

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, D. S. (2018). People dalam Manajemen Pemasaran Syariah. *Al-'Adalah: Jurnal Syariah Dan Hukum Islam*, 3(3), 191–203.
- Ahmad, D. R. I. (2020). *Manajemen strategis*. Nas Media Pustaka.
- Al Arif, M. N. R. (2021). *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*.
- Amstrong, P. K. dan G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Andi Alfianto Anugrah Ilahi, Aryati Arfah, M. A. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 292–302.
- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.73>
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Gema Insani.
- Apriana, E. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Desa Koto Taluk menabung di Bank Syariah Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi. *Juhanperak*, 2(2), 434–445.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Deepublish.
- Chandra, G., & Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi.
- Ciptiyani, M. (2021). Implementasi Customer Relationship Management Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Jumlah Nasabah Pembiayaan Mitraguna Berkah (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Ajibarang). *IAIN Purwokerto*. <http://repository.iaipurwokerto.ac.id/id/eprint/11465>
- Francis, T. (2009). *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 20.
- Handayani, R. N., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Di Tengah Pesatnya Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(01), 1–10. <https://doi.org/10.47080/jmb.v5i01.2285>
- Herlina, P. (2019). *Analisis Rekrutmen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pada PT. Bank Syariah Mandiri*.
- Hidayat, A. F. (2023). Analisis Efektivitas dan Produktivitas Kerja Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Haji Miskin Pandai Sikek. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2622–2636.
- Kasanah, N., & Mustaqim, M. (2020). Relevansi Fatwa DSN-MUI pada Praktik Akad Ijarah Pembiayaan Multijasa. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1).
- Kasmir, S. E. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Kasmir, S. E. (2018). *Bank dan lembaga keuangan lainnya edisi revisi*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lotte, L. N. A., Irawan, P., Setiawan, Z., Wulandari, D. S., Daga, R., Elida, S. S., Pandowo, A., Sudirjo, F., Herdiansyah, D., & Santosa, A. D. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*. Global Eksekutif Teknologi.

- M Dayat. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299–218. <https://doi.org/10.35891/muallim.v1i2.1629>
- Ma'rur, M. (2020). Prinsip 5C Sebagai Instrumen Utama dalam Analisis Pembiayaan (Studi Kasus di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baitul Mal Wat-Tamwil Nuansa Umat Cabang Ngoro). *Islaminomics: Journal of Islamic Economics, Business and Finance*, 10(1), 55–65. <https://doi.org/10.47903/ji.v10i1.95>
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26.
- Mudzakir Ilyas. (2020). Mekanisme Pembiayaan Mitraguna Berkah Pns Dengan Akad Murabahah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Prabumulih. *ADL ISLAMIC ECONOMIC: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 1(2), 161–180. <https://doi.org/10.56644/adl.v1i2.20>
- Muhammad Fahmul Iltiham. (2020). Mekanisme Penentuan Margin Pembiayaan Murabahah di Lembaga Keuangan Syariah. *Malia (Terakreditasi)*, 12(1), 109–124. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.2386>
- Natasya Putri & Marlius Doni. (2021). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada PT. BPD Sumatera Barat Cabang Pasar Raya Padang. 1–12. <https://osf.io/preprints/4y6g8/>
- Ningsih, S. (2021). *Dampak Dana Pihak Ketiga Bank Konvensional dan Bank Syariah Serta Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. Penerbit Widina.
- Nopriansyah, W. (2019). *Aspek hukum perbankan syariah Indonesia: dilengkapi perlindungan nasabah terhadap kejahatan cybercrime*. Kencana.
- Paranggi, A., & Setiyowati, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Mitraguna Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang *Musyarakah: Journal of Sharia*, 3(2), 123–132. <https://journal.umpo.ac.id/index.php/MUSYROKAH/article/view/8090%0A> <https://journal.umpo.ac.id/index.php/MUSYROKAH/article/download/8090/2846>
- Priyanti, Y. (2021). Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(2), 273–288.
- Purbohastuti, A. W. (2021). Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret. *Jurnal Sains Manajemen*, 7(1), 1–17.
- Putri, B. P., & Fasa, M. I. (2022). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada Pengembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 19(2), 209–220.
- Rachmadi Usman, S. H. (2022). *Aspek hukum perbankan syariah di Indonesia*. Sinar Grafika.
- Rahayu, R. S. (2020). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Syariah Mandiri*. UIN Ar-Raniry.
- Rantemangiling, Y. (2022). Analisis Yuridis Mengenai Merger Bank Syariah Mandiri, Bri Syariah, Dan Bni Syariah Menjadi Bank Syariah Indonesia

- (Bsi). *Lex Crimen*, 11(5).
- Ritonga, I., & Purwati, E. (2020). Strategi Pemasaran Bank Syariah Mandiri dalam meningkatkan penjualan produk pensiun. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 1(1), 1–15.
- Steers, R. M. (1985). Efektivitas organisasi (terjemahan). Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sulam, S., Domopolii, M., & Dilo, A. U. (2019). Penerapan Standar Operasional Prosedur Terhadap Efektifitas Pelayanan Keuangan di IAIN Sultan Amai Gorontalo:-. *Al-Buhuts*, 15(2), 1–20.
- Supriadi, S., & Ismawati, I. (2020). Implementasi Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah untuk Mempertahankan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.30595/jhes.v0i0.7002>
- Sutriani, & Hamdiah. (2022). Analisis Komunikasi Customer Service dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk Unit Sawang Cabang Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 11(2), 23–29.
- Swastha, B. (n.d.). Irawan, 2003, Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta, Penerbit: CV. Linda Karya.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi pemasaran edisi iii. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tuti Anggraini, I. L. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Kredit Pembiayaan MitraGuna Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Ex Bank Syariah Mandiri KCP Stabat. *Journal Economy and Currency Study (JECS)*, 3(2), 37–46. <https://doi.org/10.51178/jecs.v3i2.297>
- Wahyudin, H. U. R., & MM, M. P. (2021). *Manajemen Pembiayaan Pendidikan (Pendekatan Prinsip Efisiensi, Efektivitas, Transparansi Dan Akuntabilitas)*. Deepublish.
- Wijaya, H. (2019). *ANALISIS DATA KUALITATIF: sebuah tinjauan teori & praktik*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Yudiana, F. E. (2021). *Manajemen Pembiayaan Lembaga Keuangan Syariah*. IAIN SALATIGA.

Wawancara

- Faelani, A. (2023, Desember Rabu). Consumer Staff. (K. N. Alijah, Interviewer)
- Muslikhah. (2023, Desember Rabu). Nasabah. (K. N. Alijah, Interviewer)
- Nurmansyah, A. (2024, januari Kamis). Segmentasi Pasar. (K. N. Alijah, Interviewer)
- Putri, D. A. (2023, Desember Rabu). Back Officer. (K. N. Alijah, Interviewer)
- Yaya. (2023, Desember Rabu). Consumer Business Retail Manager. (K. N. Alijah, Interviewer)