

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bank BRI Syariah merupakan salah satu Bank Syariah terbesar yang ada di Indonesia. Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman sebelumnya berdiri di 16 Ilir Palembang pada Tahun 2009 dan pindah ke jalan Sudirman pada tahun 2019. Bank BRI Syariah menyediakan tabungan Faedah BRISyariah iB, Tabungan Haji BRISyariah iB, Tabungan Impian BRISyariah iB, Simpanan Faedah BRISyariah iB, Simpanan Pelajar BRISyariah iB, Giro Faedah Mudharabah BRISyariah iB, Deposito BRISyariah iB, KPR BRISyariah iB, KPR Sejahtera BRISyariah iB. Oto Faedah BRISyariah, Tidak hanya itu Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman juga menyediakan produk pembiayaan seperti Pembiayaan Umroh BRISyariah, Pembiayaan kepemilikan Emas BRISyariah iB, Pembiayaan Mikro Faedah iB, Pembiayaan KUR BRI Syariah iB.

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan data dari 100 nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman, menggunakan pernyataan (kuesioner) didapat kondisi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Dimana penggolongan ini dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini yang

bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai karakteristik responden sebagai objek penelitian.

Deskripsi data khusus dalam penelitian ini disajikan berdasarkan karakteristik responden. Adapun deskripsi dari data umum responden disajikan berdasarkan karakteristik responden. Adapun deskripsi dari data umum responden disajikan sebagai berikut:

1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan jenis kelamin responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS_KELAMIN			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	Laki-Laki	38	38.0
	Perempuan	62	62.0
	Total	100	100.0

Sumber: *output SPSS 21 data diolah, 2020.*

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas menjelaskan bahwa jenis kelamin nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman yang diambil sebagai responden lebih banyak responden perempuan Jenis kelamin perempuan yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 62 responden, sedangkan sisanya 38 nasabah adalah responden laki-laki. Hal ini

menunjukkan bahwa responden nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman lebih banyak perempuan, dibandingkan dengan nasabah berjenis kelamin laki-laki.

2. Data Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi data responden berdasarkan usia bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan usia responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia

USIA			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	20-29 Tahun	49	49.0
	30-39 Tahun	43	43.0
	> 40 Tahun	8	8.0
	Total	100	100.0

Sumber: *output SPSS 21 data diolah, 2020.*

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia 20-29 tahun sebanyak 49 responden, responden yang berusia 30-39 tahun sebanyak 43 responden, dan responden yang berusia diatas 40 tahun sebanyak 8 responden.

3. Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Deskripsi data responden berdasarkan pendidikan terakhir bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan pendidikan terakhir responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir disajikan pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

PENDIDIKAN_TERAKHIR			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	SMA	23	23.0
	D3	16	16.0
	S1	54	54.0
	Lainnya	7	7.0
	Total	100	100.0

Sumber: *output* SPSS 21 data diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa responden berdasarkan pendidikan terakhir menunjukkan bahwa responden yang memiliki latar belakang pendidikan SMA sebanyak 23 responden, responden yang memiliki latar belakang pendidikan D3 sebanyak 16 responden, responden yang memiliki latar belakang pendidikan S1 sebanyak 54 responden, dan responden yang memiliki latar belakang pendidikan Lainnya sebanyak 7 responden

4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi data responden berdasarkan pekerjaan bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan pekerjaan responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

PEKERJAAN			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	PNS	18	18.0
	Pegawai	40	40.0
	Wiraswasta/Pedagang	18	18.0
	Lainnya	24	24.0
	Total	100	100.0

Sumber: *output SPSS 21 data diolah, 2020.*

Berdasarkan Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS sebanyak 18 responden, responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai sebanyak 40 responden, responden yang memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta/Pedagang sebanyak 18 responden, dan responden yang memiliki pekerjaan sebagai Lainnya sebanyak 24 responden.

