

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

a. Sejarah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Dikeluarkannya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai daerah otonomi, maka kewenanganotonomi saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan segala urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikut perangkatnya. Serta untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yang diharapkan dapat memenuhi tujuan tersebut. Dimana pada gilirannya Lembaga Keuangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan dan mendayagunakan perekonomian daerah guna mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata.

Bentuk lembaga keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah Sumenep yang sangat ideal adalah Lembaga Keuangan Mikro, dalam hal ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS). Untuk memenuhi maksud dan tujuan tersebut diatas Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidoarjo yaitu PT. BPR DANA MERAPI untuk kemudian direlokasi ke Kabupaten Sumenep.

Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. BPR Dana Merapi Pemkab. Sumenep membuat *Memorandum Of Understanding* (MOU) dan Surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Kabupaten Sumenep Nomor 910/608b/435.304/200-1011/BMI/PKS/XII/2001 yang ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan PT Bank Syari'ah Muamalat Indonesia, Tbk pada tanggal 27 Desember 2001. Dalam MOU tersebut pihak PT. Bank Muamalat sebagai pelaksanaan dalam proses pengambilalihan BPR serta bertanggung jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perizinan, rekrutmen, pelatihan dan pembinaan.

Pada dasarnya PT. BPRS Bhakti Sumekar merupakan konversi dari PT. Dana Merapi, PT. BPR Dana Merapi didirikan berdasarkan akta notaris Yanita Poerbo SH No 64 tanggal 30 Juli 1992 dan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan nomor C2-392.HT.01.01.TH 1993 tanggal 22 Januari 1993, serta telah didaftarkan di kantor Pengadilan Negeri Sidoarjo dengan nomor 41/30/PT-1993 tanggal 6 Februari 1993.

b. Makna Umum Logo BPRS Bhakti Sumekar

Gambar 4.1

Logo BPRS Bhakti Sumekar



**BANK BPRS
BHAKTI SUMEKAR**

Logo BPRS Bhakti Sumekar menyerupai bunga merakah yang mencerminkan kegigihan, keuletakan, semangat, dan keramahan dalam semua aspek bisnis di lingkungan masyarakat yang diharapkan terus merakah dan berkembang. Sedangkan makna logo BPRS Bhakti Sumekar dari segi warna adalah:

- 1) Warna hijau: melambangkan kesuburan, kesejukan, dan kemakmuran, selain itu warna hijau juga identik dengan sesuatu yang bersifat islam.
- 2) Warna kuning: melambangkan kesejahteraan, kejayaan dan kekayaan.

c. Visi dan Misi BPRS Bhakti Sumekar

Visi :

masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya.

Misi :

- a) Intermediasi antara pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasarkan syariah.
- b) Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.
- c) Mengupayakan peningkatan pendapatan asli daerah.

d. Badan Hukum BPRS Bhakti Sumekar

PT. BPR DANA MERAPI didirikan berdasarkan akta notaris Yanita Poerbo SH No 64 tanggal 30 Juli 1992 dan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan nomor C2- 392.HT.01.01.TH 1993

tanggal 22 Januari 1993. Rencana akuisisi dari Pemerintah Kabupaten Sumenep telah memperoleh rekomendasi dan persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep tanggal 19 Nopember 2001 dengan nomor 910/953/435.040/2001.

Dan telah disetujui pula oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 Pebruari 2002. Dalam perkembangannya PT. BPR Dana Merapi telah mengalami perubahan nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar dengan Akte Nomor 24 tanggal 16 September 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto, SH dan Persetujuan dari Bank Indonesia nomor 04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 Nopember 2003. Pemerintah kabupaten Sumenep telah mengesahkan dalam sebuah Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 6 Tahun 2003 Tanggal 31-07-2003 tentang Pendirian PT. Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah Bhakti Sumekar.

