

DAFTAR PUSTAKA

- Aan, K., & Djam'an, S. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Afifah, S., Sobari, A., & Hakiem, H. (2013). Analisis Produk Deposito Mudharabah dan Penerapannya pada PT BPRS Amanah Ummah. *Al-Muzara'ah*, 1(2), 139–160. <https://doi.org/10.29244/jam.1.2.139-160>
- Akhmad, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Jateng Syariah. *Artikel Ilmiah Dan Jurnal Fokus Bisnis Vol. 18, No. 01*.
- Alfi, Y. (2021). *Pengertian Marketing Mix, Konsep, Tujuan, Fungsi, dan Manfaat yang Didapat*. Bola.Com. <https://www.bola.com/ragam/read/4515422/pengertian-marketing-mix-konsep-tujuan-fungsi-dan-manfaat-yang-didapat>
- Asmawati, T, T., & I, I. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 169. <https://doi.org/10.30595/jhes.v5i2.13792>
- Asterina, A. (2019). *Implementasi Marketing Mix Syariah Pada Produk Tabungan iB Hasanah Dalam Meningkatkan Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Aceh*. Universitas Islam Negeri Ar Raniry Banda Aceh.
- Buchari, A. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Erlangga.

- Bungin, & Burhan. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kendana Pemuda Media Group.
- Ckamilatun, Nikmah ; Firdausi, Amalia Khoir ;Hesty Ova, N. (2022). Konsep wadiah menurut fikih dan (KHES). *Al-tsaman : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 04(01), 1–13. <https://ejournal.inaifas.ac.id/index.php/Al-tsaman/article/view/872>
- Elma, F. (2016). *Akad Wadiah dan Akad Mudharabah pada Produk Tabungan Bank Syariah (Analisis Perbandingan)*.
- Eltika, T. Y., & Tanjung, M. S. B. (2019). Peranan Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Pada Bank Nagari Cabang Sawahlunto. *OSF Preprints 86q9k, Center for Open Science.*, 1–19.
- Evi, D. S. (2022). *Analisis Penerapan Marketing Mix Terhadap Produk Deposito Mudharabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*.
- Fandy, T. (2000). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.
- Fandy, T. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi, 2008.
- Febriyanto, N. W. (2017). Pengaruh Implementasi Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Tabungan Perbankan (Studi pada Nasabah Perbankan Syariah yang Berdomisili di Kota Salatiga). *Skripsi*.
- Filza, M. M. (2017). *Kendala Pemasaran Produk Tabungan BSM Dollar pada Bank Syariah Mandiri KCP Batusangkar*. Institut Agama Islam Negeri Batusangkar.

- Fitrah, K. A. (2022). *Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus pada Nasabah Bak Syariah Indonesia Kota Jakarta Selatan)*.
- Ghofur, A. A. (2009). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Gusvita, A., & Salwa, S. (2023). Analisis Penerapan Strategi Bauran Manajemen Pemasaran Terhadap Produk Tabungan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 27–38. <https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.939>
- Harmoko, I. (2017). Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional. *Wadiah*, 1(1), 22–41. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v1i1.1278>
- Husein, U. (2000). *Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indonesia, D. A. (2009). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung : Marwah.
- Jainuddin, Z. (2009). *Pengantar Teori Ekonomi Makro*. Jakarta : Gaung persada Press.
- Kasmir. (2008). *Bnak Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT Grafindo Persada.
- Kemendagri. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. 49, 69–73.

- Kotler Philip. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta : Rajawali.
- Kotler Philip, Keller. (2016). *Marketing Management*. Boston : Pearson Education.
- Kotler Philip, A. G. (2010). *Principles Of Marketing* (13th ed.). Pearson.
- Kotler Philip, A. G. (2017). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). er.
- Kotler Philip, K. K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Margono. (2007). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Mirnawati. (2019). *Pemahaman Akad Murabahah Pada Bank Syariah Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi (S . E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo Oleh YUDIR PENGESAHAN SKR.*
- Moeloeng. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Moeloeng. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. (2002). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN, 2002.
- Muhammad, F. (2007). *Konsep Dan Implementasi Bank Syariah*. Jakarta : Renaisan.
- Mukaromah, H., Sekar Rani, W., & Tinggi Agama Islam An-Nawawi Purworejo, S. (2021). *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman Analisis Marketing Mix*

- Terhadap Produk Tabungan Pada Bank Bri Syariah Kcp Kebumen. 11, 225–236.*
https://jurnal.ucy.ac.id/index.php/agama_islam
- Perdana, A., Hamid, A., & Arqam, A. (2019). Implementasi Marketing Mix dalam Tabungan Barata Ib Bank BTN Syariah KCPS Parepare. *banco: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah, 1(1), 93–115.*
<https://doi.org/10.35905/banco.v1i1.703>
- Putri, S. D. (2015). *Strategi Promosi Produk Bank.* Kompasiana.Com.
<https://www.kompasiana.com/dewiputrisihite/5535b1b96ea8343c22da4377/tugas-bank>
- Rianti Nur, A. Al. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah.* Jakarta : Alfabeta.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah, 17(33), 81.* <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rokhilawati, Y. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Simpanan Mudharabah Di Bmt Nusantara Cabang Glenmor. *RIBHUNA : Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah, 1(2), 1–11.*
<http://ejournal.iaiiabrahimiy.ac.id/index.php/ribhuna/article/view/1512/885>
- Sinaga, A., Harahap, M. A., Perkasa Alam, A., Agustina, M., & Wirdany, W. (2020). Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 3(2), 210–232.*

<https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.570>

- Siregar, E. N. S. (2018). Analisis Marketing Mix Terhadap Penambahan Jumlah Nasabah Pada PT Bank Syariah Mandiri kcp. Pulo Brayan. *Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 19, 119. <https://www.startup.gr/articles/562-chrisima-arthra-gia-neoys-epicheirimaties-migma-marketingk-marketing-mix-katanalotikon-agathon/>
- Sofjan, A. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (1st ed.). Bandung : Alfabeta.
- Sula Syakir Muhammad, Hermawan, K. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung : Mizan Media Utama.
- Suwarman, U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Tyastutik, Y. (2021). *Strategi Marketing Mix dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah Mikro di Bank Syariah Indonesia KCP Magetan*.

[http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/17070%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/17070/1/full watermark 02.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/17070%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/17070/1/full_watermark_02.pdf)

Wahyuningrum, R. (2018). Analisis Strategi E-Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Online. *ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis*, 21(3), 275–290. <https://ibn.e-journal.id/index.php/ESENSI/article/view/143>

Wardatul, H. (2014). *Implementasi Marketing Mix Pada Produk Tabungan Utama Di Bank Mega Syariah KCP Jember* (Vol. 5, Issue 0355).

Wiratna, S. V. (2018). *Metodologi penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.