

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan secara keseluruhan mengenai segmentasi pasar Kepemilikan Logam Mulia di BRISyariah Cabang Citarum Bandung maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Segmentasi pasar produk Kepemilikan Logam Mulia BRISyariah iB dibagi menjadi dua kelompok *cluster*, yaitu *cluster* satu dan *cluster* dua. Kelompok *cluster* satu dalam menggunakan produk KLM mendasar pada faktor promosi dan tingkat penggunaan, sedangkan kelompok *cluster* dua menggunakan produk KLM lebih mendasar pada faktor respon dan loyalitas merk.
2. Tidak terdapat segmentasi pasar yang paling mendominasi berdasarkan segmentasi manfaat, tingkat penggunaan, respons promosional dan loyalitas merk, akan tetapi variabel respons promosional dan variabel loyalitas merk yang terdapat pada *cluster* dua memiliki jumlah persentase yang lebih tinggi yaitu sebesar 78% dari pada variabel tingkat penggunaan dan variabel respons promosional pada *cluster* satu sebesar 22%.

B. Saran-saran

Dari hasil analisis dan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, penulis memberikan beberapa saran kepada BRISyariah Kantor Cabang Induk Citarum Bandung dan kepada peneliti selanjutnya, adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pihak BRISyariah Citarum Bandung:

- a. BRI Syariah Cabang Citarum Bandung harus mempertahankan dan memperbaiki segmentasi pasar produk KLM secara terus menerus dan berkesinambungan karena segmen pasar dapat berubah setiap saat dan agar posisi perusahaan tidak dapat digeser oleh pesaing.
- b. Sebaiknya perusahaan lebih memfokuskan segmentasi pasar KLM pada *cluster* dua demi mempertahankan loyalitas nasabah yang sudah ada dan mampu meningkatkan kembali agar bisa mencapai level yang paling maksimal dengan memberikan pelayanan yang memuaskan nasabah.
- c. Perlu diperhatikan bahwa masih ada nasabah pasif pada kelompok *cluster* satu yang harus diperhatikan dengan cara memperbaiki segmen pada *cluster* tersebut.

2. Pihak Peneliti Selanjutnya:

- a. Sebaiknya diadakan penelitian lanjutan mengenai segmentasi pasar produk agar diketahui segmen pasar saat itu, selain itu penelitian selanjutnya diharapkan memperluas lagi cakupan