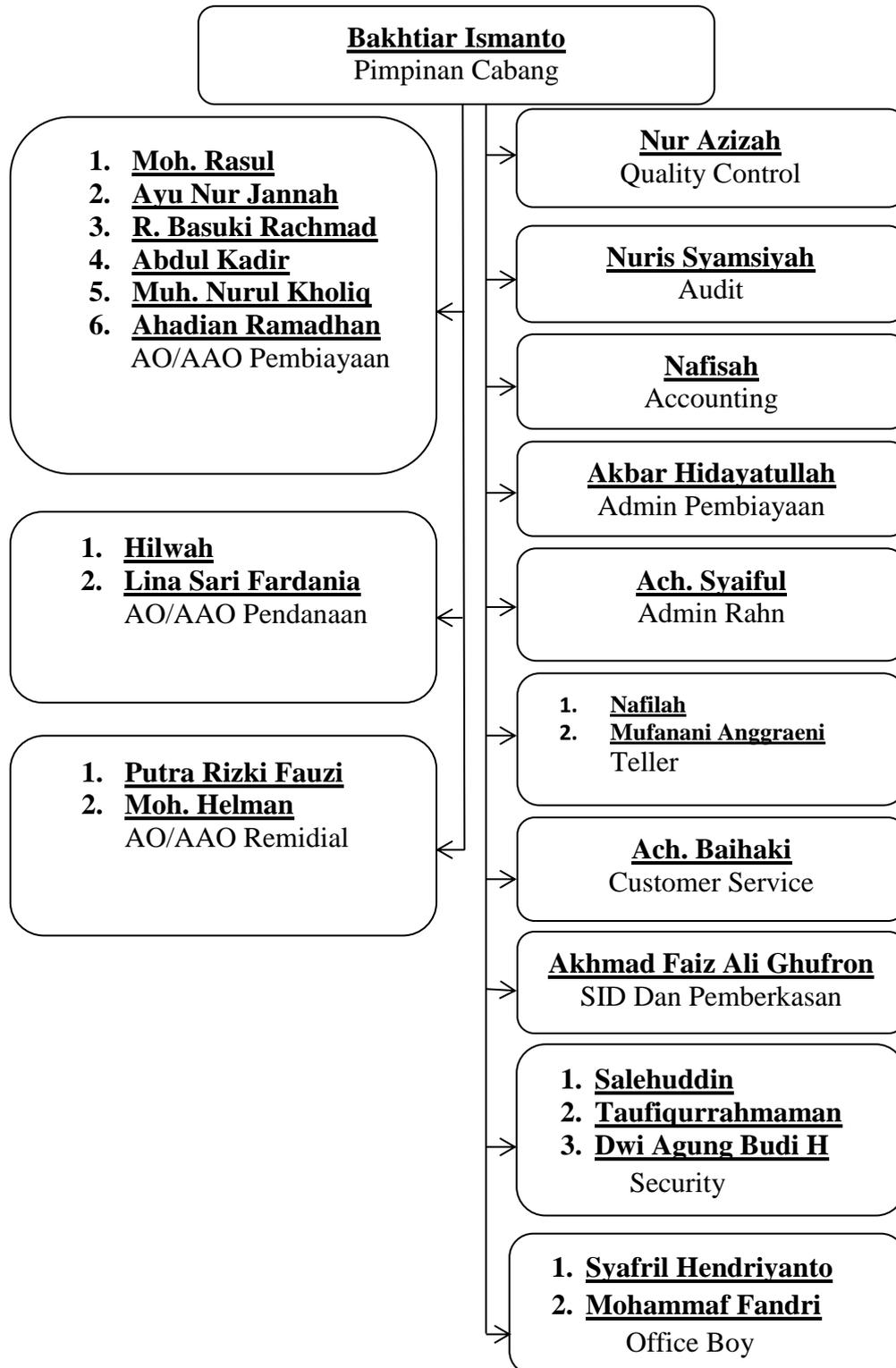
Perubahan Sistem Konvensional menjadi Sistem Syari'ah dan perubahan nama PT.BPR Bhakti Sumekar menjadi PT.BPRS Bhakti Sumekar dalam akte notaris Sukarini SH notaris di Sidoarjo No.1 tanggal 1 Nopember 2003 telah mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No.C-01389 HT.01.04.TH.2004 tanggal 19 Januari 2004 dan persetujuan izin prinsip Bank Indonesia NO.6/606/DPbs Jakarta tanggal 21 Mei 2004 serta Bank Indonesia Cabang Surabaya No.6/353/DPBPR/IDBPR/Sb tanggal 22 Juni 2004.

Dan Ijin Perubahan Kegiatan Usaha Konvensional Menjadi Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah dari Gubenur Bank Indonesia No.6/74/KEP.GBI/2004 tanggal 22 September 2004 dan beroperasi secara prinsip syariah mulai 22 Oktober 2004.

e. Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Gambar 4.2

Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan



2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner langsung kepada nasabah pembiayaan UMKM. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan sebanyak 96 kuesioner kepada nasabah pembiayaan UMKM. Pengumpulan data secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dengan menemui responden. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling incidental*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 responden.

Dengan demikian, syarat jumlah sampel untuk pengolahan data dengan alat analisis SPSS 24 dapat terpenuhi.

b. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik responden tersebut terdiri dari:

1) Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin responden atau nasabah pembiayaan UMKM di Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	63	65.6	65.6	65.6
	Perempuan	33	34.4	34.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas jenis kelamin responden adalah laki-laki sebanyak 63 nasabah dengan persentase sebesar 65.6%, sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 33 nasabah dengan persentase sebesar 34.4%.

2) Usia Responden

Data mengenai usia responden atau nasabah pembiayaan UMKM di Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu mulai umur 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, dan 51-60 tahun. Data tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2
Data Usia Responden

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	20	20.8	20.8	20.8
	31-40	41	42.7	42.7	63.5
	41-50	33	34.4	34.4	97.9
	51-60	2	2.1	2.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa pada kategori usia nasabah pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yang diambil

sebagai responden sejumlah 96. Kategori usia yang berumur 20-30 tahun berjumlah 20 orang dengan persentase sebesar 20.8%, yang berumur 31-40 tahun berjumlah 41 orang dengan persentase sebesar 42.7%, yang berumur 41-50 tahun berjumlah 33 orang dengan persentase sebesar 34.4%, dan yang berumur 51-60 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase sebesar 2.1%.

3) Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden atau nasabah pembiayaan UMKM di Bank BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 6 kategori, yaitu PNS/Pensiunan, Wiraswasta, Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, Satpam, dan Office Boy. Data tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.3
Data Pekerjaan Responden

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS/Pensiunan	29	30.2	30.2	30.2
	Wiraswasta	43	44.8	44.8	75.0
	Mahasiswa	11	11.5	11.5	86.5
	Ibu Rumah Tangga	10	10.4	10.4	96.9
	Satpam	2	2.1	2.1	99.0
	Office Boy	1	1.0	1.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa pada kategori pekerjaan nasabah pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yang diambil sebagai responden sejumlah 96. Kategori PNS/Pensiunan berjumlah 29 nasabah dengan persentase sebesar 30.2%, Wiraswasta berjumlah 43 nasabah

dengan persentase sebesar 44.8%, Mahasiswa berjumlah 11 nasabah dengan persentase sebesar 11.5% nasabah, Ibu Rumah Tangga berjumlah 10 nasabah dengan persentase sebesar 10.4%, Satpam berjumlah 2 nasabah dengan persentase sebesar 2.1%, dan Office Boy berjumlah 1 nasabah dengan persentase sebesar 1.0%.

c. Respon Tentang *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Tanggapan atau respon nasabah yang berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini mengenai *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dijelaskan melalui tanggapan responden. Adapun variabel independen pada penelitian ini terdiri dari *Segmenting* (X1), *Targeting* (X2), dan *Positioning* (X3). Lalu untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Nasabah (Y). Data dari variabel tersebut diambil dari kuesioner yang telah disebar. Berikut rincian masing-masing variabel:

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan skala likert dengan rincian 8 pernyataan untuk variabel *Segmenting* (X1), 6 pernyataan untuk variabel *Targeting* (X2), 8 pernyataan untuk variabel *Positioning* (X3), dan 9 pernyataan untuk variabel Keputusan Nasabah (Y). Sehingga jumlah total pernyataan adalah sebanyak 31 butir.

1) *Segmenting*

Tanggapan atau respon nasabah yang berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini mengenai item pernyataan *Segmenting* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.4
Skor Variabel *Segmenting*

Item No.	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	78	81.3%	17	17.7%	1	1.0%					96
2	87	90.6%	9	9.4%							96
3	77	80.2%	19	19.8%							96
4	76	79.2%	19	19.8%	1	1.0%					96
5	92	95.8%	2	2.1%	2	2.1%					96
6	36	37.5%	53	55.2%	7	7.3%					96
7	88	91.7%	8	8.3%							96
8	27	28.1%	56	58.3%	13	13.5%					96
Jmlh	561		183		24						768

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan sangat setuju dengan persentase terbesar yaitu sebesar 95.8% pada item soal ke-5 variabel *segmenting* yang berarti bahwa “BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan memang benar menyediakan produk Pembiayaan UMKM untuk nasabah yang membutuhkan dana untuk modal usaha”. Pada item soal ke-8 responden memberikan tanggapan netral dengan persentase terbesar yaitu sebesar 13.5% yang artinya “Tingkat intensitas pembelian produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yang masih rendah yang dimana hal ini terjadi karena harga atau angsuran produk Pembiayaan UMKM yang terbilang mahal dibandingkan pendapatan dari sejumlah nasabah”.

2) *Targeting*

Tanggapan atau respon nasabah yang berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini mengenai item pernyataan *Targeting* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.5
Skor Variabel *Targeting*

Item No.	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	72	75.0%	22	22.9%	2	2.1%					96
2	80	83.3%	16	16.7%							96
3	81	84.4%	15	15.6%							96
4	82	85.4%	14	14.6%							96
5	86	89.6%	10	10.4%							96
6	89	92.7%	7	7.3%							96
Jmlh	490		84		2						576

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan sangat setuju dengan persentase terbesar yaitu sebesar 92.7% pada item soal ke-6 variabel *targeting* yang berarti “Produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan benar bermanfaat bagi nasabah yang membutuhkan dana untuk modal usaha dengan tanpa adanya riba”. Pada item soal ke-1 responden memberikan tanggapan netral dengan persentase sebesar 2.1% yang artinya “Produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan belum banyak dikenal oleh semua kalangan masyarakat, yang artinya promosi sangat dibutuhkan untuk mengenalkan suatu produk kepada nasabah yang nantinya nasabah ini bisa memberikan keputusannya”.

