

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdulrahman, A. (2019). Upaya Memutus Rantai Infeksi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Keperawatan Indonesia*, 03, 20. [https://www.scribd.com/embeds/620625657/content?start\\_page=1&view\\_mode=scroll&access\\_key=key-fFexxf7r1bzEfWu3HKwf](https://www.scribd.com/embeds/620625657/content?start_page=1&view_mode=scroll&access_key=key-fFexxf7r1bzEfWu3HKwf)
- Adam, A., Abidin Umar, Z., & Niode, I. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Dan Strategi Bertahan Pada UMKM Di Kota Gorontalo Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Zoellen Sagela). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 557–567.
- Adil, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik* (Issue January).
- Akbar, A. (2019). Harta dan kepemilikan. *Jurnal Al-Iqtishod*, 3(2), 1–16.
- Al Arif, M. N. A. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung. Alfabeta.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Revisi). Bandung. Alfabeta.
- ANTAM, P. (2024). *Apa Itu CertiCard ANTAM? Ini Penjelasannya*. <https://logammulia.com/index.php/id/news/apa-itu-certicard-antam-ini-penjelasannya>
- Ardyansyah, F., & Soraya, A. (2023). Manajemen Pemasaran Syariah Berbasis Digital Pada Tabungan Easy Wadiah Di Bsi Kcp Lamongan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Nasabah. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 612–624. <https://journal.uir.ac.id/index.php/tabarru/article/view/14516>
- Ariyanto, A., Bangun, R., & Irawan, P. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Bandung. Widina Bhakti Persada.
- Assauri, S. (2012). Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value. *Jakarta: Rajawali Pers*, 78.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Budiono, I. N. (2022). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. IAIN PAREPARE NUSANTARA PRESS.
- Dewi, E. K., & Pardosi, S. S. (2022). Analisis Efektivitas Periklanan Melalui

- Brosur Pada Produk Tabungan Emas di PT Pegadaian KCP Serbelawan Simalungun. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 63–77.
- Dewi, Y. S., Achmad Syaichu, & Agustin Sukarsono. (2020). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Di Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Nganjuk. *Journal Knowledge Industrial Engineering (JKIE)*, 7(03), 1–11. <http://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/jkie>
- Fakhrudin, D. F., Rifa, M. N., & Amalia, R. (2022). Strategi Bauran Promosi Produk Emas Mulia (Studi pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Landungsari). *Journal of Islamic Economics Development and Innovation (JIEDI)*, 2(1), 27–37. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/ijiedi/article/view/21184>
- Fatimah, F. (2016). *Teknik Analisis SWOT*.
- Fatimah, F. (2020). *Teknik Analisis SWOT (Pedoman Menyusun strategi yang Efektif & Efisien serta Cara Mengelola Kekuatan & Ancaman*. Anak Hebat Indonesia.
- Fauzan, A. N., Mandey, S. L., Soepeno, D., Segmenting, P., Strategi, D. A. N., Terhadap, P., Nasabah, M., Manajemen, J., Ekonomi, F., Ratulangi, U. S., Fauzan, A. N., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2024). *Investasi Emas Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Manado The Effect Of Segmenting And Product Strategy On Customer Interest In Jurnal EMBA Vol . 12 No . 3 Juli 2024 , Hal . 46-57*. 12(3), 46–57.
- Ferda Harahap, P., & Putra. (2023). *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah*. 12(1), 75–82. <https://doi.org/10.33558/maslahah.v14i2.9984>
- Fidlie Oey, L., & Alamsyah, N. (2022). Jurnal Mirai Management Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Perhiasan Pada Toko Emas Mutiara Bogor. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 336–348. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/3130>
- Fidyana Andaresta, E., & Purwanto, E. (2023). Alternatif Keputusan Investasi : Analisis Perbandingan Kinerja Cryptocurrency Bitcoin, Saham IDX 30, dan Emas. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2), 213–223. [https://bappebti.go.id/pojok\\_media/](https://bappebti.go.id/pojok_media/)
- Fifiyanita, G. (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bandeng Juwana Elrina. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 1–53.
- Halim, F., Permadi, A. L., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan. Yayasan Kita Menulis.
- Haninda, R. N., Indriyani, N. D., & Qurratu'ain, I. M. (2022). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Kedai Warung Kopi 777 Surabaya.

