

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, D. A. (2013). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kecukupan Modal, Kualitas Aktiva Produktif (KAP) Dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 3(1).
- Arif, M. N. R. A. (2015). *Pemasaran Strategi pada Asuransi Syariah*. Gramata Publishing.
- Arifin, M. Z., Suliyono, & Anshori, Muh. (2022). Pemasaran Syariah dalam Perspektif Hadits dan Aplikasinya pada Perbankan Syariah. *Sekolah Tinggi Agama Islam Binamadani*, 5(2), 97.
- Cholid Narbuko & Abu Achmadi. (2012). *Metodologi Penelitian* (12th ed.). PT Bumi Aksara.
- Danang Sunyoto. (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. GAVA MEDIA.
- Dewi, G. (2017). *Aspek-Aspek Hukum dalam Perbankan & Perasuransian Syariah di Indonesia* (3rd ed.). KENCANA.
- Dominici, G. (2009). From Marketing Mix to e-Marketing Mix: A Literature Overview and Classification. *International Journal of Business and Management*, 4(9), p17. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v4n9p17>
- Goi, C. L. (2009). A Review of Marketing Mix: 4Ps or More? *International Journal of Marketing Studies*, 1(1), 15.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). *Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Hptel Manado Grace Inn*.

Išoraitė, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 4(6), 25–37.

<https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i6.2016.2633>

Jeni, A. T. N. (2019). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut Delevary Gresik. *Jurnal Manajerial*, 5(2),

Article 2. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v5i2.844>

Khan, D. M. T. (2014). The Concept of ‘Marketing Mix’ and its Elements.

Internasional Journal of Information, 6.

Kondoy, B. M. J., Tewal, B., & Worang, F. (2017). Bauran Pemasaran dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BPR Prisma Dana

Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan*

Akuntansi, 4(4), Article 4. <https://doi.org/10.35794/emba.4.4.2016.14576>

Kripanithi, R., & Ramachander, A. (2018). 4 ‘A’s The Key Drivers of Rural

Marketing. 6(1).

Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi & Bisnis*. Alfabeta.

Kurniawan, A. D. (2012). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*

Semarang 2012. 63.

Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Melati, I., & Nurcahya, Y. A. (2022). Analisis Pengaruh ASsuransi Syariah,

Obligasi/Sukuk Syariah, Saham Syariah, dan Reksadana Syariah terhadap

Pertumbuhan Ekonomi Indonesia (2013-2020). *Jurnal Akuntansi*

Kompetif, 5(1), Article 1.

<https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v5i1.782>

- Meriska, R., & Sitanggang, D. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih CU Cinta Kasih Tigapanah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*21, 1.
http://ejournal.ust.ac.id/index.php/JIMB_ekonomi
- M.M, T. F. M., S. E. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Muhammad Rhendria Dinawan. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, IX(3), 335–369.
- Noval (UIN Antasari Banjarmasin, Indonesia), M., Raharjanti (Politeknik Negeri Semarang, Indonesia), R., & Ali (Management and Science University, Malaysia), M. A. M. (2020). Ownership on Islamic Economic Perspective and Director Ownership on Sharia Companies with Moderation Roles of Independent Commissioners. *IKONOMIKA*, 5(1), 17–42.
<https://doi.org/10.24042/febi.v5i2.6309>
- Samsudin & Fathurrozi. (2017). Produk, Harga, Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Bingka Al-Fajar Di Kota Pontianak. *JURNAL MANAJEMEN MOTIVASI*, 716–721.
<https://doi.org/10.29406/jmm.v12i2.448>
- Siregar, B. G. (2018). Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah pada PT. Bank Sumut Cabang

- Syariah Padang Sidimpuan. *Tazkir : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.24952/tazkir.v4i1.1060>
- Siti Sakinah. (2019). *Peranguh Produk, Harga, tempat, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 69.
- Skripsi Dedi Iskandar, 2018*. (n.d.). Retrieved January 13, 2022, from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/53153/1/DEDI%20ISKANDAR%20-%20FEB.pdf>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Suhardi, Y., Burda, A., Zulkarnaini, Z., Darmawan, A., & Oktavia, L. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i2.381>
- Sula, M. S. (2004). *Asuransi Syariah (Life And General)*. Gema Insani Press.
- Syariah, C. (2022, July 26). *Chubb Syariah Overview* (<http://chubbsyariah.co.id/id-id/>) [Text/html]. Chubb Syariah; Chubb Syariah. <http://chubbsyariah.co.id/id-id/about-chubb/chubb-in-indonesia>
- Waldi Nopriansyah. (2016). *Asuransi Syariah Berkah Terakhir yang Tak Terduga*. C.V ANDI OFFSET.
- Wangarry, C. L., Tumbel, A., & Karuntu, M. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di PT. Hasjrat Abadi Ranotana. *Jurnal EMBA*, 6(4), 2058–2067.

- Wiratna Sujarweni V. (2014). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Wirdyaningsih, Perwataatmadja, K., Dewi, G., & Barlinti, Y. S. (2005). *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia* (1st ed.). KENCANA.
- www. Karimconsulting.com. (n.d.). Retrieved November 16, 2022, from http://karimconsulting.com/wp-content/uploads/2016/11/Outlook-Asuransi-Syariah_finall_uploadweb.pdf
- www.ojk.go.id. (n.d.). *Daftar Perusahaan Asuransi Umum, Jiwa dan Reasuransi dengan Prinsip Syariah*. Retrieved November 14, 2022, from <https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Daftar-Perusahaan-Asuransi-Umum,-Jiwa-dan-Reasuransi-dengan-Prinsip-Syariah.aspx>
- Yuliardi, R., & Nuraeni, Z. (2017). *Statistika Penelitian PLUS Tutorial SPSS*. Innosain.