

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H., Indrastuti, S., & Rahman, F. Abd. (2020). Islamic Marketing Management Information System Model. *Sustainable Development in Developing Country for Facing Industrial Revolution 4.0*. Proceedings of the Second International Conference on Social, Economy, Education and Humanity (ICoSEEH 2019).
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. CV Alpha Beta.
- Boyd, H. W., Walker, O. C., & Jean, C. L. (2000). *Manajemen Pemasaran* (I. Nurmawan, Penerj.). Erlangga.
- B.S Dharmmestha. (1996). *Azas-Azas Marketing*. Liberty.
- Burhan, B. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Raja Grafindo Persada.
- David, F. R. (2006). *Strategic Management*. Salemba Empat.
- Di Usia Satu Tahun, Laba BSI Lampau Target & Tumbuh 38%—Berita dan Economic & Market Insight | Bank Syariah Indonesia*. (2022, Februari 14). <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/di-usia-satu-tahun-laba-bsi-lampau-target-tumbuh-38>
- Dongoran, J. (2003). *Strategi Pemasaran Yang Penad Untuk Setiap Lesan Pemasaran: Suatu Teori Kerangka Teoritis, dalam A. Usmara (ed), Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Amara Books.
- Eka Wulandari, F. (2017). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Artha Sampang Sampang Cilacap*.

- Fandy Tjiptono. (2002). *Strategi Pemasaran (Kedua)*. Andi Offset.
- Hasan, A. (2009). *Marketing*. Medpres.
- Imam, P., & Kpodar, K. (2010). Islamic Banking: How Has it Diffused?
International Monetary Fund.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Susanto, A. B. (1999). *Manajemen Pemasaran di Indonesia; Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Rajawali Pers.
- Najmaei, M., Mansoori, S., Zakaria, Z., & Raueiser, M. (2017). Marketing from Islamic Perspective, Tapping into the Halal Market. *Journal of Marketing Management and Consumer Behavior*, 1(5), 53–62.
- Nasution, S. (1996). *Metodologi Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Tarsito.
- Partanton, P. A. (1994). *Kamus Ilmiah Populer*. Arloka.
- Prayoga, A. (2015). *Tantangan Dan Strategi Bank Dalam Mencari Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Bandarjaya)*.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Graha Ilmu.
- Rahmawaty, A. (2016). *Spiritual Motivation on Syariah Marketing Cara Jitu Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. Idea Press.
- Rangkuti, F. (1997). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Umum.
- Siagian, S. (1986). *Analisis Kebijakan dan Strategi Organisasi*. PT. Gunung Agung.
- Stainer, G., & Miller, J. (2008). *Management Strategic*. Erlangga.

- Stanton, W. J. (1993). *Prinsip Pemasaran* (Y. Lamarto, Penerj.). Erlangga.
- Sudha, B. (2019). Digital Marketing For Digital Bank. *Research Guru : Online Journal of Multidisciplinary Subjects*, 12(4).
- Sugiyono, Prof. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. PT Pustaka Baru.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPEE.
- Syafril. (2020). *Bank & Lembaga Keuangan Modern Lainnya* (Pertama). Kencana.
- Syafruddin, A. (2020). *Strategi Pemasaran Produk Simpanan Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BMT Fauzan Azhiima Parepare*.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Teras.
- Toriquddin, M. (2015). *Etika Pemasaran Perspektif Al-Qur'an Dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah*.