

DAFTAR PUSTAKA

- Arumugam dan Iyappan. (2016). *Promotional Mix of Insurance Products- A Value Addition to Sale of Insurance Products*. Journal Management, 5(7).
- Assauri, Sofyan. (2004). *Manajemen Pemasaran Dasar*. Jakarta : Rajawali Press.
- Buchari, Alma. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfa Beta.
- Berry, Leonard. (2004). *Strategi dan Konsep-Konsep*.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, 1(2), 194-211.
- Fandy, Tjiptono. (1999). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta : Raja.
- Ganesh Dash dan Basheer Ahmed Khan. (2011). *Role of Promotion in Life Insurance Marketing: An Empirical Study*. Journal of Commerce & Management Studies, 11(5).
- Hartono, Sri Rejeki. (1992). *Hukum Asurnsi dan Perusahaan Asuransi*. Jakarta:Sinar Grafika.
- Hasan, Nurul Ichsan. (2014). *Pengantar Asuransi Syariah*. Jakarta : Gaung Persada.
- Muhammad, (2004). *Manajemen dan Bank Syariah*. Yogyakarta : Ekonosia
- Hendra, dkk. (2001). *Manajemen Pemasaran Analisis, perencanaan, dan implementasi*. Jakarta :PT. Prehanllindo.
- <https://www.scribd.com/doc/3063202210/pengertian-social-media-social-network-peran- serta-fungsinya>.
- Indah Ussania dan Tri Inda Fadhila Rahma. (2022). *Performance Analysis of Agents in Offering Pru Cinta Insurance Products at PT Prudential Binjai Branch*. Journal Emba Review, 2(1).
- Kasnir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta : Kencana. Amrin, Abdullah. 2011. *Meraih Berkah Melalui Asuransi Syariah*. Jakarta : PT. Elex Media.
- Komputindo, Yasmin, Martinis. (2013). *Strategi da Metode Pembelajaran*. Jakarta: GP Press.

- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31.
- Munawir Idris dan Darminto Hartono Paulus. (2020). *Sharia Life Insurance: Legal Basis and Operational System*. *Journal Law Prasada*, 7(1).
- Nasir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Jakarta : Galia Indonesia.
- Nasution, Mustafa Edwin. (2006). *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Group.
- Noer, Linda. (2017). *Strategi Promosi Penjualan*. Jakarta : Medika.
- Nuruddin, Amiur. (2010). *PT.Prudential dalam pemasaran*. Bandung ;Ciptapustaka Media Perintis.
- Olalekan Enitilo, Dkk., (2017). *Influence of Promotional Activities on Consumers Patrnage of Insurance Business in Ado Ekiti Metropolid Nigeria*. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 5(1).
- Pers Group. Husaini, Usman. (2006). *Metodelogi Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ratuinfo. *Pengertian Social Media Menurut Para Ahli*. Diakses pada tanggal 3 Desember 2022.
- Sendra, Ketut. (2002). *Asuransi Jiwa Syariah Prucinta*. Bandung : Prudential.
- Sofyan. (2020). *Promosi Pemasaran yang Sukses*. Jakarta : Media Askkes.
- Suprabawa, Pungky Jati Aji. (2010). *Skripsi Studi Tentang Pelaksanaan Link Assurance di PT. Prudential Life Surakarta* Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Syakir Sula, Muhammad, *Asuransi Syariah di Bidang Pemasaran* diakses pada Senin, 5 Desember 2022. [http://m.republika .co.id/berita/bisnis-syariah/berita](http://m.republika.co.id/berita/bisnis-syariah/berita).
- Viensa. *Asuransi Jiwam Syariah Prucinta* diakses pada tanggal 2 Desember 2022. blogger Empat. Hlm 755.
- Vivian, John. (2008). *Teori Komunikasi Massa, Edisi Kedelapan*. Jakarta : Kencana.
- Widyaningsih. (2005). *Bank dan Asuransi Islam di Indonesia*. Jakartra: Kencana Prenada Media.