

DAPTAR PUSTAKA

- Ambarwati, M., Sunarti, & Mawardi, M. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Survei Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Yang Menggunakan Pasta Gigi Pepsodent). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 25 No. 1*, 4.
- Andespa, Roni. (2016). Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah Bank Syariah : Mendukung Pembiayaan Promosi, Pendidikan Dan Pelatihan. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam - Volume 1, Nomor 2*, 177.
- DEPARTEMEN AGAMA RI. (2006). AL-QUR'AN DAN TERJEMAH. Surabaya: Karya Agung Surabaya.
- Erna Puji Astutik, 2018, *Analisis Teknik Pemasaran Promosi Operable Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo 2018*. Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Furqon, Moh. Hifdil, dkk. Intelijensi Pemasaran Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Kompetitif Pada PT. Pegadaian Syariah UPS Mantos. (2019). *Jurnal Emba Vol. 7 No. 561-570*.
- George E. Belch & Michael A. Belch. (2001). *Advertising and promotion: An Integrated Marketing Communications*. New York: Fifth Ed. Irwin/Graw Hill.
- Hapsari, N. T. (2010). *Seluk Beluk Promosi Dan Bisnis : Cerdas Beriklan Untuk Usaha Kecil & Menengah*. Yogyakarta: A+PLUS Books.
- Hikmah, Nor. (2021). Strategi Customer Relationship Management Dalam Ketahanan Nasabah Pembiayaan Amanah di PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sultan Adam Kota Banjarmasin. Banjarmasin: Skripsi Tidak Diterbitkan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Ibrahim. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: CV. Al-Fabeta.

- Kasmir. (2005). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Kasmir. (2008). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi 2008*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Koeswara, S., & Muslimah. (N.D.). Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT.BCA, TBK Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple. *Jurnal PASTI Volume VIII No 1, 1 – 13*, 3.
- Kotler, P. A. (2000). *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro*. Jakarta: Penerbit Prenhallindo.
- Kotler, P and Amstrong, G. (2010). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
- Maykut, P., & Morehouse, R. (1994). *Begining qualitative research, a philosophic and practical guide*. The Palmer Press.
- Nasution, Rachmad Saleh. (2016). Sistem Operasional Pegadaian Syariah Berdasarkan Suarah Al-Baqarah 283 Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Gunung Sari Balikpapan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis1, No. 93-119*.
- Umam, Khotibul (2016).*Perbankan Syariah Dasar-Dasar Dan Dinamikan Perkembangannya Di Indonesia*. jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Perreault, W. D., dkk. (2017). *Essentials of Marketing: A Strategy Palnning Approach. n Essentials of Marketing A Marketing Strategy Planning Approach*. New York: McGraw-Hill Education.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: PT (Persero) Penerbit Dan Percetakan.
- Ralph S. Alexander ed. (1965). *Marketing Definisio*. Chicago:American Marketing Association.
- Riskiyah. (2017). *Analisis Pembiayaan Dengan Produk Amanah Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya*. surabayaskripsi Tidak Diterbitkan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Satria, B. (2020, Juli Kamis). Data Pembiayaan Amanah. (A. Ridho, Interviewer).

- Setiawan, Ilham, Anton, A., & Susila. (2004). Pengaruh Service Quality Perception Terhadap Purpase Intention; Studi Empirik Pada Konsumen Supermarket. 29-37.
- Shaleh, A., & Wahab, M. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media.
- Singh, M. (2012). Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *OSR Journal of Business and Management*, 3(6), 40-45.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto. (2016). Pemodelan Kepuasan Nasabah Kredit Umum Menggunakan Pelayanan Dan Daya Tarik Produk Pada Bank Eka Bumi Artha Kota Metro. *Derivatif Vol. 10 No. 2* , 93-94.
- Suryabrata, Sumardi. (2005). *Metodologi Penelitian*. JakartaPT. Grafindo Persada.
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1* , 111-112.
- Tetra Yanti Eltika, Mariani St.B Tanjung. (2011). Peran Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Nagari Cabang Sawahlunto. Padang: Akademi Keuangan Dan Perbankan Padang.
- Tjiptono. (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Widiyono, T. (2006). *Aspek Hukum Operasional Transaksi Produk Perbankan Di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.