

## DAFTAR PUSTAKA

Armstrong, K. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Abdussattar, A. T. (2006). *Haji; Jalan-Jalan atau Ibadah*. Jakarta: Magfirah Pustaka.

Ali. (2022, Oktober 4, Selasa). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin. (R. Rushadi, Pewawancara)

Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep Dan Strategi*. Depok: Rajagrafindo Persada.

Bangs, D. H. (1995). *Pedoman Langkah Awal Menjalankan Usaha*. Jakarta: Erlangga.

Djalil, R. d. (1997). *prinsip dan strategi dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.

Hasan, I. (2008). *Analisis Data Penelitian Dengan STatistic*. Jakarta: Bumi Akasara.

Heri Sudarsono, S. E. (2003). *Lembaga Keuangan syariah*. jogyakrta: Ekonosia.

II, D. (t.thn.). *Pedoman Pengelolaan BMT-Balai Usaha Mandiri Terpadu*. Jawa Tengah: PINBUK.

Ilmi, M. (2002). *Teori dan Praktek Lembaga Mikro Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UII Press.Indonesia, K. B.

jungkookiecookie47. (2021, 24 Maret Rabu). *BRAINLY*. Dipetik 23 Juli Sabtu, 2022, dari Hadist tentang ‘diangkat pena’: <https://brainly.co.id/tugas/39806726>

*Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. (2013). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Komariah, D. S. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Alfabeta.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice.

Lathief, A. A. (2005). *fiqh muamalat*. Jakarta: UIN Jakarta.

Malayu Hasibuan, D.-D. P. (2008). *Dasar-Dasar Perbankan* . Jakarta: Bumi Aksara.

Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Mappiare, A. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.

Moeliono, A. M. (1999). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Moeloeng, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisis Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nusahidin, M. (2022, Oktober 17, Senin). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di BMT UGT Nusantara Cabang Banjarmasin. (R. Rushadi, Pewawancara)

RI, D. A. (1998). Dirjen Bimas Islam dan Haji, Ketentuan Umum Haji dan Umrah. Jakarta.

RI, D. A. (2003). Hikmah Ibadah Haji. Jakarta.

Rianto, M. N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.

Setyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Plus Tren Terkini*. Yogyakarta: Andi.

Soemitra, A. (2009). *Bank dan Lemabaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.

sugiono. (2011). *Metode Penelitian administrasi*. Bandung : alfabeta.

Suhendi, H. (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Suryani, T. (201). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global Menciptakan Nilai Unggul Untuk Kepuasan Nasabah*. Jakarta: Prenamedia Group.

Sutinah, B. S. (2005). Metode Penelitian Sosial. Jakarta.

Teddlie, A. T. (2010). *Mixed Methodolgy*. Jogyakarta.

Umar, H. (2001). *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Kotler & Armstrong (2001), *Principles of Marketing*, Jakarta: Erlangga

Tjiptono, 2001, *Strategy Marketing*, Edisi ke-2 cetakan ke-5, Andy offset; Yogyakarta  
. *Marketing Shariah Jurnal Internasional*, vol 2 no1, 2011).

Subagyo, Ahmad. (2001). *Marketing In Bussines*. Jakarta: Mitra Wacana Media,