

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nurnasrina, & Heri Sunandar. (2023). 10512-Article Text-33408-3-10-20230616. *Journal of Islamic Economics, Management and Business*, 2.
- Akhmad Nuraskin. (2020). STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN WARUNG MIKRO BANK SYARIAH MANDIRI KC. KENDAL. *Jurnal Iqtisad: Reconstruction of Justice and Welfare for Indonesia*.
- Aliyah, H. (n.d.). *ANALISIS TINGKAT EFISIENSI PRAKTIK PEMBIAYAAN BANK UMUM SYARIAH (BUS) DI INDONESIA*.
- Amin, A. (2022). *JUA : JOURNAL OF UNICORN ADPRTISI Telaah Aspek Pembiayaan dan Kinerja Keuangan Syariah Pada Bank Umum Syariah di Indonesia*.
<https://jurnal.adpertsiti.or.id/index.php/jua>
- Annisaa, A., Ismail, N., & Hidayat, I. N. (2019). Sejarah Hukum Perbankan Syariah di Indonesia. *Ijtihad Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 13(2), 247–264.
- Arlina Laras. (2023, November). *Ikhtiar OJK dan Pelaku Industri Dongkrak Pangsa Pasar Bank Syariah di Indonesia* Artikel ini telah tayang di *Bisnis.com* dengan judul “Ikhtiar OJK dan Pelaku Industri Dongkrak Pangsa Pasar Bank Syariah di Indonesia”.
<https://finansial.bisnis.com/read/20231127/231/1718531/ikhtiar-objk-dan-pelaku-industri-dongkrak-pangsa-pasar-bank-syariah-di-indonesia>.
- Assauri, S. (1987). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*.
- Desky, H., & Rahmawati, R. (2019). Strategi Bauran Pemasaran Industri Tempe di Kota Lhokseumawe dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *At-Tijarah*, 1(2), 91–107.
- Dina Putri, M., & Iqbal Fasa, M. (2023). STRATEGI PEMASARAN PRODUK BANK SYARIAH. *Manajemen Dan Syariah JIEMAS*, 2(3), 2023–2024.
<https://doi.org/10.55883/jiemas.v2i3>
- Dwi Eva Sintya. (2020). *ANALISIS BAURAN PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT NASABAH PEMBIAYAAN MUSYARAKAH DI BPRS MITRA MENTARI SEJAHTERA PONOROGO SKRIPSI*.
- Dzul, A., Syarifuddin, I., Akramunnas, A., Ekonomi, F., Islam, B., Parepare, I., Bisnis, D., Uin, I., & Makassar, A. (2020). *BAURAN PEMASARAN DAN SHARIA COMPLIANCE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. <https://sangpencerah.id/2014/12/persentase-jumlah-umat-islam->
- Fadah, I., Vijonta, D. K., Sofianti, S. P. D., & Yuswanto, I. B. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran berdasarkan Prinsip Syariah (Studi Kasus: Meryva Shop di Kulonprogo, Yogyakarta). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 23.
<https://doi.org/10.19184/ejeba.v9i1.29241>
- Hakim. (2021). *STRATEGI PEMASARAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) PADA PT BANK SYARIAH INDONESIA KC JAKARTA ABDUL MUIS*.
- Fandy Tjiptono. (2011). *Manajemen dan strategi merk / Fandy Tjiptono*. Andi Offset.
- Firmansyah, H., Nurrachmi, I., Umiyati, H., Ariyanto, A., Putra, A. R., Rustandi, N., Trenggana, A. F. M., Syahputra, S., Rahayu, D. W. S., & Suherman, A. (2022). *Teori Marketing*.

