

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2016). *ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN BANK SYARIAH DENGAN BANK KONVENSIONAL YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2014 - 2018*. 5, 1–23.
- Ajif, P. (2013). Pola Jaringan Sosial pada Industri Kecil Rambut Palsu di Desa Karangbanjar, Kecamatan Bojongsari, Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Penelitian*, 31–40. [https://eprints.uny.ac.id/18100/5/BAB III 09.10.033 Aji p.pdf](https://eprints.uny.ac.id/18100/5/BAB_III_09.10.033_Aji_p.pdf)
- Artika, I. B. E., & Marini, I. A. K. (2023). Peranan Bank Perkreditan Rakyat (Bpr) Dalam Meningkatkan Kegiatan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Di Nusa Tenggara Barat. *Ganec Swara*, 17(4), 1906. <https://doi.org/10.35327/gara.v17i4.649>
- Astutik, L. R. D., & Achsa, A. (2021). Analisis Penerapan Promotion Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Pd Bpr Bank Bapas 69 Kantor Cabang Magelang Utara. *Jurnal Maneksi*, 9(2), 371–377. <https://doi.org/10.31959/jm.v9i2.489>
- Ayu Sulistyorini, & Mahasiswa. (2015). *PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLAH NASABAH PADA KSP SENDANG ARTHA MANDIRI KEC. WUNGU KAB. MADIUN*. 274–282.
- Biaya, P., Distribusi, B., Manajemen, J., & Jambi, S. M. B. (2021). Citra ekonomi. *Ratna*, 05(1), 1–12.
- Hafifuddin Hafifuddin, R. T. H. S. (2023). Pengaruh Biaya Promosi Dan Margin

- Terhadap Jumlah Nasabah Bank Umum Syariah Periode 2015 - 2018. *IJEB (Indonesian Journal of Economic and Business)*, 1(1), 11–24.
- Ines Saraswati Machfiroh, & Cahaya Ayu Ramadhan. (2022). Peramalan Penjualan Produk Cup 220 Ml Menggunakan Metode Least Square Pada PT. Panen Embun Kemakmuran Tahun 2022. *Jurnal MSA (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)*, 10(2), 17–24. <https://doi.org/10.24252/msa.v10i2.27870>
- Intan Ardella. (2021). Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Kpr Pada Pengalihan Utang (Take Over) Di Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun. *Skripsi*, 24. [https://ia801900.us.archive.org/19/items/kitab-terjemah-ind/Tafsir Qurthubi 06.pdf](https://ia801900.us.archive.org/19/items/kitab-terjemah-ind/Tafsir%20Qurthubi%2006.pdf)
- Ivanka Mira Nur Aini, & M. Ruslianor Maika. (2022). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Lantabur Tebuireng Sidoarjo. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(2), 128–142. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(2\).10348](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(2).10348)
- Jumadi, E. (2011). *Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Pendapatan Pembiayaan Pada PT. Bank BRI Syariah*. <https://repository.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/11455>
- Malihah, S., Sundhusiah, A., Ramadani, A., & Astuti, R. P. (2024). *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Analisis Bank Perkreditan Rakyat (BPR)*. 2, 313–319.
- Maulana, A., Arisman, A., & Pauzy, D. (2023). Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Produksi Terhadap Volume Penjualan Al-Galla Industries Periode Januari

2019- Desember 2021. *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, 1(3).

Nirwana, D. A. K., & Purbasari, V. A. (2024). Efektivitas Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah BSI KCP Yos Sudarso Nganjuk. *Journal of Aswaja and Islamic Economic*, 3(1). <https://doi.org/10.31942/jse.v3i1.11264>

Nurhayati. (2018). *PROGRAM UNDIAN (Studi Pada KSP Tri Dharma Artha Rukti Harjo Kecamatan Oleh : NURHAYATI Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah (HESy) Fakultas : Syariah KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO 1439 H / 2018 M.*

Putro, G. S. (2018). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Genteng Pada PT. Cahaya Bangun Jaya Perkasa Makassar. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 62–72. <http://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/jbk/article/view/168>

Rizky, M. A., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Falah Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (Jimpa)*, 3(2), 249–260. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.230>

Sa'adah, U. N., & Handayani, S. N. (2022). Analisis Peran Promosi Terhadap Perkembangan Jumlah Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kc Bojonegoro Tahun 2022. *Al Iqtishadiyah: Journal of ...*, 02(Desember), 22–33. <https://ejournal.iaiamc.ac.id/index.php/aliqtishadiyah/article/view/212>

Setiawan, H. (2020). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan PT. Djarum TBK. *Atrabis Jurnal Administrasi Bisnis (E-Journal)*, 6(1), 144–153.

<https://doi.org/10.38204/atrabis.v6i1.445>

Siti Amanah. (2016). Peran Strategi Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera; Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 1(2), 55–66.

Tanjung, R., & Velda Wijayanti, A. (2021). Pengaruh Biaya Produksi Dan Biaya Promosi Terhadap Penjualan Pada Pt. Arwana Citramulia Tbk. Tahun 2012-2019. In *Jurnal Akuntansi* (Vol. 14, Issue 1).

Buku- Buku:

Uluwiyah, A. N. (2022). STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. In *Multi Pustaka Utama*.

Sugiyono, (2017). Metode penelitian kualitatif. Alfabeta

Sumber Lain:

<https://bprarthasukapura.com> di akses pada 27 Februari 2025