

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz dan Mariyah Ulfah. (2010). *Kapita Selekta Ekonomi Islam Kontemporer*. Bandung: Mizan.
- Adrian, *Payne*. (2000). *Pemasaran Jasa, The Essence Of Service Maerketing*. Yogyakarta; Andi.
- Adam*, Muhammad. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Ayu Sofiati, Nunung. (2014). *Pengaruh People, Process Dan Physical Evidence Terhadap Tingkat Keputusan Menjadi Nasabah BNI Taplus Pada BNI Cabang Dago Bandung*.
- Ahmad Husaeni, Uus. (2017) Dengan Judul "*The Influence Of Marketing Mix On Decisions To Be A Islamic Banking Customer In Cianjur Regency*."
- Alfrian Fajri. Detha. (2013). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung*.
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). Marketing Strategy: Pricing strategies and its influence on consumer purchasing decision. *International Journal of Rural Development, Environment and Health Research*, 5(2), 26–39. <https://doi.org/10.22161/ijreh.5.2.4>
- Asmara, A. (2015). *Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Kredit pada Divisi Commercial Banking PT. Bank Danamon Indonesia Tbk*.
- Djaelani, S. (2021). *Pelatihan Manajemen Pemasaran Produk Unggulan Kecamatan Marabahan Barito Kuala Provinsi Kalimantan Selatan*. *Dharmakarya* :

- Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 10(1), Article 1.
<https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i1.25788>
- Djaelani, S., Asyari, Y., Yuliani, Y., & Suryadi, H. (2020). Strategi Pemasaran Buah Jeruk Petani Melalui Bumdes Desa Karang Bunga Kecamatan Mandastana. *Humanism : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), Article 2.
<http://dx.doi.org/10.30651/hm.v1i2.5396>
- Djaelani, S., Madayan, M., & Bahri, S. (2020). Pemasaran Tempat Wisata Janda Desa Danda Jaya Kecamatan Rantau Bedauh Barito Kuala. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 1(1), Article 1.
- Dominici, G. (2009). From Marketing Mix to e-Marketing Mix: A literature overview and classification. *International Journal of Business and Management*, 4(9), p17. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v4n9p17>
- Fajri, D. (2013). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung (Survei Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang)* [Sarjana, Universitas Brawijaya].
<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/116051/>
- Fajri, D. A., & Arifin, Z. (n.d.). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung*.
- Goi, C. L. (2009). A Review of Marketing Mix: 4Ps or More? *International Journal of Marketing Studies*, 1(1).
- Hidayatullah, M. S. (2020). Meniti Jejak Perbankan Syariah dari Klasik hingga Kontemporer. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i1.3221>

- Husaeni, U. (2018). The influence of marketing mix on decisions to be a Islamic banking customer in Cianjur district. *International Journal of Business Competition and Growth*, 6, 105.
<https://doi.org/10.1504/IJBCG.2018.10013741>
- Inayah, N. (2017). *Analisis keputusan nasabah menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT BPRS Puduarta Insani)* [PhD Thesis]. Pascasarjana UIN Sumatera Utara.
- Išoraitè, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal Of Research -Granthaalayah*, 4(6), 25–37.
<https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i6.2016.2633>
- Kustiningsih, E. W. L. (n.d.-a). *Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Faedah Bank Bri Syariah Cabang Samarinda*. 2.
- Kustiningsih, E. W. L. (N.D.-B). *Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Faedah Bank Bri Syariah Cabang Samarinda*. 2.
- Marketing Strategy: Pricing Strategies and Its Influence on Consumer Purchasing Decision by Bayad Jamal Ali, Govand Anwar: SSRN*. (n.d.). Retrieved 19 May 2023, from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3837579
- Mawardi, G. L. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Menabung di Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah KCP Parepare* [PhD Thesis]. IAIN Parepare.

- Nugroho J. Setiadi. (2018). *Aplikasi Teori Ekonomi dan Pengambilan Keputusan Manajerial dalam Dunia Usaha Bisnis*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group).
- Nor Cahya Ningtias, K., & Duriandy Soemarso, E. (2019). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Menabung Britama Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pembantu Puri Anjasmoro Semarang. *Keunis*, 7(1), 20. <https://doi.org/10.32497/Keunis.V7i1.1530>
- Nurcholifah, I. (2014). Strategi Marketing Mix Dalam Perspektif Syariah. *Khatulistiwa*, 4(1). <https://doi.org/10.24260/Khatulistiwa.V4i1.230>
- Octaviani, M. C. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Pt. Bank Mandiri (Persero) Di Surabaya* [Undergraduate, Stie Perbanas Surabaya]. <https://eprints.perbanas.ac.id/2227/>
- Putri, L. R. (2020a). Pengaruh Pariwisata Terhadap Peningkatan Pdrb Kota Surakarta. *Cakra Wisata*, 21(1), Article 1. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/41082>
- Putri, L. R. (2020b). Pengaruh Pariwisata Terhadap Peningkatan Pdrb Kota Surakarta. *Cakra Wisata*, 21(1), Article 1. <https://jurnal.uns.ac.id/cakra-wisata/article/view/41082>
- Rohmaniah, A. (2019). *Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan*

Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)

[PhD Thesis]. Iain Salatiga.

Salim Bahreisy dan Said Bahreisy. (2015). *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsir Jilid II*. Surabaya: PT. Bina Ilmu.

Sari, M. K., Utami, H. Y., & Gusnawati, R. (2014). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Batang Kapas Cabang Painan. *Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 29905.

Setiawan, A. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Komunikasi Efektif Dan Pengambilan Keputusan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Cv. Bintang Anugerah Sejahtera. *Jumant*, 11(1), Article 1.

Sofiati, N. A. (2014). Pengaruh People, Process Dan Physical Evidence Terhadap Tingkat Keputusan Menjadi Nasabah Bni Taplus Pada Bni Cabang Dago Bandung. *Jurnal Indonesia Membangun*, 13(1), 1–16.

Sukotjo, H., & Radix, S. A. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 216–228.

Suwanti, R., Basalamah, S., & Kamase, J. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Memiliki Tabungan Britama Pada Kantor Cabang Pembantu Bank Rakyat Indonesia Slamet Riyadi Makassar. *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.33096/jms.v2i1.378>

- The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study. (2018). *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(4).
<https://doi.org/10.23918/ijsses.v4i4p100>
- Timbuleng, S. S., & Tumbel, A. L. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm (Studi Kasus Pada Friska Beauty Studio Tomohon). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), Article 2.
<https://doi.org/10.35794/emba.v9i2.34363>
- Wijaya, E., & Ariyani, P. M. (2018). Pengaruh Service Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT. Bank Mayapada Internasional TBK Cabang A.Yani Pekanbaru. *Costing*, 1(2), 283–296.
<https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.263>
- Yulastri, Asmar. (2019). *Karakter Wirausaha*. In: Karakter Wirausaha. Bandung: Alfabeta.