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas, penulis menggunakan SPSS 21. Berikut ini adalah hasil yang telah diuji oleh penulis dengan menggunakan SPSS 21 adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui hasil signifikan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dengan melihat r tabel pada $df = n - 2$. Adapun pada penelitian ini nilai $df = 100 - 2 = 98$ atau $df = 98$ dengan α 0,05. Didapat r tabel senilai 0,1966. Jika hasil r hitung lebih besar dari r tabel, maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan “ valid “.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Strategi Diferensiasi (X1)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Strategi Diferensiasi (X1)	Pernyataan 1	.672	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	.604	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	.648	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	.646	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	.693	0,1966	Valid
	Pernyataan 6	.664	0,1966	Valid
	Pernyataan 7	.732	0,1966	Valid
	Pernyataan 8	.625	0,1966	Valid

	Pernyataan 9	.624	0,1966	Valid
	Pernyataan 10	.639	0,1966	Valid
	Pernyataan 11	.598	0,1966	Valid
	Pernyataan 12	.642	0,1966	Valid
	Pernyataan 13	.629	0,1966	Valid

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel Strategi *Diferensiasi* (X1) memiliki r hitung $>$ r tabel 0,1966 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid”.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel *Positioning* (X2)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Positioning</i> (X2)	Pernyataan 1	.359	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	.489	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	.445	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	.556	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	.521	0,1966	Valid
	Pernyataan 6	.506	0,1966	Valid

	Pernyataan 7	.507	0,1966	Valid
	Pernyataan 8	.528	0,1966	Valid
	Pernyataan 9	.228	0,1966	Valid
	Pernyataan 10	.403	0,1966	Valid
	Pernyataan 11	.419	0,1966	Valid

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel *Positioning* (X2) memiliki r hitung > r tabel 0,1966 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid”.

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Iklan (X3)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Iklan (X3)	Pernyataan 1	.369	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	.578	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	.694	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	.700	0,1966	Valid

	Pernyataan 5	.537	0,1966	Valid
	Pernyataan 6	.561	0,1966	Valid

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel Iklan (X3) memiliki r hitung $>$ r tabel 0,1966 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid”.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Motivasi Menabung (Y)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Motivasi Menabung (Y)	Pernyataan 1	.211	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	.208	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	.529	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	.595	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	.677	0,1966	Valid
	Pernyataan 6	.486	0,1966	Valid
	Pernyataan 7	.427	0,1966	Valid
	Pernyataan 8	.400	0,1966	Valid

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel Motivasi Menabung (Y) memiliki r hitung $>$ r tabel

0,1966 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid“.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana pengukuran terhadap variabel dependen dan independen tidak rentan terhadap pengaruh yang ada dan konsisten dari variabel tersebut dan dapat dikatakan reliabel. Program SPSS 21 memberikan alat untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus alpha. Reliabilitas kurang dari 0,6, artinya tidak reliabel, sedangkan nilai *cronbach's alpha* > 0,6, maka dapat dikatakan “ reliabel “. Maka ditunjukkan dengan hasil pengujian reliabilitas untuk seluruh variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batasan	Keterangan
X1 (Strategi Diferensiasi)	0,917	0,6	Reliabel
X2 (<i>Positioning</i>)	0,793	0,6	Reliabel
X3 (Iklan)	0,810	0,6	Reliabel
Y (Motivasi Menabung)	0,743	0,6	Reliabel

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Jadi dari Tabel 4.9 yaitu uji reliabilitas bahwa masing-masing nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel mempunyai nilai diatas 0,6. Maka

dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel tersebut reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah nilai residual dalam model regresi ini terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Model regresi yang baik haruslah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal, dan dapat dinyatakan normal apabila nilai *asympt. sig* > 0,05.

