

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N., & Kasim, R. (2017). *Understanding Takaful and Its Role in Islamic Financial System: A Study on Takaful Awareness in Malaysia*. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 5(2), 29-40.
- Agus Yulianto. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Penggunaan Produk atau Layanan Lembaga Keuangan Syariah*. DSPACE UII.
- Akter et al. (2016). *Service Innovation in the Digital Age: Key Trends and Research Priorities*.
- Antonio, M. S., & Taufiq, M. (2019). *Asuransi Syariah: Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani.
- Batubara, M. A. (2019). Analisis Literasi Asuransi Syariah Pada Guru Ummul Quraa. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Medan.
- Dwi Annisa Ramadhani, Supaino , and Marlya Fatira, (2020). “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Asuransi Syariah Pada Masyarakat Di Kota Medan,” *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam* 6, no. 1.
- Effendi, J. (2018). Islamic Insurance: A Potential Niche Market Of Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, X (1), 208.
- Fauziah Rizki Yuniarti. (2019). *Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah Nasional*. INDEF.
- George & Bock (2011). *The Business Model in Practice and its Implications for Entrepreneurship Research*.
- Gee, J. P. (2015). *Social Linguistics and Literacies: Ideology in Discourses* (5th ed.). New York: Routledge.
- Hassan, M. K., & Aliyu, S. (2018). A contemporary survey of islamic insurance literature. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 11(4), 630-653.
- Hidayat, T., & Anwar, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Syariah*. Jakarta: Kencana.

- Junia Farma dan Khairil Umuri (2020). "*Implementasi Etika Bisnis Islam dalam Strategi Promosi Produk Asuransi Takaful*" Vol. 15 No. 1.
- Katadata.co.id. (2021). "Kurang 10% Populasi Muslim Indonesia Paham Keuangan Syariah". Diakses pada 12 November 2024, dari katadata.co.id.
- Khairi, Junia. (2020). *Implementasi etika bisnis islam dalam strategi promosi produk asuransi takaful*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022*. Jakarta: OJK. Diakses dari ojk.go.id.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, (2007). *Manajemen Pemasaran*, edisi ke 12 jilid 1 & 2, Jakarta: PT. indeks. hlm.204.
- Raja Sakti Putra Harahap and Sukamala Devi, (2021). "Pengaruh Strategi Promosi Asuransi Syariah Terhadap Nasabah Asuransi Jiwa AXA pada Bank Syariah Mandiri, *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. VI No. 1
- Rama Muhamad Pramudya and Mira Rahmi, (2022). "Pengaruh Literasi Asuransi, Religiusitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Asuransi Syariah," *Journal of Islamic Economics and Finance Studies* 3, no. 1.
- Ramadhani , dkk, Juni (2020), *faktor-faktor yang mempengaruhi literasi asuransi pada masyarakat di kota Medan*. vol 6 No.2.
- Sadewo, F. (2018). *Literasi Keuangan dan Keputusan Berasuransi pada Masyarakat di Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Sakinah and Yusrizal, (2023). "*Strategi Promosi Produk asuransi jiwa di PT Prudential Syariah Cabang Binjai*" *Journal Ekombis Review*, Vol. 11 No. 1
- Sari, R., & Fadillah, M. (2020). Literasi Keuangan Syariah dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Sri dan Kasmirudin Mulyani, (2020). "*Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah Asuransi Pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabnag Pekanbaru*".

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suparmin, A. (2019). *Asuransi Syariah, Hukum dan Operasionalnya*. Uwais.

Taherdoost, H. (2016). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in Management*, 5(2), 18-27.

Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.