3) *Positioning*

Tanggapan atau respon nasabah yang berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini mengenai item pernyataan *Positioning* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.6
Skor Variabel *Positioning*

Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	82	85.4%	14	14.6%							96
2	87	90.6%	9	9.4%							96
3	89	92.7%	7	7.3%							96
4	85	88.5%	11	11.5%							96
5	87	90.6%	7	7.3%	2	2.1%					96
6	89	92.7%	7	7.3%							96
7	83	86.5%	9	9.4%	3	3.1%	1	1%			96
8	86	89.6%	7	7.3%	3	3.1%					96
Jmlh	688		71		8		1				768

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan sangat setuju dengan persentase terbesar yaitu sebesar 92.7% pada item soal ke-3 variabel *positioning* yang berarti “Harga produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan sesuai dengan kualitasnya memang benar adanya”. Pada item soal ke-7 responden memberikan tanggapan tidak setuju dengan persentase 1% yang artinya “Masih ada sedikit kekurangan pada produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan sehingga sebagian kecil nasabah memutuskan untuk menggunakan produk Pembiayaan UMKM di bank kompetitor”.

4) Keputusan Nasabah

Tanggapan atau respon nasabah yang berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini mengenai item pernyataan Keputusan Nasabah dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.7
Skor Variabel Keputusan Nasabah

Item No.	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	84	87.5%	11	11.5%	1	1.0%					96
2	83	86.5%	12	12.5%	1	1.0%					96
3	90	93.8%	6	6.3%							96
4	92	95.8%	3	3.1%	1	1.0%					96
5	89	92.7%	2	2.1%	3	3.1%	2	2.1%			96
6	88	91.7%	8	8.3%							96
7	86	89.6%	10	10.4%							96
8	40	41.7%	55	57.3%	1	1.0%					96
9	10	10.4%	38	39.6%	48	50.0%					96
Jmlh	662		145		55		2				864

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan sangat setuju dengan persentase terbesar yaitu sebesar 95.8% pada item soal ke-4 variabel keputusan nasabah yang berarti “Sebagian besar nasabah dapat dipastikan untuk mencari tahu syarat, ketentuan, dan manfaat produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan dibandingkan produk Pembiayaan UMKM di bank lain”. Pada item soal ke-9 responden memberikan tanggapan netral dengan persentase sebesar 50% yang artinya “Masih banyak nasabah yang melakukan pertimbangan mengenai pembelian ulang suatu produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan”.

d. Uji Kualitas Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Peneliti melakukan analisis dengan SPSS 24. Berikut adalah hasil dari uji validitas dan uji reliabilitas:

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen, yang memiliki tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Tujuan uji validitas untuk mengetahui ketepatan serta kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya. Agar data yang diperoleh relevan atau sesuai dengan tujuan diadakannya pengukuran tersebut. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dengan menggunakan alat bantu SPSS 24, hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan taraf signifikansi 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka valid, begitupun sebaliknya.

Dalam penelitian ini, besarnya df yakni $96-2$ atau $df = 94$ $alpha$ ($\alpha=5\%$) hasil r_{tabel} yang diperoleh adalah 0.201. selanjutnya, hasil perhitungan menggunakan SPSS 24 diperoleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel *Segmenting* (X1)

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Segmenting</i> (X1)	P1	0.310	0.201	Valid
	P2	0.645	0.201	Valid
	P3	0.556	0.201	Valid
	P4	0.805	0.201	Valid
	P5	0.456	0.201	Valid
	P6	0.650	0.201	Valid
	P7	0.587	0.201	Valid
	P8	0.410	0.201	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel *Targeting* (X2)

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Targeting</i> (X2)	P1	0.666	0.201	Valid
	P2	0.757	0.201	Valid
	P3	0.828	0.201	Valid
	P4	0.904	0.201	Valid
	P5	0.788	0.201	Valid
	P6	0.651	0.201	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel *Positioning* (X3)

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Positioning</i> (X3)	P1	0.524	0.201	Valid
	P2	0.209	0.201	Valid
	P3	0.728	0.201	Valid
	P4	0.845	0.201	Valid
	P5	0.860	0.201	Valid
	P6	0.905	0.201	Valid
	P7	0.890	0.201	Valid
	P8	0.928	0.201	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Keputusan Nasabah (Y)	P1	0.774	0.201	Valid
	P2	0.793	0.201	Valid
	P3	0.752	0.201	Valid
	P4	0.682	0.201	Valid
	P5	0.779	0.201	Valid
	P6	0.801	0.201	Valid
	P7	0.763	0.201	Valid
	P8	0.565	0.201	Valid
	P9	0.21	0.201	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Dari hasil uji validitas diatas, nilai r_{hitung} pada koefisien korelasi lebih besar dari nilai r_{tabel} . Maka dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama, setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Apabila variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach's Alpha* $> 60\%$ (0.60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya *Cronbach's Alpha* $< 60\%$ maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel. Hasil perhitungan menggunakan SPSS 24 diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* $> 60\%$ (0.60). Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Segmenting* (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.625	.695	8

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Targeting* (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.844	.863	6

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Positioning* (X3)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.902	.909	8

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.775	.864	9

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Dari hasil uji reliabilitas diatas, nilai variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach's Alpha* > 60% (0.60). Maka dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen pernyataan pada kuesioner dinyatakan reliabel.

