

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Strategi *Diferensiasi*, *Positioning*, dan Iklan terhadap Motivasi Menabung Nasabah Studi Pada Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan diantaranya:

1. Terdapat pengaruh *Diferensiasi* (X1) terhadap Motivasi Menabung nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman. Hal ini dapat dilihat dari hasil statistik uji t untuk variabel *Diferensiasi* (X1) terhadap Motivasi Menabung memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3,033 > 1,98498$) dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$.
2. Terdapat pengaruh *Positioning* (X2) terhadap Motivasi Menabung nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman. Hal ini dapat dilihat dari hasil statistik uji t untuk variabel *Positioning* (X2) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($2,015 > 1,98498$) dan nilai signifikansi sebesar $0,047 < 0,05$.
3. Terdapat hasil yang paling berpengaruh di antara ketiga variabel ini dimana variabel iklan adalah variabel yang paling berpengaruh (X3) terhadap Motivasi menabung nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman. Hal ini dapat dilihat dari hasil statistik uji t

4. untuk variabel Iklan (X3) berpengaruh terhadap Motivasi Menabung Nasabah memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($3,415 > 1,98498$) dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan. Maka peneliti dapat mengemukakan beberapa saran dari hasil penelitian sebagai berikut.

1. Bagi Bank Bri Syariah KCP Palembang Sudirman harus bisa berupaya lebih baik lagi guna meningkatkan nasabah khususnya dalam strategi Differensiasi yaitu membuat perbedaan yang bervariasi antara produk bank Bri Syariah dengan produk bank lain agar lebih banyak mendapatkan nasabah salah satunya dengan cara menggunakan berbagai platform media social.
2. Strategi Iklan yang terdapat pada perusahaan perlu ditingkatkan agar menjadi lebih baik lagi sehingga dapat menarik motivasi nasabah untuk menabung, seperti menggunakan spanduk atau baliho dan menambahkan iklan di berbagai social media dengan slogan yang menarik. Hal ini dikarenakan dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa strategi Differensiasi yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap motivasi menabung nasabah.
3. Perusahaan dapat meningkatkan strategi positioning dengan cara menjaga kepercayaan dan melakukan inovasi dalam megembangkan produk dan senantiasa meningkatkan kualitas produk serta teru meningkatkan kualitas

pelayanan yang berorientasi pada nasabah dengan selalu mengedepankan kepuasan pelanggan atau nasabah

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, Helen Sabera. 2015. *Metodologi Penelitian*, Palembang: Noer Fikri.
- Adisaputro Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran, Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Assauri Sofjan. 2012. *Strategi Marketing: Sustaining Lifetime Costumer Value*. Jakarta: Rajawali Pers.
- B Uno Hamzah. 2013. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Charles Doyle. 2013. *Kamus Pemasaran*. Jakarta: Index Permata Dwi Media.
- Gregorius Chandra dan Fandy Tjipno. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Gunawan. Ce. 2018. *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Haris Helmi dan Nur Said Irfham T. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung dalam Bank Syariah. *Jurnal*. Vol.3 No.1.
- Husein Umar. 2013. *Metode Riset dan Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.

- Kartajaya, Hermawan. 2015. *Memenangkan Persaingan Dengan Segitiga Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Mariana, Defi. 2017. Pengaruh Strategi Differensiasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Toko Buku Zanapa) Metropolitan City Pekanbaru. *Jurnal*. Vol. 4. No. 2.
- Morissan. 2015. *Periklanan Komunikasi, Pemasaran, Terpadu*. Jakarta: Pramedia Group.
- Muhajirin dan Maya Panorama. 2017. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta.
- Nugroho J. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Paramedia Group.
- Sentot Imam Wahjono, Ana Marina, Widayar. 2018. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Solihin Ismail.. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga
- Suryani dan Hendryadi, 2015. *Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.

- Susmiati. 2016. Strategi Differensiasi dan Positioning dalam Memotivasi Nasabah Menabung pada Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pemekasan, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 7. No. 2.
- Oktarina Dian Siska, Dkk. 2015. Analisis Motivasi Menabung Ibu Rumah Tangga di Kelurahan Kebon Sari Kecamatan Sumber Sari Kabupaten Jember. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*. Vol. 1. No. 1.
- Pradiani, Theresia. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Akademia A*. Vol. 15. No. 2.
- Ujang, Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tambunan. 2012. Analisa Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional. *Jurnal Episteme*. Vol. 7. No. 2.
- Wiroso. 2011. *Akutansi Transaksi Syariah*. Jakarta: IAI.