

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku:

- Al Arif, M. R. (2012). *Dasar Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, B. (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, Z. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: Elex Media Kompuindo
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. . Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Brahim, M. N. (2021). *produk kreatif dan kewirausahaan (Venan Anantya (ed.))*. Yogyakarta : Andi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hermawan, A. (2017). *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Huriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank* . Jakarta: Prenada Media.
- Kotler, & Amstrong. (2018). *Principles of Marketing 17th Edition*,. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Malau, H. (2017). *Manajemen pemasaran : Teori dan aplikasi pemasaran era tradisional sampai era modernisasi global*. Bandung: Alfabeta.

- Poniman, B., & Choerudin, A. (2017). *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta : Deepublish.
- Rangkuti, F. (2011). *Business Plan*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin, D. (2018). *Intisari pemasaran & unsur-unsur pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deeppublish.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. C. (2018). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. USA: Cengage.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sunyoto, D. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi, Kasus / Danang Sunyoto*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service.
- Thamrin, A., & Francis, T. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindi Persada.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta.
- Tjiptono., F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4,*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Winardi. (2018). *Pengantar Manajemen Penjualan (Sales Management)*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

Jurnal:

- Fauzan, M., Harun, U., & Bachmid, S. (2019). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan ib Hasanah Pada PT. BNI Syariah Cabang Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 1 No. 1*, 38-55.
- Julitawaty, W. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP EFEKTIFITAS PENJUALAN BAN SEPEDA MOTOR PT. MEGA ANUGRAH MANDIRI. *Jurnal Bisnis Kolega*, 43-56.
- Kusumaniar, P., Maksum, C., & Jasin, M. (2019). PENGARUH BAURAN PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN MENABUNG PADA TAHAPAN

- BCA DIKANTOR CABANG BANK CENTRAL ASIA EQUITY TOWER
JAKARTA. *Jurnal Ilmiah Ekbank, Volume 2 Nomor 1* , 28-38.
- Latif, N. A. (2020). PENGARUH BAURAN PROMOSI (PROMOTION MIX)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN LEMBAGA PENDIDIKAN
BAHASA INGGRIS INTERNATIONAL LANGUAGE FOUNDATION
(ILF) DI LAMONGAN. *Jurnal Manejerial Bisnis Vol. 3 No. 2*, 90 - 105.
- Lionel, T., & Susanti, E. (2021). PENGARUH BAURAN PROMOSI. *Jurnal
Manajemen*.
- Madjukie, R. (2018). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASANKONSUMEN ZALORA INDONESIA DI
JAKARTA VOLUME 7 NO 2. *Manajemen Pemasaran*.
- Maryati, & M Khoiri. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis,
Vol. 11 No. 1 Juli 2022*, 542-550.
- Minati. (2017). *Pengaruh Iklan, Promosi Penjualan Dan Personal Selling
Terhadap Peningkatan Penjualan*. Makassar.
- Muhlisoh, L., Nawawi, K., & Arif, S. (Januari Tahun 2020). Pengaruh Bauran
Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk
Pembiayaan. *Journal of Islamic Economics and Banking No 1 Vol 2* , 130-
143.
- Putra, T. H., & Dahmiri. (2018). PENGARUH IKLAN DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PRODUK SMARTPHONE XIAOMI. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* ,
127 - 137.
- Siregar, B. G. (2018). PENGARUH PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN MARHAMAH
PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH. *Jurnal Penelitian Ilmu-
ilmu Sosial dan Keislaman Vol. 04 No. 1*, 1-20.
- Suwaldiyana. (Agustus 2023). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH . *Jurnal QIEMA (Qomarudin Islamic Economy
Magazine) Vol. 9 No. 2* , 162-181.
- Tua, G. V., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MESIN . *Jurnal
Ilmiah Multidisiplin Vol 1 No. 4* , 140 - 154.
- Zaputra, A. Y., & Yuliana. (2019). ENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMAR DI HOTEL DAIMA PADANG.
JURNAL PENDIDIKAN DAN KELUARGA Vol. 11 No.02, 38 - 47.

Sumber Lain:

LPS. (2023). *Lembaga Penjamin Simpanan*. Retrieved Februari 21, 2024, from LPS Pertahankan TBP Demi Mendukung Pertumbuhan Ekonomi yang Berkelanjutan

PT Bank Negara Indonesia (Persero), T. (2024, Januari 6). *BNI*. Retrieved from BNI.co.id: <https://www.bni.co.id/id-id/perseroan/tentang-bni/visi-misi>

Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan. (n.d.).