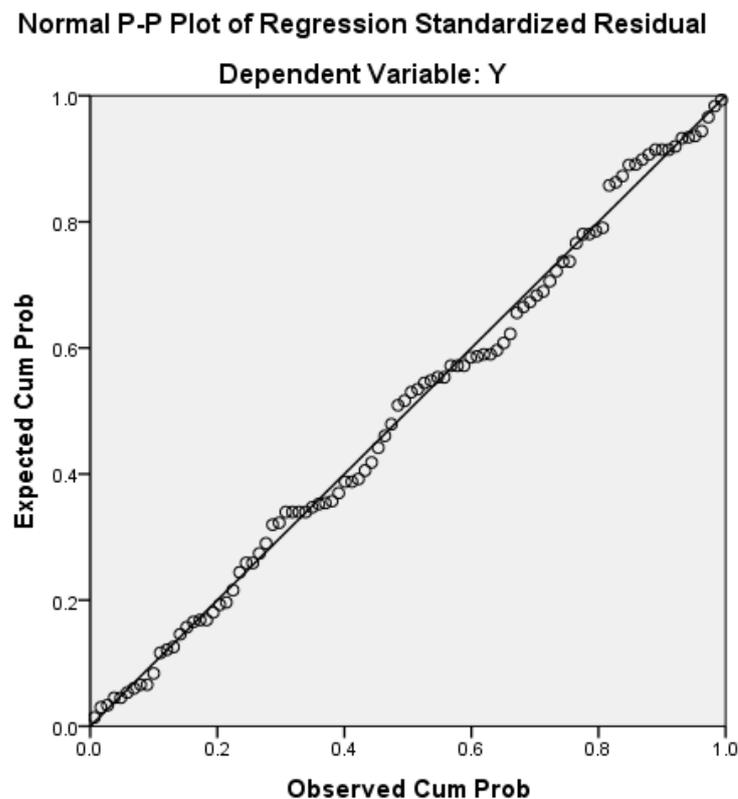
e. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah nilai residual yang telah terstandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Cara melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pendekatan analisis *normal probability plot*. Pada pendekatan ini nilai residual terdistribusi secara normal apabila garis (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya. Berikut hasil uji normalitas dengan grafik *normal probability plot* menggunakan SPSS 24:

Gambar 4.3

Hasil Uji Normalitas menggunakan Normal P –P Plot



Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan gambar grafik *normal probability plot* diatas menunjukkan bahwa data atau titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang artinya data dapat dikatakan terdistribusi normal.

Uji Normalitas dapat juga diketahui dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran data maka dapat dilihat dari nilai signifikansinya, jika nilai signifikansi > 0.05 maka dapat dikatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi < 0.05 maka dapat dikatakan tidak berdistribusi normal. Hasil perhitungan menggunakan SPSS 24 diperoleh nilai signifikansi < 0.05 . Hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.65770068
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.048
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
Exact Sig. (2-tailed)		.959
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji *One-sample Kolmogorov Smirnov* diatas, diperoleh nilai sig $0.959 > 0.05$ yang berarti data berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terbentuk karena adanya korelasi tinggi atau sempurna antar variabel bebas (*independent*). Jika ditemukan ada hubungan korelasi yang tinggi antar variabel bebas maka dapat dinyatakan adanya gejala multikolinear pada penelitian. Menentukan ada tidaknya multikolinieritas dapat dilakukan yaitu dengan nilai *tolerance* dan nilai *variance inflacion factor* (VIF). Nilai *tolerance* adalah besarnya tingkat kesalahan yang dibenarkan secara statistik (α). Variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika α hitung $> \alpha$ dan VIF hitung $< VIF$. Sebagian besar penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa jika nilai *tolerance* lebih dari 10% atau > 0.10 dan VIF kurang dari 10 atau < 10.00 maka tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil pengujian dari multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	46.426	4.814		9.644	.000		
	Segmenting	.078	.139	.083	.562	.576	.449	2.226
	Targeting	-.236	.123	-.194	-1.915	.059	.966	1.035
	Positioning	-.193	.116	-.248	-1.654	.102	.440	2.275

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas diperoleh nilai *tolerance* variabel bebas *Segmenting* (X1), *Targeting* (X2), dan *Positioning* (X3) masing-masing yaitu $0.449 > 0.10$, $0.966 > 0.10$, dan $0.440 > 0.10$. Sedangkan, nilai VIF dari masing-masing variabel bebas *Segmenting* (X1), *Targeting* (X2), dan *Positioning* (X3) yaitu $2.226 < 10.00$, $1.035 < 10.00$, dan $2.275 < 10.00$. Dari hasil uji multikolinearitas tersebut dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Autokorelasi dapat diketahui melalui uji Durbin-Watson (D-W Test), adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah di dalam model yang digunakan terdapat autokorelasi diantara variabel-variabel yang diamati. Keputusan ada tidaknya autokorelasi bisa dilihat ditabel di bawah ini:

Tabel 4.18
Pengambilan Keputusan

Hipotesis Nol (H_0)	Keputusan	Jika
Tidak ada Autokorelasi Positif	Tolak H_0	$0 < d < dl$
Tidak ada Autokorelasi Positif	Tidak Ada Keputusan	$dl < d < du$
Tidak ada Autokorelasi Positif dan Negatif	Terima H_0	$du < d < 4-du$
Tidak ada Autokorelasi Negatif	Tidak Ada Keputusan	$4-du < d < 4-dl$
Tidak ada Autokorelasi Negatif	Tolak H_0	$4 - dl < d < 4$

