

DAFTAR PUSTAKA

- A Neil, M., Whitler, K. A., Feng, H., & Chari, S. (2019). *Research In Marketing Strategy*.
h.1-5.
- Al-Habsy, M. B. (1990). *Fiqih Praktik*. Mizan.
- Ali, M. (1996). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Moderen*. Pustaka Amani.
- Andika, F. (2012). *Analisa Strategi Marketing Gumati Café Dalam Meningkatkan Konsumen Menurut Prespektif Islam. Vol.3 No.1*, h.96-149.
- Arifin, Z. (2002). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Alvabet.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Carl McDaniel, & Gates, R. (2005). *Riset Pemasaran Kontemporer*. Erlangga.
- Djazuli, A., & Janwari, Y. (2002). *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat (sebuah pengantar)*. PT Raja Grafindo Persada.
- Goaied, M., & Sassi, S. (2010). *Financial Development and Economic Growth in the Mena Region: What about Islamic Banking Development. JEL classification: E44; O16; C33*, h.6.
- Gronroos, C. (2006). *Marketing Theory. Vol. 6(4): 395-417*, h. 397. <https://doi.org/10.1177/1470593106069930>
- Herdiansyah, H. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Salemba Empat.
- Indri. (2015). *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Prespektif Hadis Nabi*. Prenada Media Group.
- Juliansyah, N. (2011). *Metodologi Penelitian*. PrenadaMedia Group.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank Cet IV (Revisi)*. Kencana.
- Kasmir. (2015). *Dasar-Dasar Perbankan*. Rajawali Pers.
- Kotler, P. (1996). *Marketing (Jilid 1)*. Erlangga.

- Laksamana, Y. (2009). *Tanya Jawab Cara Mudah Mendapatkan Pembiayaan di Bank Syariah*. PT Elex Media Komputindo.
- Leli, M. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam*. Vol, 2 NO.1, 28–41.
- Mintzberg, H. (1987). *The Strategy*. h.11.
- Mubarok, N. (2017). *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*. Vol.3. No.1, h. 80-81.
- Prawirosentono, S. (2014). *Manajemen Stratejik dan Pengambilan Keputusan Korporasi*. PT Bumi Aksara.
- Rianto Al-Arif, M. N. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. CV Pustaka Setia.
- Ridhawati, R. R. (2020). *Analysis of Sharia Marketing Strategies in Dealing with Business Competition in Semarang Rabbani Store*. Vol. 3(Issue I), h. 21.
- Saprijal, M. (2015). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada S-Mart Swalayan Pasir Pengaraian)*. Vol. 3, No. 1, h. 41-56.
- Sudarsono, H. (1996). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Edisi 2). PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Susanti, E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Center for Academic Publishing Service.
- Swastha, B. (2002). *Azaz-Azaz Marketing*. Liberty.
- Syarif Hidayatullah, M. (2017). *Perbankan Syariah*. CV Dreamedia.
- Yanti, O. A. (t.t.). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Sumut Syariah KCP Marelan Raya)*. Vol. 1 No. 1, h.816.

Yunie, M., & Pertiwi, B. (2021). *Dokumen PT Bank Syariah Indonesia (Ex-legacy BNI Syariah) KC Banjarbaru.*