**BAB V**

**KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa strategi pemasaran di Bank BRI Syariah KC Medan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

 1. Strategi lokasi dan *layout* adalah bank yang letaknya strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank, penetapan *layout* yang baik dan benar juga akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank.

2. Strategi Promosi bank adalah kegiatan bank untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. Strategi Jemput bola adalah strategi pelayanan yang diberikan bank untuk langsung bertatap muka dengan nasabah atau calon nasabah, sehingga dapat langsung menjelaskan tentang produk bank kepada nasabah secara rinci.

**SARAN**

Setelah melakukan penelitian dan pengamatan keadaan serta situasi di Bank BRI Syariah KC Medan, maka penelitian memberikan saran yang bermanfaat bagi Bank BRI Syariah KC Medan untuk kedepannya, antara lain:

1. Setelah mendapatkan nasabah yang ditargetkan sebaiknya Bank BRI Syariah KC Medan tetap menjaga hubungan baik dengan para nasabahnya. Apabila tidak dijaga dengan baik, bisa saja nasabah tersebut berpaling dengan bank syariah yang lain.

2. Meningkatkan mutu produk-produk Bank BRI Syariah KC Medan agar dapat bersaing dengan produk-produk sesama bank syariah dan juga bank konvensional.

3. Di Bank BRI Syariah KC Medan penambahan karyawan itu penting dilakukan khususnya dibagian *marketing*, karena untuk mendorong meningkatnya jumlah nasabah.