Adapun hasil dari uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.706 ^a	.499	.483	1.643	1.839
a. Predictors: (Constant), Positioning, Segmenting, Targeting					
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah					

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1.839, untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagai berikut:

Tabel 4.20
Nilai Durbin-Watson

dL	dU	4 - dL	4 - dU	d/DW	Keputusan
1.603	1.732	2.396	2.267	1.839	Tidak terdapat autokorelasi

Berdasarkan tabel nilai DW diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai DW sebesar 1.839 diperoleh dari tabel Durbin-Watson dengan ketentuan $\alpha = 5\%$ dengan jumlah sampel 96 dan k (jumlah variabel independen) = 3.

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1.839 berada diantara nilai $(dU < d < 4 - dU)$ yaitu $1.732 < 1.839 < 2.267$ yang artinya bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi dan tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

4) Uji Heteroskedastisitas

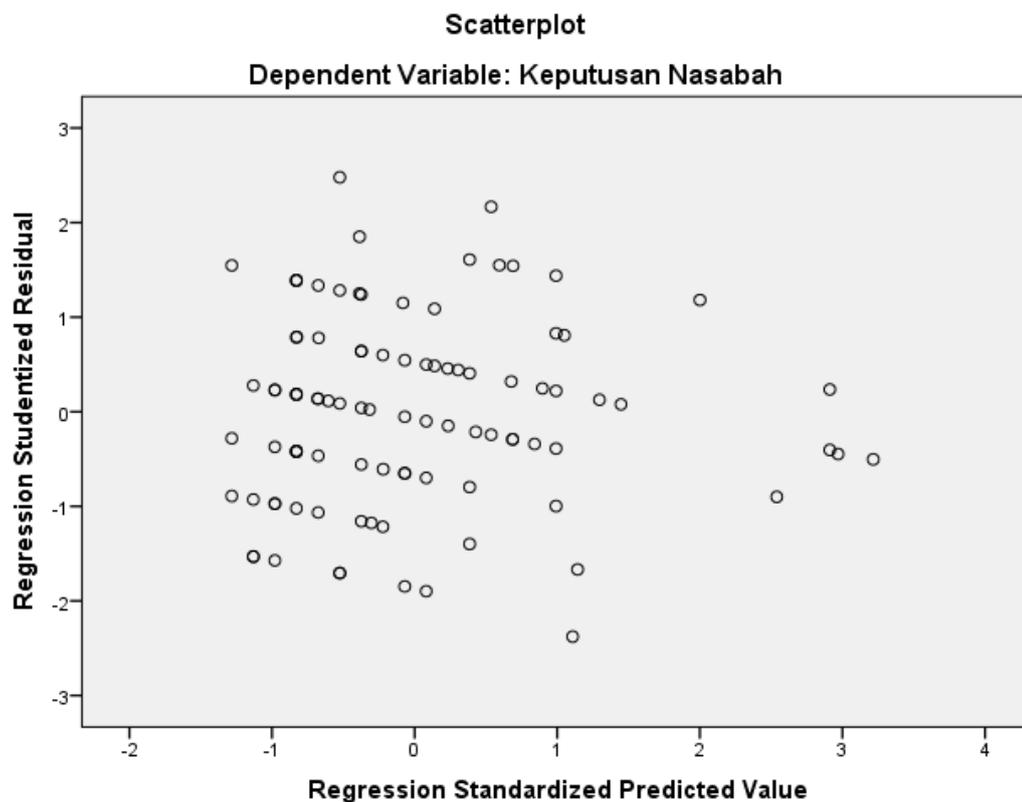
Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas atau tidak dengan melakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Uji grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED sumbu Y yang telah diprediksi dan sumbu X yaitu residual. Suatu model dapat dilihat dari suatu pola gambar *scatterplot* dan data tidak terjadi heteroskedastisitas apabila pada suatu gambar:

- a) Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0,
- b) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja,
- c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali,
- d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Berikut hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* pada SPSS 24 :

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan Grafik Scatterplot



Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan gambar grafik *scatterplot* diatas menunjukkan bahwa data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya diatas dan dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji tidak terdapat heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas dapat juga di lakukan dengan Uji *Glejser* dimana dalam pengambilan keputusan dengan melihat nilai sig dari variabel X (bebas) dengan ketentuan (a) Apabila variabel bebas memiliki nilai sig $< 0,05$ maka dapat dipastikan terjadi heteroskedastisitas. (b) Apabila variabel memiliki nilai sig $> 0,05$ maka dapat dipastikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun hasil dari uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	46.426	4.814		9.644	.000
	Segmenting	.078	.139	.083	.562	.576
	Targeting	-.236	.123	-.194	-1.915	.059
	Positioning	-.193	.116	-.248	-1.654	.102