Tabel 4.10
Uji Normalitas
Kolmogorov-Smirnov

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.23595033
	<i>Absolute</i>	.052
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Positive</i>	.052
	<i>Negative</i>	-.029
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		.525
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.946
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		

Sumber: *output SPSS 21 data diolah, 2020.*

Berdasarkan *output* pada tabel 4.10 diatas, uji normalitas dengan metode *Kolmogrov-Smirnov* diatas dapat kita lihat bahwa dimana nilai *asympt. sig* sebesar $0,946 > 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, maka nilai residual terstandardisasi berdistribusi “ normal “.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah pada model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini menggunakan metode *Glejser*. Model regresi yang baik harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas, yang berarti varians dari residual harus konstan untuk keseluruhan variabel, dengan melihat nilai *sig.* $> 0,05$.

Tabel 4.11
Uji Heteroskedastisitas
Uji Glejser

<i>Coefficients^a</i>			
Model	t	Sig.	
1	<i>(Constant)</i>	2.703	.008
	<i>X1_Strategi</i>	.865	.389
	<i>Diferensiasi</i>		
	<i>X2_Positioning</i>	-.948	.346
	<i>X3_Iklan</i>	-1.478	.143

a. *Dependent Variable: abs_res*

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Berdasarkan *output* Tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa sig. X1 (0,389), X2 (0,346), dan X3 (0,143) > 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa pada model regresi ini dinyatakan “tidak terjadi gejala heteroskedastisitas”.

3. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah variabel-variabel data yang dianalisis tersebut memiliki keterikatan atau hubungan secara linear atau tidak. Dalam penelitian ini, uji linearitas yang digunakan adalah dengan metode *Lagrange Multiplier* (LM Test) dengan melihat *Chi Square* Hitung < *Chi Square* Tabel, maka dapat dinyatakan persamaan tersebut linear.

Tabel 4.12
Uji Linearitas
***Lagrange Multiplier* (LM Test)**

<i>Model Summary</i> ^b		ANOVA ^a		
Model	<i>R Square</i>	Model	df	
1	.000	1	Residual	96

a. *Dependent Variable: Unstandardized Residual*
b. *Predictors: (Constant) x3_kuadrat, x1_kuadrat, x2_kuadrat*

er: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

$$\begin{aligned}
 \text{Chi Square Hitung} &= n \times R \text{ Square} \\
 &= 100 \times 0,000 \\
 &= 0.
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Chi Square Tabel} &= df= 0,05, 96 \\ &= 119,87094. \end{aligned}$$

Berdasarkan output diatas, dapat diketahui bahwa *Chi Square* Hitung < *Chi Square* Tabel sebesar $0 < 119,87094$, maka dapat dinyatakan bahwa pada model regresi pada penelitian ini dinyatakan “linear”.

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui keakuratan hubungan antara Strategi *Diferensiasi* (X1), *Positioning* (X2), dan Iklan (X3) terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

Tabel 4.13
Analisis Regresi Berganda

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	1.657	.315		5.264	.000
	X1_Strategi <i>Diferensiasi</i>	.230	.076	.318	3.033	.003
	X2_ <i>Positioning</i>	.152	.075	.166	2.015	.047
	X3_Iklan	.266	.078	.349	3.415	.001

a. *Dependent Variable: Y_Motivasi Menabung*

Sumber: *output SPSS 21 data diolah, 2020.*

Berdasarkan data tabel 4.14 diatas dapat dilihat nilai konstanta dan koefisien regresi dapat dibentuk dengan persamaan linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,657 + 0,230 \beta_1 + 0,152 \beta_2 + 0,266 \beta_3 + e$$

Keterangan :

Y = Motivasi Menabung
 β_1 = Strategi *Diferensiasi*
 β_2 = *Positioning*
 β_3 = Iklan
 e = Eror