- Yos Soedarso *Economic ...*, 4(1), 1–11.  
<https://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server/article/view/261%0Ahttps://ejurnal.uniyos.ac.id/index.php/ysej-server/article/download/261/244>
- Haryanto, M. M., & Rudy, D. R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Pamekasan. Duta Media Publishing.
- Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. Samudra Biru.
- Hernando, Y., Aravik, H., & Fadilla, F. (2022). Strategi Pemasaran Tabungan BTN Emas Ib Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Bank BTN Syariah KC Kapten A. Rivai Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 447–462. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.87>
- Hintoro, S., & Fritz Wijaya, A. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter's Five Forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 729–738. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.613>
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen: Fokus pada konsumen kartu kredit perbankan*. Bandung. Alfabeta.
- Kamiliyah, N., Rahmawati, L., Abida, N. L., & Syariah, E. (2024). *PROFJES: Profetik Jurnal Ekonomi Syariah Dinamika Industri Halal Di Indonesia: Analisis Aspek*. 03(01).
- Karim, Z. (2017). Strategi pemasaran bank syariah. *STADIUM*, 1(1), 1–12.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank* (Edisi Revi). Jakarta. Kencana.
- Kasmir, & Jakfar. (2006). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta. Kencana.
- Kotler, P. (1999). *Marketing*. Jakarta. Erlangga.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). Strategi peningkatan omset ukm percetakan dengan pendekatan analisis SWOT. *SESINDO* 9, 2017.
- Latifah, F. N., & Maika, M. R. (2019). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bank Syariah. *Umsida Press*, 1–180.
- Layaman, L. (2015). Analisis Dan Pilihan Strategi:(Strategi Perbankan Syari'ah dalam Memenangkan Persaingan). *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 7(2).
- Layaman, L., & Andriyani, N. (2017). Analisis Penggunaan Teknologi Informasi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Nasabah Bank Jabar Banten Syariah Cirebon. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 9(1).

<https://doi.org/10.24235/amwal.v9i1.1638>

- Luntungan, W. G. A., & Tawas, H. N. (2019). Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4).
- Made Saihu, M. A. N. (2024). *Pengolahan Data*. 2, 163–175.
- Marwoto, B. H., & Susatyo, H. (2014). Pengantar Ilmu Bisnis Cara Mudah Memahami Ilmu Bisnis. *Yogyakarta: Parama Publishing, Nd*.
- Maulidya, G. P., & Afifah, N. (2021). Perbankan dalam era baru digital: menuju bank 4. 0. *Proceeding Seminar Bisnis Seri V*, 278–288.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat : Media Komunikasi Komunitas Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145–151. <https://doi.org/10.52022/jikm.v12i3.102>
- Mughni, J. A. (2019). Analisis Swot Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Emas Di Bjb Syariah Kantor Cabang Pembantu Bantar Kalong. *Jurnal Edukasi (Ekonomi, Pendidikan Dan Akuntansi)*, 7(1), 7. <https://doi.org/10.25157/je.v7i1.2669>
- Muhammad, M. P. B. S. (2005). Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002. *Manajemen Bank Syariah, Yogyakarta: UUP AMP YKPN*.
- Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M. E. (2022). *Analisis Pembiayaan Bank Syariah*. Medan. Merdeka Kreasi Group.
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*. [http://www.academia.edu/download/35360663/METODE\\_PENELITIAN\\_KUALITATIF.docx](http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITATIF.docx)
- Nudia, D. (2022). Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 8(1), 177–187.
- Nur Irawan, M. R. (2017). Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif Pada Pd. Bpr. Bank Daerah Lamongan. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 2(1), 40–56. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v2i1.17>
- Nura Safira, Abd Aziz, & Maula Nasrifah. (2024). Strategi Pemasaran Cicil Emas (CILEM) untuk Meningkatkan Minat Nasabah di BSI KCP Probolinggo. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 251–262. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.150>
- Nuralan, S., Ummah, K. M., & Haslinda. (2022). Analisis Gaya Belajar Siswa Berprestasi di SD Negeri 5 Tolitoli. *PENDEKAR JURNAL: Pengembangan Pendidikan Dan Pembelajaran Sekolah Dasar*, 1(1), 5.

- Nurhadi, N. N. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Persepektif Ekonomi Syariah. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2).
- Oki, O., & Krisnawan, B. (2022). Analisis strategi Pusat Investasi Pemerintah dalam menghadapi holding ultra mikro dengan pendekatan porter's five forces. *Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 7(1), 21–31. <https://doi.org/10.33105/itrev.v7i1.475>
- Pai, F. S., Mandey, S. L., & Tawas, H. N. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah (Studi Kasus di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Istiqlal Manado). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(02), 227–239. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i02.47866>
- Pamungkas, D. P. (2016). Analisis Competitive Force Dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner Di Indonesia (Studi Kasus : Kulina.id). *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 1(2), 118–127. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v1i2.10760>
- Pangaila, M. M., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2020). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(04), 399–407. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/30839>
- Pangkey, I., & Rantung, M. I. R. (2023). Manajemen Pelayanan Publik. *Klaten. Tahta Media Group*.
- Pradista, D. A., Hafidzi, A. H., & Reskiputri, T. D. (2022). Analisis Swot Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Di Pt. Pegadaian Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pt. Pegadaian Kantor Area Jember). *Growth*, 20(1), 213. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.1953>
- Puspadini, M. (2024). *Bank Syariah Bakal Sulit Lampau 10% Market Share Tanpa Lakukan Ini*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240313124304-17-521558/bank-syariah-bakal-sulit-lampau-10-market-share-tanpa-lakukan-ini/amp>
- Puspaningtyas, M. (2011). Analisis strategi pemasaran jasa. *Dinamika Dotcom*.
- Putri, N. A., & Ardyansyah, F. (2023). Implementasi Islamic Marketing Mix pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Basuki Rahmat Surabaya Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2804–2814. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3651>
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap

- peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Rahayu Ningsih, P., & Taufiqur, T. (2023). Analisis Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Bsi Dalam Upaya Meningkatkan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Kc Bojonegoro. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 935–946. <https://doi.org/10.30651/justeko.v7i2.20651>
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). Strategi Bauran Pemasaran ( Marketing Mix ) Dalam Perspektif Syariah. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald’s Ring Road). *Jurnal Media Informasi Manajemen*, 1(4), 1–10.
- Ramadhan, D., Soemarso, E. D., & Kusuma, S. Y. (2022). Strategi Pemasaran Digital Produk Cicil Emas pada Bank BSI KCP Semarang Banyumanik. *Jurnal Pustaka Aktiva*, Vol. 2(No. 2), Hal. 55-61.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot rating dan OCAI*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ratna, D. ., Emidar., & Rasyid, Y. (2018). Pengaruh Discovery Learning Model Berbantuan Media Objek Langsung Terhadap Keterampilan Menulis Teks Laporan Observasi. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 7(1), 169–174.
- Ratnasari, T. R., & Aksa, M. (2011). *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Ritonga, Linda, M. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Terhadap Produk Cicil Emas dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah di BSI KCP Cemara Asri. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 1(4), 419–423. <https://doi.org/https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jakbs/article/view/552>
- Rivai, V., & Arifin, A. (2010). *Islamic Banking: Sebuah teori, konsep, dan aplikasi*. Jakarta. PT Bumi Aksar.
- Sauri, M. S. (2019). Pengaruh gaya hidup, harga, dan loyalitas terhadap minat pembelian ulang busana muslim di Attorik Muslim Distro Semarang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta. CV. Andi.

- Setiyawati, K. E., & Indrawati, N. K. I. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude Dan Social Demografi Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Investasi Menghadapi Masa Pensiun (Studi Pada Karyawan Di Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kantor Cabang Utama Kediri). *Jurnal Ilmiah*, 9(2), 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7486>
- Sidiq, R. A. A., & Jatmiko, S. (2022). Analisis Strategi Manajemen PT. Gadai Syariah Indonesia dengan Pendekatan SWOT dan PEST. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(2), 191–202. <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/45934>
- Sjahrudin, H., Qarinah, A., Razak, N., & Pascawati, P. N. S. (2022). Pengaruh Promosi Online dan Perilaku Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Ayam Pedaging. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1037–1047.
- Sugita, Rohimah, S., & Munir, M. M. (2021). Analisis Kinerja dan Keuntungan Investasi Emas di Bank Syariah Bagi Masyarakat. *Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi*, 7(1), 7–15. Kompasiana.com. “Inovasi Dan Kreativitas Dalam Kewirausahaan.” KOMPASIANA, 11 July 2021, [www.kompasiana.com/muhammadyazidkurnia1289/60eb281e06310e0f25262892/inovasi-dan-kreativitas-dalam-kewirausahaan](http://www.kompasiana.com/muhammadyazidkurnia1289/60eb281e06310e0f25262892/inovasi-dan-kreativitas-dalam-kewirausahaan). Accessed 27 Oct. 2023.
- Sugiyono, D. (2010). *Memahami penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2016). *Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods))*. Bandung. Alfabeta.
- Syari, N., Nurbaiti, & Nasution, M. L. I. (2023). Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (Imc) Pada Produk Pembiayaan Bsi Cicil Emas (Studi Kasus Pt. Bank Syariah Indonesia Kcp Kota Pinang). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(9), 3449–3462.
- Tias, Z. P., & Zaini, M. H. (2024). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Emas Bank Jabar Banten Syariah. *Prestise: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–20.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta. CV. Andi.
- Yazid. (2001). *Pemasaran Jasa* (Edisi Kedua). Yogyakarta. Ekonisia.
- Yusanto, Y. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.31506/jsc.v1i1.7764>
- Zela Prabawaning Tias, M. H. Z. (2024). *Strategi pemasaran produk pembiayaan kepemilikan emas bank jabar banten syariah*. 4, 1–20.
- Zumayjah, M. I., & Tirtajaya, M. D. (2022). Strategi Pemasaran KPRS Bank

Syariah Mandiri. *At-Tamwil: Journal of Islamic Economics and Finance*,  
1(2), 129–143. <https://doi.org/10.33558/attamwil.v1i2.5722>