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diperoleh nilai signifikansi untuk masing-masing variabel yaitu *segmenting* sebesar $0.576 > 0.05$, *targeting* sebesar $0.059 > 0.05$, dan *positioning* sebesar $0.102 > 0.05$. Dikarenakan ketiga nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel *independent* dan variabel *dependent*. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (X) yaitu *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning*. Sedangkan yang menjadi variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Nasabah. Model persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Berikut hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS 24:

Tabel 4.22
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.171	3.475		3.502	.001
	Segmenting	.164	.161	.133	1.016	.312
	Targeting	-.016	.224	-.011	-.070	.944
	Positioning	.625	.139	.612	4.486	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel diatas, diperoleh koefisien variabel independen *segmenting* = 0.164, *targeting* = -0.016, dan *positioning* = 0.625 serta nilai konstanta sebesar 12.171. Jadi model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$\text{Keputusan Nasabah} = 12.171 + 0.164 - 0.016 + 0.625 + \text{Standart Error}$$

Model persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 12.171 menyatakan bahwa variabel X (independen) jika nilainya 0 maka keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan sebesar 12.171.
- b. $\beta_1 = 0.164$ (nilai koefisien positif dari *segmenting*). Hal ini menunjukkan bahwa jika setiap peningkatan sebesar 1 pada variabel tersebut, maka keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan

UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan meningkat sebesar 0.164 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

- c. $B_2 = -0.016$ (nilai koefisien negatif dari *targeting*). Hal ini menunjukkan bahwa jika setiap peningkatan sebesar 1 pada variabel tersebut, maka keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan menurun sebesar 0.016 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- d. $\beta_1 = 0.625$ (nilai koefisien positif dari *positioning*). Hal ini menunjukkan bahwa jika setiap peningkatan sebesar 1 pada variabel tersebut, maka keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan meningkat sebesar 0.625 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah suatu variabel X (*independent*) berpengaruh atau tidak terhadap variabel Y (*dependent*) dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan taraf signifikan 0.05. Kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak, artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- b. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima, artinya variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Berikut merupakan hasil analisis uji t menggunakan SPSS 24:

Tabel 4.23
Hasil Analisis Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.171	3.475		3.502	.001
	Segmenting	.164	.161	.133	1.016	.312
	Targeting	-.016	.224	-.011	-.070	.944
	Positioning	.625	.139	.612	4.486	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 4.23 dapat diketahui bahwa hasil pengujian masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- a. Dalam hasil analisis regresi dijelaskan bahwa variabel *segmenting* mempunyai nilai t_{hitung} 1.016 lebih kecil dari t_{tabel} 1.986 dan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.312 lebih besar dari taraf signifikan 0.05 ($0.312 > 0.05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *segmenting* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah, maka hipotesis ditolak.
- b. Dalam hasil analisis regresi dijelaskan bahwa variabel *targeting* mempunyai nilai t_{hitung} -0.070 lebih kecil dari t_{tabel} 1.986 dan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.944 lebih besar dari taraf signifikan 0.05 ($0.944 > 0.05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *targeting* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah, maka hipotesis ditolak.
- c. Dalam hasil analisis regresi dijelaskan bahwa variabel *positioning* mempunyai nilai t_{hitung} 4.486 lebih besar dari t_{tabel} 1.986 dan diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf

signifikan 0.05 ($0.000 < 0.05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *positioning* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah, maka hipotesis diterima.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah semua variabel X (*independent*) secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variabel Y (*dependent*) dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut:

- Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima, artinya secara bersama-sama variabel *independent* tersebut berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak, artinya secara bersama-sama variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Berikut merupakan hasil analisis uji F menggunakan SPSS 24:

Tabel 4.24
Hasil Analisis Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.208	3	82.403	30.544	.000 ^b
	Residual	248.198	92	2.698		
	Total	495.406	95			
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Positioning, Segmenting, Targeting						

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui bahwa F_{hitung} memiliki nilai 30.544 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2.70 dan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikan 0.05 ($0.000 > 0.05$). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

4. Uji Kelayakan Model (Uji R^2)

Uji kelayakan model (uji R^2) adalah uji untuk melihat kemampuan variabel *independent* dalam menjelaskan variabel *dependent* dengan melihat *Adjust R Square*. Berikut hasil analisis uji *R Square*:

Tabel 4.25
Hasil Analisis Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.706 ^a	.499	.483	1.643
a. Predictors: (Constant), Positioning, Segmenting, Targeting				

Sumber: Data Primer yang diolah menggunakan SPSS 24, 2023

Berdasarkan tabel 4.25 dapat diketahui bahwa hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya *Adjusted R Square* adalah 0.483 atau 48.3%. Hal ini berarti sebesar 48.3% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 48.3% keputusan nasabah dijelaskan oleh variabel-variabel independen *segmenting*, *targeting*, dan *positioning*. Sedangkan sisanya sebesar 51.7% ($100\% - 48.3\% = 51.7\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Secara Simultan *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 4.24 dapat kita ketahui pengaruh *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Berdasarkan hasil uji F pada tabel x dapat kita ketahui pengaruh *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* terhadap keputusan nasabah secara simultan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji F (uji simultan) bahwa berdasarkan tabel diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $F_{hitung} 30.544 > F_{tabel}$ yaitu 2.70 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *segmenting* (X1), *targeting* (X2), dan *positioning* (X3) secara simultan terhadap keputusan nasabah (Y).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sandy Wulan Karamoy dengan judul Strategi *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Produk KPR BNI Griya. Hasil penelitiannya adalah secara simultan *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menggunakan produk KPR BNI Griya.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diartikan bahwa *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor

Cabang Pamekasan. Hal ini sesuai dengan hipotesis pertama yang peneliti uraikan sebelumnya.

