

DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, N., & Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, dan Isu-isu Kontemporer*. Depok: Rajawali Pers.
- Adi, F. R. (2016). *Pedoman Wawancara Psikodiagnostik*. Yogyakarta: LeutikaPrio.
- Andriyanto, & Anang, M. (2019). *Manajemen Bank Syariah*. Jawa Tengah: CV. Penerbit Qiara Media.
- Anendro, I. (2016). Skripsi: Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Terhadap Penggunaan E-Money. *UIN Sunan Kalijaga*.
- Basri, D. M., & Dewi, F. R. (2001). *Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- Bayanuloh, I. (2013). *Marketing Syariah*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*, 58.
- Entaresmen, R. A., & Pertiwi, D. P. (2016). Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan IB Hasanah di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X. *Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 62.
- Fitrah, & Lutfiyah. (2017). *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Hadi, A. (2018). *Hukum Perbankan Syariah: Akad-akad dan Dasar Hukumnya*. Malang: Setara Press.

- Hudha, A. N. (2018). PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI (Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Kuliner Pada Followers Akun @kulinerdisol di Kota Surakarta Periode Maret – Juni 2018. *Jurnalkommas.com*, 5-6.
- Ibrahim. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Janwari, Y. (2015). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Marketing Syariah*. Bandung: Mizan.
- Leli, M. (2019). Strategi Pemasaran dalam Perspektif Islam. *Jurnal At-Tasyri'iy*, 34-36.
- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif teori dasar dan analisis data dalam perspektif kualitatif*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Miftachudin , M. (2016). Skripsi: Analisis Strategi Promosi BMT Sumber Mulia Tuntang Kab. Semarang. *IAIN Salatiga*.
- Miftah, A. (2016). Mengenal Marketing dan Marketers Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 17.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *Jurnal Raden Fatah*, 77.
- Nurfadillah. (2019). Skripsi: Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Qurban di PT. BPRS Berkah Dana Fadlillah Menurut Tinjauan Ekonomi Islam. *UIN Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Rahmat, N. (2014). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada PT. Bank NTB Cabang Sumbawa*. Jakarta: Universitas Terbuka.

- Rianse, U. (2012). *Metodelogi Penelitian Sosial dan Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*. Bandung: ALFABETA.
- Sarkonah. (2012). *Mengenal dan Memahami Etika serta Pelayanan Nasabah*. Jakarta: Multi Kreasi Satudelapan.
- Siyoto , S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, W. (2018). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Trihastuti, A. E. (2020). *Manajemen Pemasaran Plus*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Wijaya, U. H. (2020). Analisis Data Kualitatif teori konsep dalam penelitian pendidikan. *Sekolah Tinggi Theology Jaffray*, 105.
- Wijayanti, I. M. (2019). Peran Nasabah Dalam Penge,bangan Perbankan Syariah. *Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 61.
- Wulandari, F. E. (2017). Skripsi: Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bumi Artha Sampang, Cilacap. *IAIN Purwokerto*.
- Zaki, K. (2020). *Manajemen Syariah*. Purwokerto: CV, Amerta Media.