

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan, bahwa Strategi Pemasaran Produk Kepemilikan Rumah (KPR) pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru cukup baik sebagaimana telah dituangkan pada hasil penelitian ini, Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru memasarkan menggunakan strategi marketing mix yang terdiri dari strategi produk (product), strategi penentuan lokasi (place), strategi penentuan harga (price), strategi promosi (promotion) process , physical environment , people. yang dikenal dengan 7P pada perusahaan untuk memasarkan sebuah produk. Dalam penggunaan strategi marketing mix, Bank BNI Syariah sangat memperhatikan produk yang di akan pasarkan, salah satunya pada produk KPR. Selain itu Bank BNI juga menjaga eksistensinya dalam masalah produk KPR ini. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru dalam memasarkan produk KPR dengan harapan supaya terwujudnya visi misi perusahaan. harapannya yaitu mempromosikan, dimana Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru mengenalkan produk KPR serta keunggulannya kepada masyarakat tujuannya supaya dikenal masyarakat luas.

## **B. Saran**

Dari pengamatan penulis mengenai strategi pemasaran produk KPR pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru, adapun saran yang ingin penulis sampaikan setelah menguraikan kesimpulandiantara lain yaitu :

- 1) Bank BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru diharapkan strategi produk KPR dapat terus meningkat dan lebih baik lagi untuk kedepannya.
- 2) Melakukan sosialisasi lebih giat lagi dalam produk KPR kepada masyarakat melalui berbagai macam media, dan memperluas wilayah pemasaran KPR.
- 3) Memperbaiki strategi pemasaran yang diterapkan pada Bank BNI Syariah, agar pemasaran KPR Griya iB Hasanah dapat berjalan lancar dan baik. Serta meningkatkan kualitas