

DAFTAR PUSTAKA

- Ajija, S. R., & Adnan, M. A. (2015). The Effectiveness of BAITUL MAAL WAT TAMWIL in Reducing Poverty: The case of Indonesian Islamic Microfinance institution. *Sudan Academy for Banking and Financial Sciences*, 55-56.
- Alfiah, I. (2022, Maret 21). Wawancara Nasabah. (R. R. Aisy, Interviewer)
- Alma, B. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Sharif, B. M., Qwader, A., & Fattah Al-Slehat, Z. A. (2017). The Effect of Promotion Strategy in the Jordanian Islamic Banks on a Number of Customers. *International Journal of Economics and Finance*, 9 No. 2, 81.
- Anam, A. S. (2012). *Problematika Penerapan Hukum Jaminan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Semarang: Rafi Sarana Perkasa.
- Anugara, W., & Sitohang, S. (2015). Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Ilmu dan Riset Manajemen*, 4.
- Caplan, F. (2001). What Is a Customer? *Quality Engineering*, 14 (2), 9-10.
- Conduit, J., & Mavondo, F. (2001). How critical is internal customer orientation to market orientation? *Journal of Business Research*. 51 (1), 11-24.
- Dewi, N. (2017). Regulasi Keberadaan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Sistem Perekonomian di Indonesia. *Serambi Hukum*, 11.
- Fatmah, & Viridiany, F. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Preferensi Anggota Dalam Pengajuan Pembiayaan Mudharabah di KJKS BMT-MMU Cabang Sdogiri Pasuruan. 04, 744-746.
- Gitosudarmo. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Griffin, A. (2005). "Obtaining customer needs for product development", Kahn, K.B. (Ed.), "The PDMA handbook of new product development", 2nd edn., John Wiley & Sons, Inc. *New Jersey*, 211-227.
- Irawan, H. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rajawali.
- Karim, A. A. (2009). *Permasalahan dan Konsep Syariah*.
- Kasmir. (2004). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2008). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali.
- Kina, A. (2017). Mekanisme Penanganan Pembiayaan Murabahah Bermasalah Studi Pada BMT Syariah Pare. 03.
- Kincaid, M. J. (2003). *Promotion, Product, Service and Ideas (6th ed)*. Columbus: Hoi, Bell 7.

- 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. *PASTI*, 8, 3.
- Lamb, H., & McDaniel. (2001). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lukas, B., & Maignan, I. (1996). Striving for quality: The key role of internal and external customers. *Journal of Market-Focused Management*. 1 (2), 175-187.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Majava, J., Nuottila, J., & Haapasalo, H. (2016). Exploring Customer Definition and Representation in Market-Driven NPD in ICT Industry. *Department of Industrial Engineering and Management*, 18-34.
- Masyithoh, N. D. (2014). Analisis Normatif Undang-Undang No.1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM) atas Status Badan Hukum dan Pengawasan Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) . 29.
- Nadrattuzaman, M., & dkk. (2008). *Lembaga Bisnis Syariah*. Jakarta: PKES Publishing.
- Nasution, M. H., & Sutisna. (2015). Faktir-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. *Nisbah*, 01.
- Peppers, D., & Rogers, M. (2011). Managing customer relationships: A strategic framework. 2nd edn., John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.
- Poerwadarminta. (2013). *Kamus Umum Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Prahalad, C., & Ramaswamy, V. (2007). Co-creation experiences: The next practice in value creation. *Journal of Interactive Marketing*. 18 (3), 5-14.
- Prasada, E. A., & Putra, J. M. (2017). Status Hukum Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) dalam Lembaga Keuangan (Studi di Koperasi Syariah BMT Prima di Desa Lubuk Seberuk Kecamatan Lampung Jaya Kabupaten Ogan Komering Ilir. *Hukum Uniski*, 6, 89-90.
- Ridwan , A. H. (2004). *BMT & Bank Islam Instrumen Lembaga Keuangan Syari'ah*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Ridwan , M. (2004). *Manajemen Baitul Maal Wat Tamwil*. Yogyakarta: UII Press.
- Rizky Nst, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minal Beli Perumahan Obma Pt Nailah Adi Kurnis Sei Mencirim Medan. *Manajemen Dan Bisnis*, 14, 138.
- Saifuddin, & Anwar, A. K. (2021, Januari). Peran BMT dalam Mendukung Perkembangan Toko Ritel (Studi Kasus BMT Masalah Sidogiri Cabang Maron Kidul Kecamatan Maron Kabupaten Probolinggo). *Perbankan Syariah*, 2.
- Suhendi, H. (2007). *Fiqih Mu'amalah* . Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Sulistiyorini, A. (2015). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada KSP Sendang Artha Mandiri Kec. Wungu Kab.Madiun. *Equilibrium*, 3, 96.
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Todaro, M., & Stephen, S. (2003). *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Wirasmita, R., & dkk. (2002). *Kamus Lengkap Ekonomi*.