Dari persamaan regresi diatas, dapat di simpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 1,657 artinya saat nilai strategi *Diferensiasi*, *Positioning*, dan Iklan = 0 maka nilai Motivasi Menabung sebesar 1,657.
- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel Strategi *Diferensiasi* sebesar 0,230 artinya jika terjadi penambahan/kenaikan Strategi *Diferensiasi* (X1) Motivasi Menabung akan meningkat sebesar 0,230.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel Strategi *Positioning* sebesar 0,152 artinya jika terjadi penambahan/kenaikan *Positioning* (X2) maka Motivasi Menabung akan meningkat sebesar 0,152.
- d. Nilai koefisien regresi untuk variabel Strategi Iklan sebesar 0,266 artinya jika terjadi penambahan/enaikan maka Motivasi Menabung akan meningkat sebesar 0,266.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji variabel independen (bebas) secara parsial terhadap variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Strategi *Diferensiasi* (X1), *Positioning* (X2), dan Iklan (X3) terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman secara parsial. Untuk melihat hasil perhitungan uji t pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14

Uji Signifikan Parsial (Uji T)

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	1.657	.315		5.264	.000
	X1_Strategi <i>Diferensiasi</i>	.230	.076	.318	3.033	.003
	X2_ <i>Positioning</i>	.152	.075	.166	2.015	.047
	X3_Iklan	.266	.078	.349	3.415	.001

a. *Dependent Variable: Y_Motivasi Menabung*

Sumber: *output SPSS 21 data diolah, 2020.*

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel 4.15 diatas, diperoleh besarnya angka t tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n-k)$ atau $(100-4) = 96$, sehingga diperoleh nilai t tabel = 1,98498, maka dapat diketahui masing-masing variabel sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 21.0 seperti pada tabel diatas, variabel Strategi *Diferensiasi* (X1) memiliki t hitung senilai 3,033 dengan nilai sig. 0,003. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, didasarkan dengan nilai t hitung $> t$ tabel, $-t$ hitung $< -t$ tabel, atau jika signifikansi $< 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $> t$ tabel (3,033 $>$ 1,98498) dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi *Diferensiasi* (X1) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.
- b. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 21.0 seperti pada tabel diatas, variabel *Positioning* (X2) memiliki t hitung senilai 2,015 dengan nilai sig. 0,047. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, didasarkan dengan nilai t hitung $> t$ tabel, $-t$ hitung $< -t$ tabel, atau jika signifikansi $< 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $> t$ tabel (2,015 $>$

1,98498) dan nilai signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa *Positioning* (X2) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

- c. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 21.0 seperti pada tabel diatas, variabel Iklan (X3) memiliki t hitung senilai 3,415 dengan nilai sig. 0,001. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, didasarkan dengan nilai t hitung $> t$ tabel, $-t$ hitung $< -t$ tabel, atau jika signifikansi $< 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $> t$ tabel (3,415 $>$ 1,98498) dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Iklan (X3) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

2. Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial

Uji koefisien deteminasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel X1, X2, X3, X4, X5 terhadap variabel Y secara parsial.

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Koefisien Determinasi Parsial

No	Variabel	Koefisien Determinasi
1	X1 – Y	0,411
2	X2 – Y	0,215
3	X3 - Y	0,413

Bedasarkan tabel 4.16 diatas, pada kolom (X1) yaitu variabel Differensiasi ke variabel (Y) yaitu Motivasi menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,411 atau 41%. Hal ini berarti bahwa sebesar 41% variabel Motivasi (Y) secara parsial dapat dijelaskan oleh variabel Differensiasi (X1), sedangkan sisanya 0,59 atau 59% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak di ikut sertakan di mode penelitian ini. Pada kolom (X2) yaitu variabel *Positioning* ke variabel (Y) yaitu Motivasi menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0.215 atau 21%. Hal ini berarti bahwa sebesar 21% variabel Motivasi (Y) secara parsial dapat dijelaskan oleh variabel Positioning (X2), sedangkan sisanya 0,79 atau 79% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak di ikut sertakan di mode penelitian ini. Pada kolom (X3) yaitu variabel Iklan Produk ke variabel (Y) yaitu Motivasi menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,413 atau 41%. Hal ini berarti bahwa sebesar 41% variabel Motivasi (Y) secara parsial dapat dijelaskan oleh variabel Iklan Produk (X3), sedangkan sisanya 0,59 atau 59% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak di ikut sertakan di mode penelitian ini.

