

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka di dapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji variabel segmenting secara statistik diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,009 dan koefisien regresi (b_1) sebesar 0,221. Hal ini menunjukkan secara parsial variabel segmenting mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.
2. Hasil uji variabel targeting secara statistik diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,453 dan koefisien regresi (b_1) sebesar 0,035. Hal ini menunjukkan secara parsial variabel targeting tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.
3. Hasil uji variabel positioning secara statistik diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,005 dan koefisien regresi (b_1) sebesar 0,195. Hal ini menunjukkan secara parsial variabel positioning mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung.
4. Hasil uji variabel segmenting, targeting dan positioning secara bersama-sama atau simultan secara statistik diperoleh nilai F hitung sebesar 39.830 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan secara simultan variabel segmenting, targeting dan positioning mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung. Dengan besaran nilai

koefisien *Adjusted R-squared* sebesar 0.768 yang artinya kurang lebih 76,8% dependen dapat dijelaskan oleh variable independen yang digunakan dalam penelitian dan kurang lebih 23,2% lainnya di pengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Bertolak dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran Segmenting, targeting dan positioning dapat lebih di tingkatkan terlebih dalam strategi pemasaran targeting yang dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menabung karena mengingat banyaknya pesaing di dunia perbankan yang dapat menarik perhatian nasabah.
2. Diharapkan PT. BRI Syariah dapat memprioritaskan produk Tabungan Impian, agar produk tersebut semakin banyak peminatnya serta dapat meningkatkan promosi khususnya Tabungan Impian kepada masyarakat tentang produk ini, karena masih ada sebagian masyarakat yang belum mengetahui bagaimana produk ini
3. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan atau mengembangkan penelitian yang serupa, penulis menyarankan agar peneliti dapat menambahkan variabel-variabel lain yang lebih relevan sehingga dimasa depan nanti muncul penelitian-penelitian yang bermanfaat bagi kalangan banyak.