

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan research yang telah dilakukan oleh peneliti di BSI KCP Mojosari dapat disimpulkan bahwa: Analisis Strategi Digital *Marketing* Dalam Membangun *Brand Awareness* Di BSI KCP Mojosari meliputi:

1. Merekomendasikan produk-produk yang sesuai dengan keinginan nasabah.
2. Melakukan sosialisasi dan pemasaran menggunakan media sosial.
3. Adanya *Brand awareness* tersebut menambah kekuatan bagi bank itu sendiri serta suatu keyakinan untuk calon nasabah dapat menggnakannya.
4. Bekerja sama dengan para pengusaha dan lembaga pendidikan.
5. melakukan sosialisasi kepada nasabah agar mereka tau tentang kejahatan dunia digital.

Kendala yang dihapai BSI KCP Mojosari Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Keputusan Nasabah Menabung Di BSI KCP Mojosari meliputi:

1. Kurangnya akses perbankan syariah sampai ke pedesaan.
2. Pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah, yang mana masyarakat berasumsi perbankan syariah dan konvensional itu sama hanya beda nama.
3. Masih adanya masyarakat yang beranggapan bank itu haram, sekalipun bank syariah.

B. Saran

Setelah penulis menguraikan permasalahan ini, maka penulis mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk Perbankan syariah

a. Hasil penelitian ini berupa skripsi yang ditulis oleh penulis semoga kedepannya dapat dijadikan acuan dalam menganalisis Strategi Digital *Marketing* Dalam Membangun *Brand Awareness* Pada Keputusan Nasabah Menabung Di BSI KCP Mojokerto

b. Perlunya kerja sama antara pihak perbankan syariah dengan akademik kampus khususnya fakultas syariah untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang kegiatan perbankan syariah dan produk-produk perbankan syariah, yang mana kerjasama ini dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap perbankan syariah.

2. Untuk Penulis

Penelitian ini diajukan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (SI) program studi Perbankan Syariah fakultas syariah di Institut Pesantren K.H Abdul Chalim (IKHAC) Pacet Mojokerto.