

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari uraian serta berdasarkan pembahasan sebelumnya maka penulis menarik kesimpulan bahwa:

1. Bank Negara Indonesia Cabang Unand telah menerapkan strategi pemasaran 7p secara terstruktur. Ini dilakukan agar strategi tersebut bisa dijalankan dan mencapai target yang telah ditentukan oleh bank Negara Indonesia Cabang Unand
2. Strategi yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan taplus muda pada Bank BNI Cabang Unand terletak pada lokasi yang strategis, keramahan dan aktivitas pelayanan dan fasilitas yang mendukung kenyamanan nasabah akan membuat nasabah merasa nyaman serta nasabah akan lebih lebih berpartisipasi ikut dalam mencoba produk yang ditawarkan kepada nasabah. Bank berusaha untuk mempromosikan layanan dan jasa yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung.
3. Bank negara Indonesia Cabang Unand dalam melakukan strategi pemasaran pada produk tabungan taplus muda jangkauannya cukup luas dengan sasaran yang dituju anak muda atau khususnya mahasiswa/i universitas andalas.

5.2 Saran

1. Harus lebih gencar lagi dalam melakukan kegiatan pemasaran pada produk tabungan taplus muda sehingga akan membuat nasabah mengetahui mengenai tabungan produk dan pelayanan taplus muda.
2. Dalam melakukan kegiatan pemasaran, bank harus tetap mempertimbangkan faktor biaya dan menawarkan fasilitas yang lebih menarik dari pada fasilitas yang ditawarkan pada bank pesaing lainnya.
3. Dalam melakukan pemasaran sebaiknya PT Bank Negara Indonesia melakukan kegiatan pemasaran seperti mempromosikan produk dan pelayanan dan melakukan kerjasama dengan sekolah-sekolah dan perguruan tinggi. selain itu lebih gencar lagi dengan menawarkan cashback yang berkaitan dengan produk dan pelayanan tabungan taplus muda yang ditawarkan khususnya pada media sosial seperti Instagram.

