

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan dari uraian yang telah penulis jelaskan dalam penyajian data dan juga analisis sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Strategi pemasaran pada Produk Tapenas iB Hasanah di BNI Syariah Kantor Cabang Banjarbaru menggunakan strategi pemasaran 4P diantaranya adalah Strategi *product*, Strategi *price*, Strategi *place*, dan Strategi *promotion*.

Sedangkan strategi yang unggul dalam mempromosikan produk Tapenas iB Hasanah adalah secara *person to person* dan juga *face to face* kepada nasabah, menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah tersebut.

2. Penerapan dari strategi pemasaran di BNI Syariah sudah dikatakan efektif, dilihat dari minat nasabah dalam melakukan pembukaan rekening dan juga jumlah nasabah setiap tahunnya mengalami peningkatan untuk produk Tapenas.

## **B. Saran**

Sebagai tindak lanjutan dari hasil penelitian ini, penulis ingin menyampaikan saran sebagai berikut;

1. Bank BNI Syariah sebaiknya melakukan sosialisasi yang lebih luas lagi, tidak hanya dari nasabah *existing* saja yang menjadi nasabah Tapenas iB Hasanah.
2. Perlu adanya promosi yang lebih menarik lagi agar dapat menarik nasabah dalam menggunakan Produk Tapenas iB Hasanah.