

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Ahmed, S., & Rahman, Md. H. (2015). The Effects of Marketing Mix on Consumer Satisfaction: A Literature Review from Islamic Perspectives. *Turkish Journal of Islamic Economics*, 1, 17–30. <https://doi.org/10.15238/tujise.2015.2.1.17-30>
- Alma, B., & Priansa, D. J. (2014). *Manajemen Bisnis Syariah Menanamkan Nilai dan Praktik Syariah dalam Bisnis Kontemporer* (Edisi Revisi). CV. Alfabeta.
- Andrianto, & Firmansyah, A. (2019). *Manajemen Bank Syariah (Implementansi Teori dan Praktek)*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Annas Syams Rizal Fahmi, Muhammad Irkham Firdaus, May Shinta Retnowati, & Zulfatus Sa'diah. (2020). Implementasi Fatwa DSN-MUI No:77/DSN-MUI/V/2010 Terhadap Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri. *Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 4(2), 1–12. <https://doi.org/10.33511/almizan.v4n2.1-12>
- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah Teori, Filosofi & Isu-Isu Kontemporer* (Edisi 1 Cetakan ke-1). Rajawali Pers.
- Awaludin. (2020, Juli 14). *IAEI NTB anggap perbankan syariah masih bebani umat*. <http://m.antaranews.com/berita/1609742/iaei-ntb-anggap-perbankan-syariah-masih-bebani-umat>
- Chaniago, S. A. (2014). Perumusan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat. *Jurnal Hukum Islam*, 2 (1), 87–101.
- DailySocial.id, M. N. |. (t.t.). *Survei DailySocial dan Populix: Investasi Reksa Dana Terpopuler di Indonesia | DailySocial.id*. Diambil 3 Oktober 2022, dari <https://dailysocial.id/post/survei-dailysocial-populix-investasi-reksa-dana-terpopuler-indonesia-2020>
- Daulay, R. (2021). Analysis of The Effectiveness of Information Communication Technology and The Service Marketing Mix to Customer Loyalty Indihome. *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.32535/jicp.v4i2.1284>
- Dewi, E. K., & Pardosi, S. S. (2022). Analisis Efektivitas Periklanan Melalui Brosur Pada Produk Tabungan Emas Di PT Pegadaian KCP Serbelawan Simalungun. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3541>

- Erdawati, & Yuliza, M. (2018). Pengaruh Prilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Cicil Emas Di Bank Mandiri Syariah. *UNES Journal of Social and Economics Research*, 3(01).
<http://lppm.ojs.unespadang.ac.id/index.php/UJSER>
- Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual-Beli Emas secara Tidak Tunai.* (2010).
- Firdaus, R., & Faizasari, A. (2022). Analysis Of Marketing Mix In The Perspective Of Islamic Business Ethics Study On The Community Of Pastry MSME Actors In Tanah Datar Regency. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3 (5).
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Marisi Butarbutar Efendi, & Sudarso, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Cetakan 1). Yayasan Kita Menulis.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Cetakan 1). Penerbit Pustaka Ilmu.
- Hidayat, A. A. N. (2022, September 30). *Terpopuler Bisnis: Investasi Lebih Baik dari Menabung saat Resesi, Inflasi Kuartal IV Tembus 7 Persen.* Tempo.
<https://bisnis.tempo.co/read/1639909/terpopuler-bisnis-investasi-lebih-baik-dari-menabung-saat-resesi-inflasi-kuartal-iv-tembus-7-persen>
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Badrusa'diyah, Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi* (Edisi Pertama). Kencana.
- Hyandani, V. R. (2018). *Pengaruh Kondisi Ekonomi Terhadap Minat Nasabah Dalam Investasi Cicil Emas Di Bank Syariah Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Duri)* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau].
https://doi.org/10/10.%20BAB%20V__20181111EI.pdf
- Kasmir. (2012). *Manajemen Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank* (Edisi Revisi). Kencana Prenada Media Group.
- Kementerian Agama RI. (2018). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Cordoba Internasional - Indonesia.
- Lim, W. M. (2023). Transformative marketing in the new normal: A novel practice-scholarly integrative review of business-to-business marketing mix challenges, opportunities, and solutions. *Journal of Business Research*, 160. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113638>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Salemba empat.

- Nasuka, M. (2020). Konsep Marketing Mix Dalam Perspektif Islam: Suatu Pendekatan Maksimalisasi Nilai. *BISEI: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam*, 5 (1). <http://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/bisei/article/view/717>
- Panchal, R. (2022). A Study 7 P'S of Marketing Mix. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 10(3). www.ijcrt.org
- Pinto, L. G., Cavique, L., & Santos, J. M. A. (2022). Marketing Mix and New Product Diffusion Models. *Procedia Computer Science*, 204, 885–890. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.08.107>
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. (2011). *Ekonomi Islam* (I, Cet. 3). Rajawali Pers.
- Putri, N. A., & Ardyansyah, F. (2023). Implementasi Islamic Marketing Mix pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Basuki Rahmat Surabaya Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis Syariah*, 5 (6). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3651>
- Ritonga, H. M., Fikri, M. E., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*.
- Safitri, R. (2023, April 3). *Wawancara* [Komunikasi pribadi].
- Sahroni, O., & Karim, A. A. (2016). *Maqashid Bisnis & Keuangan Islam (Sintesis Fikih dan Ekonomi)* (1, Cet. 2 ed.). Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV ALFABETA.
- Tekanan Inflasi Makin Berat Bikin Nilai Uang Semakin Tidak Berarti*. (t.t.). SINDOnews.com. Diambil 3 Oktober 2022, dari <https://ekbis.sindonews.com/read/894967/178/tekanan-inflasi-makin-berat-bikin-nilai-uang-semakin-tidak-berarti-1664111372>
- Usman, A. H. (2015). *Manajemen Strategis Syariah; Teori, Konsep & Aplikasi* (I). Zikrul Hakim.
- Wulansari, I. (2023, Mei). *Wawancara* [Komunikasi pribadi].
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.