- Hapsari, Y. N., Kusjuniati, K., & Iswahyuni, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kualitas Nasabah Pada Produk Pembiayaan Mikro Faedah 25 Di PT Bank Bri Syariah Cabang Denpasar. *Jurnal Nirta: Studi Inovasi*, 2(1), 66–83.
- Hurriyati, R. (2005). Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen. *Bandung: Alfabeta*, 129, 29.
- Idrus, M., Syam, M., & Tinggi Ilmu Ekonomi YAPI Bone, S. (n.d.). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Bagi Nasabah Di Sentra Kredit Kecil Pt. Bri (Persero) Cabang Watampone. *Jurnal Ilmiah Mandala Education (JIME)*, 8(1), 2656–5862. <https://doi.org/10.36312/jime.v8i1.2625/http>
- Isroby Rundhia. (2023). *PENGARUH SOSIALISASI DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT PEDAGANG PASAR INDUK SANDANG TEGAL GUBUG MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) SYEKH NURJATI CIREBON.
- Jalal, A., & Rokan, M. K. (2021). Implementasi Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia Kcp Medan Pulo Brayan Dalam Peningkatan Pembiayaan Usaha Mikro. *PRAJA Observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik (e-ISSN: 2797-0469)*, 1(03), 154–169.
- Juneda, J. (2019). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan PT. BNI Syariah KC. Parepare. *Balanca: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 212–237.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank*. Prenada Media.
- Kasmir, B. (2008). Lembaga Keuangan edisi revisi. *Jakarta, RajaGrafindo Persada*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). Dasar-Dasar Pemasaran Edisi ke 6. *Jakarta: Intermedia*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008a). *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008b). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 1, Issue 2). Jilid.
- Kotler, P., Burton, S., Deans, K., Brown, L., & Armstrong, G. (2015). *Marketing*. Pearson Higher Education AU.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Menejemen Pemasaran*. Penerbit: Erlangga. Jakarta.
- Lanniza, I., & Anggraini, T. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Pensiun Pada Bank Syariah Indonesia KCP Stabat. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, 3(2), 47–66.
- Riyanto. (2012). Dasar-dasar pemasaran bank syariah. *Bandung: Alfabeta*.
- Maharani, D., & Hidayat, T. (2020). Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Perspektif Al-Qur'an. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(1), 50–58.
- Afifah. (2021). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MIKRO 75 iB PADA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus Bank BRI Syariah KK Tulungagung)*.
- Matthew B. Miles, A. M. H. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*.
- Nabilatun, M. (2024). Dinamika Lembaga Dan Aset Lembaga Perbankan Syariah Di Indonesia (Total Lembaga Dan Aset 2019 – Mei 2023). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 903. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.11937>
- Norton, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Global*. Kanasius, Yogyakarta.

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, jilid II., Ed. 12., terj. Benjamin Molan*. Prenhallindo.
- Prof.Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian manajemen*. Alfabeta.
- Putri, S. E., Kamaludin, K., Santi, F., Murni, T., & Kananlua, P. (2023). PENGEMBANGAN EKOWISATA MANGROVE MELALUI BRAND STRATEGY MANAGEMENT SEBAGAI TUJUAN PARIWISATA INTERNASIONAL POTENSI DI KAMPUNG SEJAHTERA KOTA BENGKULU: Ekowisata. *Jurnal Abdimas Bhakti Mulia*, 1(1).
- Rambat Lupiyoadi, M. (2011). *Dinamika Bisnis Jasa dan Pentingnya Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rian, O., & Amri, A. (2022). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH PADA P T BANK N T B SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU ALAS*. 9.
- Ririn Andriana Purwanto, & Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, J. (2020). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK*.
- Sahrul, M., Pratiwi, E. A., Suryaningsih, A., & Musari, K. (2023). Strategi Pemasaran Pembiayaan KUR Syariah pada Bank Syariah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(4), 525–531.
- Siti Rohmawati, Kusjuniati, & R. Agrosamdhyo. (2023). Marketing Mix Strategy for MitraGuna Berkah Financing Products at Bank Syariah Indonesia Renon Denpasar Branch Office. *The International Conference on Education, Social Sciences and Technology (ICESST)*, 2(1), 99–103. <https://doi.org/10.55606/icesst.v2i2.304>
- Sofjan, A. (2013). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Steiner, G. A. dan M. J. B. (1997). *Kebijakan Dan Strategi Manajemen*. Erlangga.
- Surayya Fadhilah Nasution. (2021). 7767-21725-1-PB. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen pemasaran strategik bank di era global*. Prenada Media.
- Syah, R. F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 62–72. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>
- Tjiptono, F. (2002a). *Manajemen Jasa* Penerbit Andi: Yogyakarta. *Majalah Info Bisnis, Edisi Maret-Tahun KeVI-2002*.
- Tjiptono, F. (2002b). *Strategi Pemasaran (kedua)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ulpah Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani, M. (2020). KONSEP PEMBIAYAAN DALAM PERBANKAN SYARIAH. In *Mariya Ulpah Madani Syari'ah* (Vol. 3, Issue 2).
- Walida Mustamin, S., Agama Islam, F., & Muhammadiyah Makassar, U. (2022). Analisis Pengaruh Quality service dan Promosi terhadap Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(02), 1689–1698. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.4462>

- Wanti Ningsih. (2020). *SKRIPSI STRATEGI MARKETING DALAM MENINGKATKAN PEMBIAYAAN USAHA MIKRO (Studi Kasus Di Bank BRI Syariah KCP Metro) Jurusan : SI Perbankan Syariah.*
- YUNI KURNIAWATI. (2019). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PRODUK PEMBIAYAAN MURAH<BAH{AH DI BRI SYARIAH KCP (KANTOR CABANG PEMBANTU) NGAWI. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.*
- Zephaniah, C. O., Ogba, I. E., & Izogo, E. E. (2020). Examining the effect of customers' perception of bank marketing communication on customer loyalty. *Scientific African*, 8. <https://doi.org/10.1016/j.sciaf.2020.e00383>
- Wulan,K. (2024, 13 Mei). (<https://www.kompas.id/baca/polhuk/2024/05/13/pangsa-pasar-keuangan-syariah-baru-kisaran-10-persen-wapres-banyak-setan-di-bank-syariah> diakses pada tanggal 20 Mei 2024 pukul 10.50 WIB)