Segmenting, targeting, dan positioning merupakan hal yang mendasar dalam suatu pemasaran namun perlu diperhatikan juga agar produk yang dimiliki suatu perusahaan perbankan dapat bersaing bahkan menjadi pilihan terbaik dibandingkan produk dari perusahaan lain. Dengan adanya segmentasi pasar, perusahaan perbankan akan lebih mudah melayani keinginan nasabah secara spesifik dengan produk tertentu. Tidak hanya itu, pasar sasaran yang dituju akan lebih terfokus dan dalam *positioning* perusahaan perbankan dapat memposisikan suatu produk yang baik di benak konsumen. Hal inilah yang nantinya menjadi harapan bagi perusahaan perbankan agar produknya dapat menarik minat nasabah serta agar produk dapat bersaing dan bertahan di suatu pasar.

2. Pengaruh *Segmenting* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Berdasarkan hasil uji t *segmenting* terhadap keputusan nasabah yaitu nilai $t_{hitung} 1.016 < t_{tabel} 1.986$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak berpengaruh artinya *segmenting* dari segi segmentasi geografis (berdasarkan wilayah), segmentasi demografis (berdasarkan usia), segmentasi psikografis (berdasarkan gaya hidup) dan segmentasi perilaku tidak mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Dari hasil uji t yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *segmenting* tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Hal yang mendorong tidak berpengaruhnya *segmenting* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yaitu dapat dilihat pada tingkat intensitas pembelian produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yang masih rendah yang dimana hal ini terjadi karena harga atau angsuran produk Pembiayaan UMKM yang terbilang mahal dibandingkan pendapatan dari sejumlah nasabah. Dikarenakan harga angsuran produk masih menjadi acuan nasabah dalam menggunakan produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, maka *segmenting* yang tepat atau tidak tepat tidak mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Krismona Aprida dengan judul Pengaruh *Segmenting*, *Targeting*, dan *Positioning* Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Untuk Produk Salad Nyoo Yogyakarta. Hasil penelitiannya adalah secara parsial segmentasi tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen untuk produk Salad Nyoo Yogyakarta.

3. Pengaruh *Targeting* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Berdasarkan hasil uji *t targeting* terhadap keputusan nasabah yaitu nilai t_{hitung} $-0.070 < t_{tabel}$ 1.986 maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak berpengaruh artinya *targeting* dari segi *targeting* berdasarkan pertumbuhan segmen, *targeting* berdasarkan karakteristik segmen, dan *targeting* berdasarkan kesesuaian antara produk dan pasar tidak mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Dari hasil uji *t* yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *targeting* tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Hal yang mendorong tidak berpengaruhnya *targeting* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yaitu karena produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan belum banyak dikenal oleh semua kalangan masyarakat, yang artinya promosi sangat dibutuhkan untuk mengenalkan suatu produk kepada nasabah yang nantinya nasabah ini bisa memberikan keputusannya. Jadi, target sasaran pasar yang tepat atau tidak tepat tidak dapat mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ravindra Safitra H dengan judul Analisis Pengaruh Strategi Segmenting, Targeting, dan

Positioning Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. Hasil penelitiannya adalah secara parsial *targeting* tidak berpengaruh terhadap keputusan pelanggan membeli Nu Green Tea.

4. Pengaruh *Positioning* Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan

Berdasarkan hasil uji t *positioning* terhadap keputusan nasabah yaitu nilai $t_{hitung} 4.486 > t_{tabel} 1.986$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti berpengaruh artinya *positioning* dari segi *positioning* berdasarkan atribut, *positioning* berdasarkan harga dan kualitas produk, *positioning* berdasarkan manfaat, dan *positioning* berdasarkan pesaing mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Dari hasil uji t tersebut, dapat diketahui bahwa strategi *positioning* yang diterapkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan sudah tepat. Hal ini terbukti karena variabel *positioning* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Dari hasil data respon responden terhadap pernyataan pada variabel *positioning* ini didominasi oleh jawaban sangat setuju, yang artinya *positioning* pada produk Pembiayaan UMKM yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan sudah diterima dan sudah menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat sekitar maupun nasabahnya untuk memutuskan menggunakan produk Pembiayaan UMKM di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Retno Fuji Oktaviani dengan judul Strategi STP dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Macbook Apple di Jakarta. Hasil penelitiannya adalah secara parsial *positioning* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Macbook Apple di Jakarta.