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (Adj R²) pada dasarnya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat).

Tabel 4.16
Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model Summary</i>				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.711 ^a	.505	.489	.23961
a. <i>Predictors: (Constant), X3_Iklan, X2_Positioning, X1_Strategi Diferensiasi</i>				

S

Sumber: *output* SPSS 21 data diolah, 2020.

Berdasarkan hasil perhitungan Koefisien Determinasi pada Tabel 4.17 nilai Koefisien Determinasi (Adj R²) sebesar 0,489, yang artinya hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel bebas (*independent*) yaitu variabel Strategi *Diferensiasi*, *Positioning*, dan Iklan terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman sebesar 48,9%, sedangkan sisanya 51,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang belum diteliti atau tidak termasuk dalam regresi pada penelitian ini.

G. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Tabel 4.17
Rekapitulasi Hasil Penelitian

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian
1.	H1 = Strategi <i>Diferensiasi</i> (X1) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.	Strategi <i>Diferensiasi</i> (X1) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.
2.	H2 = <i>Positioning</i> (X2) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.	<i>Positioning</i> (X2) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.
3.	H3 = Iklan (X3) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.	Iklan (X3) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

H. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Strategi *Diferensiasi*, *Positioning*, dan Iklan terhadap Motivasi Menabung pada Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman. Pembahasan dan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Strategi *Diferensiasi* terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman

Menurut Hermaan Kartajaya yang menyatakan bahwa Strategi differensiasi sangat penting karena merupakan suatu bukti perusahaan

kepada pelanggan yang berupa perbedaan yang berarti atau hal yang mendatangkan *value* bagi konsumen sebagai realisasi atas *Positioning* perusahaan.

Ini mengindikasikan bahwa semakin berbeda produk yang ditawarkan oleh bank, maka akan semakin tinggi pula motivasi nasabah untuk menabung atau menyimpan uangnya di bank. Selain itu produk yang memiliki keunggulan tersendiri seringkali dapat memotivasi nasabah untuk mengambil produk tersebut, karena nasabah merasa sangat terjamin dengan adanya kelebihan tersebut, *diferensiasi* juga dapat menguntungkan bagi nasabah dan dapat menambah kepercayaan positif terhadap kualitas produk tersebut, sehingga menjadikan nasabah memiliki persepsi baik dan pada akhirnya menjadikan mereka dapat termotivasi untuk menabung pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $> t$ tabel ($3,033 > 1,98498$) dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi *Diferensiasi* (X1) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

Strategi *Diferensiasi* yang di buat oleh BRI Syariah KCP Palembang Sudirman berpengaruh terhadap motivasi menabung nasabah, hal ini dikarenakan perbedaan produk Faedah BRI Syariah yang sedikit mencolok terhadap produk Bank lain yaitu setoran awal lebih ringan

dibandingkan dengan tabungan konvensional yaitu 100 ribu, gratis biaya adm bulanan, gratis biaya atm bulanan, serta gratis biaya pergantian buku tabungan karena habis, kemudian berbagai kemudahan yang diberikan oleh para karyawan bank syariah dapat membuat para nasabah termotivasi untuk menabung sehingga dapat membuat Strategi *Diferensiasi* berpengaruh terhadap motivasi menabung nasabah KCP Palembang Sudirman

Hal ini sejalan dengan teori Maslow yang menyatakan bahwa Motivasi dapat mendorong manusia untuk mengambil keputusan. Dengan menciptakan adanya perbedaan produk dari pesaingnya akan mempermudah perusahaan untuk menarik minat nasabah untuk memilih produk tersebut.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Uswatun Khasanah, Afif Muamar (2019) yang menyatakan bahwa Strategi *Diferensiasi* berpengaruh terhadap Motivasi Menabung.

