

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan di Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya. Tentang strategi pemasaran produk deposito iB hijrah bagi organisasi masyarakat Islam, sehingga dapat di ambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya dalam strategi pemasaran produk Deposito iB Hijrah bagi organisasi masyarakat Islam menggunakan cara *open table*, telepon nasabah *existing*, media sosial dan penyebaran brosur.
2. Analisis Strategi pemasaran produk Deposito iB Hijrah bagi organisasi masyarakat Islam di Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya menggunakan strategi 7P (*product, promotion, place, price, people, physical evidence, and process*).

B. Saran

Ada beberapa saran yang penulis sampaikan sehubungan dengan penelitian tentang strategi pemasaran produk deposito iB Hijrah bagi organisasi masyarakat Islam di Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya.

Saran tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya telah memiliki strategi pemasaran yang sudah baik, namun perlu adanya inovasi strategi pemasaran yang lain agar bisa bersaing dengan bank-bank lainnya.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya yang dapat menambahkan variabel lainnya seperti tabungan *mudharabah*, selain itu perlu adanya pengembangan objek tidak hanya berfokus pada Bank Muamalat KC Mas Mansyur Surabaya namun juga bisa pada BMT, BPRS maupun perusahaan yang berbasis syariah.