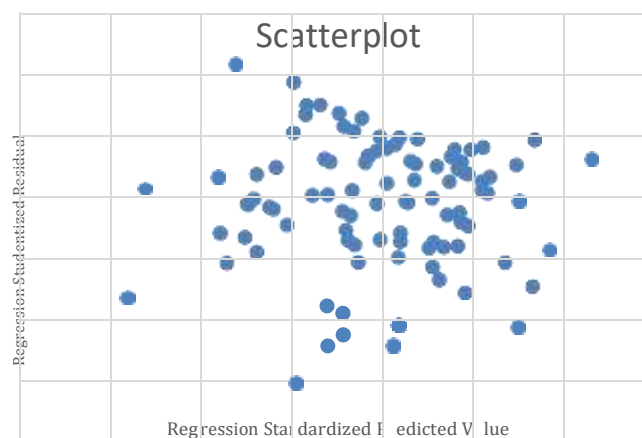
Tabel 11 Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Harga Jual	0,937	1,067
Syarat Kredit	0,937	1,067

a. Dependent Variable: Penjualan Kredit

Sumber: Output hasil SPSS

3. Uji Heterokedastisitas



Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas Scatterplot

Sumber: Output hasil SPSS

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut

Maka bisa disimpulkan dari hasil output uji di atas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dikarenakan tidak terjadi pola atau tidak menggambarkan titik-titik yang ada.

4. Uji autokorelasi

Tabel 4.12 Hasil Uji autokorelasi

Unstandardized Residual	
Test Value ^a	0,85934
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	53
Z	0,402
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,688

a. Median

Sumber: hasil output SPSS

Output autokorelasi di atas bisa dilihat nilai Asymp sig 0,688 maka Asymp nilai Sig > dari 0,05 maka tidak mengalami gejala autokorelasi

h. Uji Statistik Regresi Linier Berganda

Tabel 10 Hasil Uji Statistik Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	5,271	5,976	
Harga Jual	0,584	0,113	0,430
Syarat Kredit	0,345	0,083	0,342

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang di olah

Interpretasi dari regresi diatas adalah sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) semua variabel bebas mempunyai nilai nol (0) sehingga variabel independent (Harga Jual dan Syarat Kredit) sebesar 0,882
- 2) Nilai koefisien Harga Jual (X_1) sebesar 5,193 bertanda positif, hal ini mengandung arti bahwa setiap satu satuan Variabel Harga Jual (X_1) naik maka variabel Penjualan Kredit (Y) akan akan naik sebesar 5,193.
- 3) Nilai koefisien Syarat Kredit (X_2) sebesar 4,130 dan bertanda Positif, ini menunjukkan bahwa mengandung arti setiap kenaikan syarat Kredit (X_2) satu satuan maka variabel Penjualan Kredit (Y) akan naik sebesar 4,130

i. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 11 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,613 ^a	0,376	0,363	7,24276

a. Predictors: (Constant), x_2 , x_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang di olah

Pada uraian hasil pengujian di atas bisa dilihat hasilnya yakni R Square sebesar 0,376 maka hasilnya dijadikan prosentase yakni menjadi 37% artinya variabel Harga Jual (X_1) dan Syarat Kredit (X_2) mempunyai pengaruh 37% terhadap Variabel Penjualan Kredit (Y) sisanya yakni faktor eksternal lain yang tidak diteliti.

j. Uji F

Tabel 12 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3064,603	2	1532,301	29,210	,000 ^b
Residual	5088,387	97	52,458		
Total	8152,990	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: Data yang di olah

Berdasarkan hasil spss terlihat dari pengujian Simultan Harga Jual dan Syarat Kredit terhadap Penjualan Kredit:

- Sig < nilai probabilitasmaka H_0 ditolak H_1 diterima sehingga Harga Jual & Syarat Kredit secara simultan berpengaruh signifikan pada Penjualan Kredit.
- F_{hitung} 29,210 > F_{tabel} sebesar 2,31 maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

k. Uji t

Tabel 13 Perolehan Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	0,882	0,380
Harga Jual	5,193	0,000
Syarat Kredit	4,130	0,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang di olah

Interpretasi dari regresi diatas adalah sebagai berikut:

- Harga jual (X_1) sig 0,000 > nilai probabilitas 0,05, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, yang menunjukkan bahwa harga jual memiliki berpengaruh terhadap penjualan kredit. Nilai t positif menunjukkan bahwa Harga Jual & Penjualan Kredit memiliki hubungan yang searah atau bergerak searah.
- Syarat Kredit (X_2) terhadap penjualan kredit (Y) pada tabel di atas memiliki nilai sig 0,000, atau nilai 0,000 0,05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, sehingga dinyatakan Kredit Penjualan (Y) dipengaruhi oleh Variabel Syarat Kredit (X_2). Tanda t positif menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Penjualan Kredit (Y) dengan variabel Syarat Kredit (X_2) adalah searah.

KESIMPULAN

- Harga Jual (X_1) mempunyai pengaruh signifikan pada Penjualan Kredit (Y) artinya semakin terjangkau harga jual maka penjualan kredit handphone yang ditawarkan kepada masyarakat maka handphone yang dipasarkan akan mudah diserap/terjual.
- Syarat Kredit (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap Penjualan Kredit (Y) artinya Syarat Kredit yang dibebankan oleh konsumen membuat pertimbangan konsumen untuk mengambil handphone di PT Home Credit Indonesia Cabang Surabaya, sebab konsumen tidak ingin terbebani dalam pengangsuran.
- Harga Jual (X_1) dan Syarat Kredit (X_2) diuji serentak (simultan) berpengaruh secara signifikan pada Penjualan Kredit (Y), artinya semua variabel tersebut bila disatukan maka akan menaikkan penjualan yang dilakukan oleh karyawan PT Home Credit Indonesia Cabang Surabaya.

IMPLIKASI

- Untuk Akademisi.

Menambah lagi jumlah aitem yang diteliti agar lebih mendetail dalam penelitian agar informasi yang di dapat lebih baik lagi.

2. Pengusaha
 - a. Perlu adanya diskon secara berkala untuk menaikkan penjualan, agar calon pelanggan makin tertarik melakukan pengajuan kredit handphone
 - b. Diberikan pelayanan jemput bola kepada calon nasabah tidak terpaku harus berada di toko atau di lokasi cabang.
3. Masyarakat
Untuk lebih teliti kembali kebutuhan handphone untuk keseharian, pekerjaan atau pendidikan agar tidak menjadi beban dalam melakukan pengajuan kredit.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yang bisa di koreksi dengan melakukan penelitian lebih lanjut, seperti berikut ini:

- a. Keterbatasan pada jumlah variables, adanya kekurangan saat penjelasan data yang diambil namun belum tentu sepenuhnya terambil dan dikelolah dalam penelitian yang telah dilakukan.
- b. Jawaban pernyataan kuesioner dari responden terkadang kurang menunjukkan keadaan yang sebenarnya terjadi atau tidak berdasarkan apa yang pernah dialami oleh responden, menjadikan kekurangan peneliti dalam menerjemahkannya.
- c. Dalam pengerjaan skripsi terbatasnya waktu penelitian sehingga, peneliti merasa kurang maksimal untuk lebih menjelaskan dan menjabarkan bagaimana observasi yang telah dilakukan dengan semua pedoman atau jurnal sesuai dengan prosedur ilmiah.