

## DAFTAR PUSTAKA

- Abuznaid, Samir. (2012). Islamic Marketing: Addressing the Muslim Market. *An - Najah Univ. J. Res. (Humanities)*. Vol. 26(6)
- Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia, cet I,
- Ardiana, M. (2011). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dan Konvensional Sebelum, Selama Dan Sesudah Krisis Global Tahun 2008 Dengan Menggunakan Metode Camel . *SI Akuntansi* , 24.
- Ascarya. (2011). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Assuari, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Azizah, Nur, Joko Hadi Pornomo, & Niswatin Nurul Hidayati. (2020). Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro. *MIYAH: Jurnal Studi Islam* Vol.16, No.01.
- Azzam, A. A., & Hawwas, A. W. (2009). *Fiqh Ibadah*. Jakarta: Amzah.
- Bank Syariah Indonesia. (t. thn). Dipetik 24 Februari 2022, dari <https://www.bankbsi.co.id>.
- Darmanto & Sri Wardaya. (2016). *Manajemen Pemasaran Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Ed.1, Cet. 1. Yogyakarta: Deepublish.
- Fifield, Paul. (1998). *Marketing Strategy*. Oxford: A division of Reed Educational and Professional Publishing Ltd.
- Imadudin, D. (2012). *Mengenal Haji*. PT. Mapan.
- Išoraitė, Margarita. (2016). *Marketing Mix Theoretical Aspects*. International Journal of Research – Granthaalayah, Vol. 4, No. 6.
- Jauhariyah, Nur Anim, Ahmad Munawar & Mahmudah. (2020). Strategi Pemasaran Syariah Dan Waiting List Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Pt Brisyariah Kcp Genteng Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Sharia Economics*, Volume 2, Nomor 1.

- Jumingan. (2009). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kementerian Agama Republik Indonesia Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah. (2020). *Tuntunan Manasik Haji Dan Umrah*. Jakarta.
- Kertajaya, H., & Syula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Khairati, N. (2019). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang. *Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan*.
- Kurniawan, Dhika Amalia dan Muhammad Zaenal Abidin. (2018). *Pengantar Pemasaran Islam: Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*.
- Moleong, Lexy j. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: P.T. Remaja Rosdakarya,
- Sarwat, Ahmad. (2011). *Seri Fiqih Kehidupan (6) : Haji*: Jakarta: DU Publishing.
- Sa'dah, N. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Produk Talangan Haji di Bank Syariah Mandiri (BSM) Cabang Ungaran Semarang. *Jurusan Ekonomi Islam*.
- Shodiqin, M. A. (2015). Analisis SWOT Pada Produk Tabungan Haji BRI Syariah KCP Demak. *Program D III Perbankan Syariah*.
- Shinta, Agustina. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- Singh, Meera. (2012). Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)*, Volume 3, Issue 6.
- Siregar, D. A. (2018). Strategi Pemasaran Produk IB Muamalat Haji dan Umrah di PT. Bank Muamalat Capem Serdang Medan. *Program Studi D-III Perbankan Syariah*.
- Sitorus, Onny Fitriana & Novelia Utami. (2017). *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah.
- Subagyo, Joko.( 1997). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono.( 2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sylvana, Andi , Murtiadi Awaluddin<sup>2</sup> , Adib Mutahajjid. (2020). Marketing Strategy Planning Based on Customers Expected Services: Evidence from Sharia Cooperatives in Bandung”. Dalam *Palarch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology* 17(7).
- Pulungan, Ari Wardana. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. *Skripsi*.
- Putra, Purnama dan Wiwik Hasbiyah. (2018). *Teori dan Praktik Pemasaran Syariah*. Depok: Rawajali Pers.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Yulianti, Farida, Lamsah & Periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zaki, Khozin. (2020). *Manajemen Syariah: Viral Marketing dalam Perspektif Pemasaran Syariah*. Banyumas: PCV. Amerta Media.