

DAFTAR PUSTAKA

Asep Saepulloh & Itah Miftahul Huda, (2018), Studi Islam, Prinsip Dasar dan Ekonomi Islam Versus Kapatialisme, Bantul: CV Al Muflihun Publishing.

Bobby, Yudhiarina, (2009), Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Merk dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen. Jurnal Ichsan Gorontalo. Volume 4 No.2 Ed Mei-Juli. Diakses 15 mei 2021.
<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/7006>

Kartajaya, Hermawan. 2010. Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

Kasmir, (2012), Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya, Jakarta: Rajawali Pers.

Kotler,P, and Keller K.L, (2012), *Marketing Management*, (14th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Kotler.P dan Lne Keller.K, (2009), Manajemen Pemasaran (Ed 13 Jilid 1) Jakarta: Erlangga.

Lexy J. Meoleong, (2012), Metodologi Penelitian Kualitatif , Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

M. Nur Rianto Al Arif, (2012), Lembaga Keuangan Syariah, Bandung: CV Pusataka Setia.

M.mursid, (2012), Manajemen Pemasaran, Jakarta: Bumi Aksara.

Nana Sahroni & Euis Rosidah, (2018), Pengantar Bisnis, Bandung: Mujahid Press.

Noneng Masitoh & Euis Rosidah ,(2018), Komunikasi Bisnis, Bandung: Mujahid Press.

Nur Rianto Al Arif, (2012), Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, Bandung: Alfabeta.

Rangkuti, Freddy. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integral Marketing Communication, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Tjiptono, Fandy, (2014), Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: Andi.

Wallker, O.C., Jr.,et al . (2012) , *Marketing Strategy*, A Decision: Focused Approach.

Wheelen, Thomas L,& Hunger , (2012), Management and Business Polity,(13th Ed), New York: Pearson.

Wibisono, D. (2006), Manajemen Kinerja: Konsep, Desain dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan, Bandung: Erlangga.

Wahyuniarso (2013), Strategi Pengembangan Industri Kecil , Semarang: Nasmedia Pustaka.

<https://bjbsyariah.co.id>