

DAFTAR PUSTAKA

- Adila, n. (2023). pemasarannya pada layanan bsi mobile (studi kasus pada nasabah bank syariah indonesia (bsi) kcp lampriet).
- Afrilia, a. m. (2018). digital marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran “waroenk ora umum” dalam meningkatkan jumlah konsumen. *jurnal riset komunikasi*, 1(1), 147–157. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.21>
- Akbar, n. (2019). tinjauan terhadap strategi pemasaran pada tabungan haji dalam akad mudharabah (studi kasus bank syariah mandiri kcp sudirman, bogor). *amwaluna: jurnal ekonomi dan keuangan syariah*, 3(1), 76–95. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4260>
- BSI. (2021). semakin mudah punya emas. bank syariah indonesia. https://bsimobile.co.id/promo_/faq-cicil-emas-bsi-jan-23/
- Dewi, n. k. t., mandira, i. m. c., kusuma, p. s. a. j., & wijaya, g. c. (2023). pembuatan design logo dalam penunjangan umkm “entil” makanan khas desa penatahan. *abdimas galuh*, 5(1), 617. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i1.9973>
- Haq, f., & arifin, m. (2022). analisis mitigasi risiko akad murabahah pada pembiayaan cicil emas di bank syariah indonesia kcp. pamekasan trunojoyo. *iii(november)*, 1–14.
- Hernita, r. (2022). strategi pemasaran produk cicil emas bank syariah indonesia. institut agama islam negeri (iain) curup.
- Imelda, t. (2021). analisis strategi pemasaran bank syari ’ ah berbasis digital fintech terhadap pelayanan nasabah. *finansia: jurnal akuntansi dan perbankan syariah*, 4(2), 132–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.32332/finansia.v4.i2.3061>
- Irfani, h., yeni, f., & wahyuni, r. (2020). pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada ukm dalam menghadapi era industri 4.0. *jces (journal of character education society)*, 3(3), 651–659.
- Jalal, a., & rokan, m. k. (2022). implementasi strategi pemasaran bank syariah indonesia kcp medan pulo brayan dalam peningkatan pembiayaan usaha mikro. *jurnal penelitian administrasi publik*, 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Larassati, n., & fauzi, a. (2022). strategi meningkatkan kualitas layanan melalui digitalisasi perbankan di bsi trade center kota kediri. *jurnal at-tamwil*, 4(2), 202–217.
- Maulida, s. (2022). bsi cicil emas di tengah bayang-bayang hantu resesi. *detiknews*.

<https://news.detik.com/kolom/d-6489376/bsi-cicil-emas-di-tengah-bayang-bayang-hantu-resesi>

- Purwana, d., rahmi, & aditya, s. (2017). pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) di kelurahan malaka sari, duren sawit. *jurnal pemberdayaan masyarakat madani (jpmm)*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.21009/jpmm.001.1.01>
- Putri, y. k. (2020). analisis peran bank syariah dalam mengembangkan wisata halal di kota banda aceh (studi pada bank syariah mandiri kcp ulee kareng). 1–23.
- Rahman, a., trihantana, r., & kusumaningrum, r. (2022). analisis risiko pembiayaan produk cicil emas pada bank syariah mandiri kantor cabang pembantu bogor jalan baru. i(mei). <https://jurnal.febi-inais.ac.id/index.php/sahidbankingj>
- Ramadhan, d., soemarso, e. d., & kusuma, s. y. (2022). strategi pemasaran digital produk cicil emas pada bank bsi kcp semarang banyumanik. 2(2), 55–61.
- Ritonga, i., & purwati, e. (2020). strategi pemasaran bank syariah mandiri dalam meningkatkan penjualan produk pensiun. *jurnal ekonomi syariah darussalam*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v1i1.628>
- Syafi'i, m., & huda, h. (2022). socialization of the establishment and products of indonesian sharia bank in providing insights about sharia bank to madrasah aliyah students at-taqwa ledokombo jember sosialisasi pendirian dan produk-produk bank syariah indonesia dalam memberikan wawasan. *pengabdian masyarakat*, 2(2), 69–79.
- Tabrani, a., baihaqi, w., tabrani, a., & suryapermana, n. (2022). analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah melakukan cicilan emas di bank syariah indonesia kcp pandeglang. 14(1), 67–88.
- Yaqin, a. a. (2019). strategi pemasaran produk pembiayaan cicilan emas di bank x syariah kcp dramaga. *amwaluna : jurnal ekonomi dan keuangan syariah*, 3(2), 229–237.