

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara, observasi dan uraian atas permasalahan dalam penelitian ini, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan *Integrated Marketing Communication* pada PT. Bank Sumut KCPSy Karya yaitu:

Berdasarkan hasil analisis yang penulis lakukan, penulis melihat Bank Sumut KCPSy Karya sudah menerapkan *Integrated Marketing Communication* dengan berbagai proses yang dilaksanakan dilapangan. Proses penerapan *Integrated Marketing Communication* pada beberapa aspek yaitu Periklanan, Hubungan Masyarakat, Pemasaran Lansung, Promosi Penjualan, Penjualan Pribadi dan Acara dapat kita lihat proses pelaksanaannya dari terlaksananya beberapa Iklan, Website, Media Sosial, TV, Spanduk, Radio, Baliho, Brosur, kemudian menjaga hubungan baik antara pihak bank dengan para nasabah, kemudian melakukan pemasaran lansung untuk lebih memaksimalkan jangkauan yang tepat sasaran, memberikan diskon, hadiah dan penawaran kepada nasabah, melayani para nasabah secara lansung tatap muka dengan menjelaskan informasi seputar produk dan jasa yang ada pada Bank Sumut KCPSy Karya. Dan melaksanakan dan mengadakan berbagai kegiatan acara yang menarik.

2. Kepuasan Nasabah Terkait Penerapan *Integrated Marketing Communication* pada PT. Bank Sumut KCPSy Karya yaitu:

Berdasarkan hasil analisis penulis melalui wawancara mengenai kepuasan nasabah terkait penerapan *Integrated Marketing Communication* yang telah lakukan, maka dapat disimpulkan dari pemaparan diatas, kepuasan yang dinilai nasabah Bank Sumut KCPSy Karya yaitu cukup puas terhadap penerapan *Integrated Marketing Communication* yang diterapkan oleh pihak Bank Sumut KCPSy Karya.

B. Saran

Setelah peneliti menyajikan, serta menganalisis data yang terkumpul sampai pada hasil akhir, peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya, untuk itu peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan pertimbangan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa yaitu antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Bank Sumut KCPSy Karya diharapkan senantiasa mengontrol dan mengevaluasi kebijakan bank terutama pada pelaksanaan penerapan *Integrated Marketing Communication* agar strategi dan tujuan utama bank dapat terlaksana dengan baik dan efektif, dimana pihak nasabah akan kecil kemungkinan mengabaikan pesan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pihak Bank Sumut KCPSy Karya. Oleh karena itu perlu dipertahankan dan ditingkatkan lebih baik lagi sehingga tetap berjalan secara efektif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas cakupan pelaksanaan penerapan *Integrated Marketing Communication* pada sektor Perbankan Syariah dengan menambah variabel-variabel lainnya diluar dari variabel peneliti.

3. Bagi Akademisi

Penulis menyarankan agar dapat lebih mengkaji dan mempelajari serta mengembangkan tentang *Integrated Marketing Communication* dalam perbankan syariah.