

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2023). Diwawancarai oleh Azra Aulia Ilham untuk Penelitian, 6 Juni, Jakarta.
- Andrianto dan M Anang Firmansyah. (2019). *Manajemen Bank Syariah* (Qiara Media, Ed.; 1st ed.). Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Arif, M. N. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis* (A. Abbas, Ed.). Bandung: CV Pustaka Setia.
- Atabik, A. (2016). Analisis historis perkembangan bank syariah. *Iqtishadia Journal*, 6(2), 357–378.
- Azhar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bahwiyanti, J., & Sugiannor, S. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Cv. Paris Banjarbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 4(1).
- Bank Syariah Indonesia (2023, Juni 7). *Sejarah Perseroan*. BSI.
- Bank Syariah Indonesia (2023a, Juni 18). *Visi & Misi*. BSI.
- Bank Syariah Indonesia (2023b, Juni 18). *Visi & Misi*. BSI.
- Dwi, Ella. (2023). Diwawancarai oleh Azra Aulia Ilham untuk Penelitian, 6 Juni, Jakarta.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2015). Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Di Surabaya. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 12(02), 20.
- Habibulloh, H. (2022). Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Rogojampi. *Ribhuna: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 25–38.
- Kotler Philip. (2017). *Manajemen Pemasaran* (Maulana Adi dan Hardani, Ed.; 13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lexy, J. M. (2002). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya.
- Lupi, F. R., & Nurdin, N. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E-Commerce Pada Tokopedia. Com. *Jurnal Elektronik Sistem Informasi Dan Komputer*, 2(1), 21.
- Majid, Abdul. (2017). *Strategi Pembelajaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mardani. (2017). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia* (1st ed.). Jakarta: Kencana.

- Marzelin, A. (2022). *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Meulaboh Imam Bonjol*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Maya. (2023). Diwawancarai oleh Azra Aulia Ilham untuk Penelitian, 6 Juni, Jakarta.
- Mulyawati, A. (2020). *Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Haji dan Umrah Pada BANK Muamalat Indonesia Kota Metro Tahun 2018*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
- Nurhisam, L. (2017). Etika marketing syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(2), 171–193.
- Nuzul, I. (2017) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan Bank Syariah Kota Batam, *Jurnal Ekonomi dan Bsisnis Islam*, Vol.2 No 2, h.4.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023a, March 8). *Perbankan Syariah dan Kelembagaannya*. OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023b, March 12). *Perbankan Syariah dan Kelembagaannya*. OJK.
- Rahadian, D., & Pratomo, A. (2013). Pengaruh bauran promosi terhadap peningkatan penjualan kamar di Hotel Benua Bandung. *Binus Business Review*, 4(2), 776–790.
- Rahmawati. (2022). *Strategi Marketing Mix Produk Tabungan dalam meningkatkan Minat Masyarakat di BSI KCP Belopa*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
- Riandika, T. Y. (2019). *Dampak Target Lending Terhadap Kinerja Marketing*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif: *jurnal alhadrahah*. *UIN Antasari Banjarmasin*, 17(33), 91.
- Rusdi, A. (2019a). *Manajemen Pembiayaan Musyarakah Mutanaqishah Pada Bank Nagari Cabang Syariah Solok*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar. 248.
- Rusdi, A. (2019b). *Manajemen Pembiayaan Musyarakah Mutanaqishah Pada Bank Nagari Cabang Syariah Solok*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Batusangkar. 246–247.
- Santika, M. (2019). *Strategi Marketing Funding dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Jumlah Nasabah*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Stanton, W. J. (2016). *Prinsip Pemasaran* (7th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunjoto, A. R. (2011). Strategi Pemasaran Swalayan Pamella dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Swalayan Pamella Yogyakarta Tahun 2010). *Strategi Pemasaran Swalayan Pamella Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Swalayan Pamella Yogyakarta Tahun 2010)*, 1(02), 45–64.
- Tasruddin, R. (2015a). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1), 110.
- Tasruddin, R. (2015b). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah*, 2(1), 109.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Bank Syariah. Jakarta (n.d.).
- Widjaya, P. G. (2017). Analisis Segmenting, Targeting, Positioning dan Marketing Mix pada PT. Murni Jaya. *Agora*, 5(1).
- Yumanita, D. (2005). *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.