

DAFTAR PUSTAKA

- Afdika, Z. (2021, April 06). *Bank Syariah Indonesia: Sejarah Merger, Saham, hingga Tujuan*. Diambil kembali dari Apa Itu Bank Syariah Indonesia: <https://www.qoala.app/id/blog/bisnis/apa-itu-bank-syariah-indonesia/>
- Akhyati, N., & Maksum, M. (2020). Transformasi fatwa DSN-MUI Tentang Akad Musyarakah Mutanaqishah Dalam Peraturan Perundang-Undangan. *SYAR'IE*, 3(2), 115-136.
- Al Arif, M. R. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Jakarta: Alfabeta.
- Ali, M. (1992). *Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Alma, B. (2009). *Manajemen Pemasaran Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggito, & Setiawan. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Anoraga, P. (2004). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Anselm, Strauss, & Corbin. (2003). *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Ascarya. (2015). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Atkinson, Anthony, A, Robert, S, & Kaplan. (1998). *Advanced Management Accounting*. Hoboken: Prentice Hall.
- Bank Syariah Indonesia. (2021, Desember 09). *Pembiayaan (Beragam produk pembiayaan sesuai syariah)*. Retrieved from Produk dan Layanan: <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/individu/pembiayaan>
- Bank Syariah Indonesia. (2021, Desember 06). *Sejarah Perusahaan*. Diambil kembali dari bank bsi: <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>
- Baskoro, W. (2005). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: Setia Kawan.
- Basyariah, N. (2018). Analisis Implementasi Pembiayaan Musyarakah Mutanaqishah Pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Muqtasid*, 9(2), 120-133. doi:<http://dx.doi.org/10.18326/muqtasid.v9i2.120-133>
- Damayanti, R. (2021, November 2). Sosialisasi sebagai Strategi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat. (N. Ersa, Pewawancara) Amuntai.
- Danim, S. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: CV> Pustaka Setia.
- Dendawijaya, L. (2000). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Dewan Syari'ah Nasional(DSN) MUI. (2003). *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional*. Jakarta: PT. Intermasa.
- Faridah. (2018). *Strategi Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Mataram dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat*. Mataram: Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.

- Fatimah, & Metekohy, E. Y. (2013). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank X Syariah Cabang Tangerang Selatan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 75-82.
- Febriani, N. S, & Dewi, W. W. (2018). *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Malang: UB Press.
- Goldratt, E. (1990). *Theory Of Constraints*. New York: North River Press Inc.
- Hadijah, S. (2017, Mei 18). *Kenali Ragam Jenis Pembiayaan Syariah dan Manfaatnya*. Diambil kembali dari cermati.com: <https://www.cermati.com/artikel/kenali-ragam-jenis-pembiayaan-syariah-dan-manfaatnya>
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, A. N. (2018). Strategi Pemasaran Produk Funding di PT BPRS Padangsidimpuan. *Jurnal Riset Ekonomi Islam*, 2(1), 51-59.
- Hendro. (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki Dunia Bisnis*. Bandung: Erlangga.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Malang: PT Gelora Aksara.
- Hosen, N. (2017). MUSYARAKAH MUTANAQISHAH. *Musyarakah Mutanaqishah*, 1(2), 48-60.
- Irawati, A. (2015). *Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah (Studi Kasus di Bank Mega Syariah Kota Mataram)*. Mataram: Library UIN Mataram.
- Ismail. (2010). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS.
- Karim, A. A. (2006). *Bank Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Karim, A. A. (2017). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan* (5 ed.). Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2002). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Kasmir. (2004). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Kasmir. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2014). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Persada.
- Kotler, & Philips. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Smtg Desa Putra.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Taman Sidoarjo: Zifatama Publisher Anggota IKAPI.
- Marzuki, A. (2021, November 8). Kerja Sama sebagai Strategi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai dalam memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat. (N. Ersu, Pewawancara) Amuntai.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Morrison. (2019). *Riset Kualitatif*. Jakarta: KENCANA.
- Muhammad. (2014). *Manajemen Dana Bank Syari'ah*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Nazir, M. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Noor, T. (2021, November 15). Membagikan Brosur Sebagai Strategi BSI KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat. (N. Ers, Pewawancara) Amuntai.
- Noor, T. (2021, November 17). Upaya Yang Dilakukan Oleh BSI KCP Amuntai Dalam Mengatasi Kendala Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat. (N. Ers, Pewawancara) Amuntai.
- Payne, A. (1993). *Service Marketing Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Payne, A. (1993). *Service Marketing Pemasaran Jasa*. Andi Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Pearce II, J., & Robinson, R. (2008). *Manajemen Strategis, Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahman, M. F. (2021, November 3). Advertensi sebagai strategi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai dalam memasarkan produk pembiayaan konsumtif pada masyarakat. (N. Ers, Pewawancara) Amuntai.
- Rangkuti, F., & Rahmi. (2018). *Analisa Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk Rotan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rodoni, A., & Hamid, A. (2007). *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta.
- Sartika, M., & Adinugraha, H. H. (2016). IMPLEMENTASI IJĀRAH DAN IMBT PADA BANK BRI SYARIAH CABANG YOGYAKARTA. *Conomica*, 7, 97-116.
- Simamora, B. (2001). *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sindonews. (2020). QS. Ali 'Imran Ayat 130. Retrieved from Sindonews: <https://kalam.sindonews.com/ayat/130/3/ali-imran-ayat-130>
- Sugiarti, Andalas, & Setiawan. (2020). *Desain Penelitian Kualitatif Sastra*. Malang. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sugiyono. (2009). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, A. (2021, November 10). Jemput Bola sebagai Strategi Bank Syariah Indonesia KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat. (N. Ers, Pewawancara) Amuntai.
- Suryana, A. (2021, November 17). Kendala-Kendala Yang Dihadapi BSI KCP Amuntai Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat. (N. Ers, Pewawancara) Amuntai.
- Sutojo, S. (1988). *Kerangka Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Tafsir Kemenag RI. (2020). *Quran Surat Al-An'am Ayat 123*. Diambil kembali dari Tafsir Web: <https://tafsirweb.com/2247-quran-surat-al-anam-ayat-123.html>
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. (1989). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tjiptono, A. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (1993). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Prentice Hall International.
- Triadie, M. (2021, November 12). Personal Selling sebagai Strategi Bank Syariah Indonesia Dalam Memasarkan Produk Pembiayaan Konsumtif Pada Masyarakat. (N. Ers, Pewawancara) Amuntai.

- Umar. (2000). *Business an Introduction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Usmara, U. (2008). *Pemikiran Kreatif Pemasaran*. Yogyakarta: Amara Book.
- Wahjono, S. I. (2010). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Winardi. (1994). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Yatim, R. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: PT Usaha Nasional.
- Yulianto, N.A, Maskan, M, & Utaminingsing, A. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: POLINEMA.