

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

- Antonio, M. S. (2017). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik (Edisi ke-27)*. Jakarta: Gema Insani.
- Halim, F., Kumiullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudarso, A., Purba, B., Sisca, D. L., . . . Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hidayat, R. T. (2023). . Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Universitas Riau*.
- Ilyas, R. (2015). Kontrak Pembiayaan Murabahah Dan Musawamah, Vol 3 (No.2). *Jurnal BISNIS*, 3.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Indrawati. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif ( Edisi 1)*. Bandung: PT. Revika Aditama.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFPE.
- Kasmir. (2014). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja GrafindoPersada.
- Nainggolan, B. (2023). *Perbankan Syariah di Indonesia*. Ternate: PT. RajaGrafindo Persada - Rajawali.
- Nurliati. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada. *Jurnal Universitas Muhammadiyah*.
- Sadiyah, D. (2015). *Metode Penelitian Dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif (edisi-1)*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran (Edisi ke-1)*. Semarang: Radna Andi Wibowo.
- Zain, I., & Akbar, Y. R. (2020). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Yogyakarta: Deepublish.

**Jurnal:**

- Abdillah, W., & Herawati, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*, 2.
- Anggraini, R. P. (2023) Strategi Pemasaran Dalam Pencapaian Target Pembiayaan Cicil Emas Studi kasus: PT. BPRS Aman Syariah Kantor Kas Metro. In *Skripsi*(Vol.1)<https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/8846/1/Regina%20Putri%20Anggraini.pdf>
- Azizah, A., Fitriyani, Y., & Purwanto. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas di Bank Syariah. *JURNAL AKUTANSI MANAJEMEN EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN*, 64-70.
- Caroline, E., Santoso, I., & Deoranto, P. (2021). PENGARUH MARKETING MIX (7P) DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HEALTHY FOOD BAR DI MALANG. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10-19.
- Hernita, R. (2022) Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Studi kasus: PT. Bank Syariah Indonesia. In *Skripsi* (Vol.2) <http://e-theses.iaincurup.ac.id/2811/1/Resmi%20Hernita.pdf>
- Kartika, I., & Fariza, M. (2022). ANALISA 7P MARKETING MIX UNTUK PENGEMBANGAN STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN PADAPERUMAHAN GRAND SUTAWANGI MAJALENGKA. *JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS*, 13-20. Hämtat från <http://ejournal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>
- Maisah, Mahdayeni, Maryam, & Alhaddad, M. R. (2020). PENERAPAN 7P SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN TINGGI. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Sistem Informasi*.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 79-86.
- Mulyantari, N. P. (2020) Tinjauan Bauran Pemasaran Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Mandiri KCP Setiabudhi Bandung Studi kasus: Bank Syariah Mandiri Kcp Setiabudhi Bandung. In *Tugas Akhir* (Vol.4) <http://repository.ekuitas.ac.id/handle/123456789/1572>

- Noviana, D. (2023) Strategi Bauran Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pare Supratman Studi kasus: PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Kcp Pare Supratman. In *Skripsi* (Vol.1) <http://etheses.iainponorogo.ac.id/22828/>
- Nurhayaty, M. (2022). STRATEGI MIX MARKETING (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, EOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE) 7P DI PD RASA GALENDO KABUPATEN CIAMIS. *Jurnal Media Teknologi*, 119-127.
- Putra, A., & Saraswati, D. (2020). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing. Hämtat från [https://www.researchgate.net/profile/Ardhansyah-Harahap/publication/342765463\\_Bank\\_dan\\_Lembaga\\_Keuangan\\_Lainnya/links/5f0d6cfa92851cc4bf72fd4a/Bank-dan-Lembaga-Keuangan-Lainnya.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ardhansyah-Harahap/publication/342765463_Bank_dan_Lembaga_Keuangan_Lainnya/links/5f0d6cfa92851cc4bf72fd4a/Bank-dan-Lembaga-Keuangan-Lainnya.pdf)
- Simbolon, S. I., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2022). Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Usaha Kuliner Tripang Garo Uje Desa Kawiley Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Productivity*, 3.
- Wasil, M. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF (edisi-1)*. Padang: PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI. Hämtat från [https://www.researchgate.net/profile/Anita-Maharani/publication/359652702\\_Metodologi\\_Penelitian\\_Kualitatif/links/6246f08b21077329f2e8330b/Metodologi-Penelitian-Kualitatif.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Anita-Maharani/publication/359652702_Metodologi_Penelitian_Kualitatif/links/6246f08b21077329f2e8330b/Metodologi-Penelitian-Kualitatif.pdf)
- Zulfa, I., & Hariyani, T. (2022). Implementation of the 7PMarketing Mix inIncreasing Sales Volume of Powerful SMESinKediri Regency During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal MultidisiplinMadani (MUDIMA)*, 2, 299-314

#### **Sumber Lain:**

- Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Pasal 1 Angka 7 Tahun 2008 Tentang *Perbankan Syariah*
- Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 Tentang *Perbankan*