

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, L. (2019). *Strategi Penghimpunan Dana Produk Tabungan Pendidikan Aman Syariah (TAPENAS) di PT BPRS Aman Syariah Lampung Timur* [Undergraduate, IAIN Metro].
<https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/1105/>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek. (No Title)*.
<https://cir.nii.ac.jp/crid/1130000795354347648>
- Awaliyah, N. (2019). *Analisis Efektivitas Tabungan iB Hijrah Haji di Bank Muamalat Jember*. [Undergraduate, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember]. <http://digilib.uinkhas.ac.id/13445/>
- Azizah, N., Purnomo, J. H., & Hidayati, N. N. (2020). Efektivitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Di Bri Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro. *Miyah : Jurnal Studi Islam*, 16(1), Article 1.
<https://doi.org/10.33754/miyah.v16i1.206>
- Hafidhuddin, D. (2003). *Manajemen syariah dalam praktik*. Gema Insani.
- Hasniwati, H. (2011). *Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Bank Riau Syariah Cabang Pekanbaru Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Menurut Ekonomi Islam* [Skripsi, Uin Suska Riau].
<https://repository.uin-suska.ac.id/1556/>
- Ibrahim, N. S. (2022). Analisis Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Revlon Di Matahari Manado Town Square. *Jurnal Emba : Jurnal*

- Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), Article 4.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i4.43785>
- Lubis, I. M. (2019). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Mudharabah Pada Bank Muamalat Cabang Balaikota Meda* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara].
<http://repository.uinsu.ac.id/7779/>
- Nasution, M. Z. A. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Dana Talangan Umrah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di PT.Bank Sumut Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara]. <http://repository.uinsu.ac.id/13160/>
- Nita, V. A. (2023). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Menarik Minat Nasabah Di Bank Aman Syariah Sekampung* [Undergraduate, IAIN Metro]. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/7604/>
- Pahlefi, P. I. (2020a). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabruur Dengan Akad Mudharabah Muthlaqah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri KCP Medan Setia Budi* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan]. <http://repository.uinsu.ac.id/10532/>
- Pahlefi, P. I. (2020b). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Mabruur Dengan Akad Mudharabah Muthlaqah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri KCP Medan*

- Setia Budi* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan]. <http://repository.uinsu.ac.id/10532/>
- Pohan, I. S. (2020). *Analisis swot penggunaan media promosi dalam pemasaran produk tabungan Ib Muamalat haji dan umrah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Kcp. Panyabungan* [Undergraduate, IAIN Padangsidimpuan]. <http://etd.uinsyahada.ac.id/6422/>
- Purwanto, R. A. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Menarik Minat Masyarakat Menggunakan Produk Pembiayaan Talangan Umrah di PT BPRS Magetan.* [Diploma, IAIN Ponorogo]. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/9011/>
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Gramedia Pustaka Utama.
- Utari, L. P. (2023). *Strategi pemasaran dana talangan haji dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan* [Undergraduate, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan]. <https://etd.uinsyahada.ac.id/8544/>
- Waroh, R. M. (2020). *Strategi Promosi Produk Tabungan Haji di BRI Syariah Kantor Cabang Blitar* [Diploma, IAIN Ponorogo]. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/11716/>
- Rachel Anggraini Alamsyah, Ratih Hendayani, Riski Taufik Hidayah (2021), " *Modeling Behavioral Intentions: Exploring Factors Using IPMA via Trust and Customer Satisfaction in Gojek Indonesia* ", School of Economy and Business, Telkom University, Bandung, Indonesia, International Journal of

Digital Marketing Science, Vol.1, No.2, pp. 74-87.

journal.adpebi.com/index.php/ijdms

Ayu Mirah Anjasmara Putri, I Gede Sanica (2022),” *Digital Marketing Strategy To Survive During Covid-19 Pandemic*”. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed International Journal*. Vol-6, Issue-1, March 2022 (IJEBAR): 27-33.

<https://jurnal.stieaas.ac.id/index.php/IJEBAR>

Stefanus Christian Susanto, Dr. Harry Soesanto (2021),” *Improvement Of Marketing Performance At Solo Culinary Smes*”, *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed – International Journal* Vol-5,Issue-2,June 2021(IJEBAR).

<https://jurnal.stieaas.ac.id/index.php/IJEBAR>

Lailatus Sa’adah, Moh Iqlil Al-Faqih, Arti Kurniasari (2021),” *Umrah and Hajj Travel Marketing Strategies in Maintaining Existence and Facing Competition (Study at PT. AuFa Duta Wisata Tour and Travel)*”, MULTIDISCIPLINE - International Conference 2021 December 18th 2021, Page. 604 – 611.

Kiki Oktora, Adrian Achyar(2014),” *The Effect of Post-Purchase Perceived-Value towards the Relationship Quality of Hajji and Umrah Travel Agencies in Indonesia*”, *The South East Asian Journal of Management* Volume 8 page 72.