2. Pengaruh Strategi *Positioning* terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

Menurut Gunawan Adisaputro mengemukakan *Positioning* adalah cara untuk mendesain tawaran citra perusahaan yang menempati tempat istimewa atau tercipta *image* khusus (dibandingkan para pesaing) dibenak konsumen sasaran. Jadi dengan adanya *Positioning* yang dapat

mengingat kan kesan dan kualitas baik yang tersimpan di ingatan nasabah, maka nasabah akan memilih bank mana dan produk bank apa yang akan digunakannya untuk kebutuhan dan kenyamanan yang cocok oleh nasabah tersebut. Maka *Positioning* berpengaruh terhadap motivasi menabung nasabah KCP Palembang Sudirman.

Hasil Penelitian ini cocok dengan teori yang menyatakan bahwa strategi *differensiasi* menjadi kurang efektif jika tanpa adanya *positioning*¹ *Positioning* merupakan konsep psikologis yang terkait dengan bagaimana konsumen yang ada ataupun calon konsumen dapat menerima perusahaan tersebut dan produknya dibandingkan perusahaan lainnya sehingga sebuah *differensiasi* sangat membutuhkan *positioning* yang tepat, tanpa adanya *positioning* yang tepat *differensiasi* yang dibuat akan sulit untuk sampai dibenak konsumen. *Positioning* merupakan tindakan untuk merancang penawaran dan citra perusahaan agar menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berbeda dalam benak pelanggan sasaran.²

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung > t tabel (2,015 > 1,98498) dan nilai signifikansi sebesar 0,047 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa *Positioning* (X2) berpengaruh

¹ Rambat Lupiadi dan A. Hmbali, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta : Salemba Empat, 2006), h. 58.

² Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi* (Bandung: CV. Yrama Widya, 2016), hlm. 155.

terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susmiati (2016) yang menyatakan bahwa *Positioning* berpengaruh terhadap Motivasi Menabung.

3. Pengaruh Strategi Iklan (X3) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman

Menurut Helmi Haris dan Nur Said irham adalah “segala bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara non-personal oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran. Iklan merupakan media informasi yang dibuat dengan cara tertentu untuk menarik penonton, asli, dan memiliki karakteristik tertentu dan persuasive, sehingga konsumen secara sukarela terdrong untuk melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang diinginkan pengiklan. Perusahaan tidak hanya membuat produk bagus tapi mereka juga harus menginformasikannya kepada konsumen mengenai kelebihan produknya dengan hati-hati memposisikan produknya dalam bena konsumen. Karena itu, merekanharus ahli menggunakan promosi. Promosi ditunjukan untuk

mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada. Salah satu alat promosi adalah iklan.³

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3,415 > 1,98498$) dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Iklan (X3) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman. Yang artinya semakin baik iklan yang dilakukan untuk menarik nasabah oleh Bank, maka akan membuat nasabah termotivasi untuk menjadi nasabah pada Bank.

Iklan yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman berpengaruh terhadap motivasi menabung nasabah. Hal ini didukung dengan berbagai macam sarana periklanan yang telah dilakukan seperti periklanan dengan memberikan brosur kepada nasabah atau calon nasabahnya, pemberian souvenir kepada nasabah yang telah membuka rekening tabungan mendatangi diberbagai event, pengiklanan disosial media kemudian penjualan pribadi yang dilakukan oleh para karyawan bank syariah untuk menawarkan produk–produk dan jasa yang ada pada Bank maka Iklan produk berpengaruh terhadap motivasi menabung nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

³ Helmi Haris dan Nur Said Irham T, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta)*”, Jurnal Muqtasid, Vol 3, No. 1, Juli 2012

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Trifena Tanuwidjaya, Hikmah, (2020) yang menyatakan bahwa Iklan berpengaruh terhadap Motivasi Menabung.