



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap nasabah BNI Syariah dan Bank BNI Syariah tentang *Sustainable Marketing Enterprise* dan dari rumusan masalah yang ada maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Penerapan Implementasi Value Architecture Sharia Sustainable Marketing Enterprise adalah bank mampu bertahan dan sukses tidak hanya pada saat ini saja, tetapi juga di masa yang akan datang. *Sustainable Marketing Enterprise* sudah dilakukan dengan baik oleh pihak Bank BNI Syariah terutama dalam penerapan *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* yang diberikan BNI Syariah. Serta *Service* dan *Process* nya yang cepat dan juga efisien. Karena menurut nasabah Bank BNI Syariah merupakan bank syariah yang hampir mendekati sempurna. Dapat dibuktikan dengan produk yang dimiliki banyak diminati masyarakat. Nasabah puas dan senang dengan pelayanan dan proses yang diberikan BNI Syariah yang cepat dan juga tepat.

**B. Saran**

1. Bagi Bank BNI Syariah lebih ditingkatkan lagi strategi pemasarannya kepada nasabah, tidak hanya menjelaskan produk yang ditawarkan, tetapi juga menjelaskan konsep syariah yang ada di Bank BNI Syariah, karena tidak sedikit orang beranggapan bahwa bank umum syariah tidaklah beda dengan bank umum.
2. Selalu melakukan inovasi terhadap produk yang dikeluarkan agar dapat terus menarik nasabah.
3. Menanggapi keluhan nasabah dengan bijak, cepat dan juga tepat

