

DAFTAR PUSTAKA

- Arafik, H., Choiriyah, & Fadilla. (2021). *Islamic Marketing* (H. Arafik, Choiriyah, & Fadilla (eds.); Pertama). CV Budi Utama.
- bank jateng syariah. (2017). *bank jateng syariah*. <https://syariah.bankjateng.co.id/>
- Batubara, S., & Nasution, A. (2021). Strategi Pemasaran dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidimpuan. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 1–15. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Burhanuddin, M., & Rofiqo, A. (2020). Analisis Penerapan Marketing Syariah Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran Produk (Studi Pada: Swalayan Ismart, Ponorogo). *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, 3(3), 885–888. <https://core.ac.uk/download/pdf/329047455.pdf>
- Dapiah, D., Nurhayati, N., & Khumaeroh, S. (2020). Strategi Marketing Syari'ah Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Jasmine Home Spa Khusus Wanita Cabang Cirebon. *Jurnal Ecopreneur: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 10.
- Fahmi, A. S. R., Firdaus, M. I., Retnowati, M. S., & Sadi'ah, Z. (2020). Implementasi Fatwa Dsn-Mui No: 77/Dsn-Mui/V/2010 Terhadap Akad Murabahah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri. *Al-Mizan: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, 4(2), 1–12. <https://doi.org/10.33511/almizan.v4n2.1-12>
- Fahmi, D., & Anindya, T. (2022). *Wawancara dengan marketing Bank Jateng Syariah cabang Purwokerto*. 10.
- Hardiyanto, F. (2020). Analisis marketing Syariah dalam menghadapi covid 19 (studi kasus ARPI hijab Kuningan). *Jurnal Syntax Admiration*, 1(1), 23–32. <http://journalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/download/3/7>
- Hasanah, K. (2016). Pengaruh Karakteristik Marketing Syariah terhadap Keputusan menjadi Nasabah BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v3i1.1051>
- Hidayat N, R., & Andarini, S. (2018). Strategi Pemberdayaan UMKM Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 93–109. <http://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/1743%0Ahttp://ejour>

nal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/download/1743/1373

- Ishak, M. Z., & Azzahroh, E. P. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 26. <https://doi.org/10.20473/jebis.v3i1.3599>
- Izzah, N., & Annisa, S. N. (2019). Prosedur Pengajuan Akad Rahn Pada Emas Batangan Di PT Bank Syariah Mandiri Cabang Rawamangun. *Abiwara: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(1), 28–36. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i1.499>
- Kemenag RI. (2022). *AlQuran*. Kemenag RI. <https://quran.kemenag.go.id/>
- Leli, M. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Prespektif Islam. *JURNAL AT-TASYRI'Y*, 2(1), 27–43.
- Mahfud, I. (2020). Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Tengah Pesatnya Pertumbuhan Industri Perbankan Syariah DI Indonesia. *Madani Syariah*, 3, 15–27.
- Miftah, A. (2015). Mengenal Marketing Dan Marketers Syariah. *ISLAMICOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2), 15–20. <https://doi.org/10.32678/ije.v6i2.56>
- Muis, M. R., Fahmi, M., Prayogi, M. A., & Jufrizen, J. (2021). Model Peningkatan Loyalitas Nasabah Internet Banking Berbasis Persepsi Resiko, Persepsi Privasi dimediasi Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(1), 22–37. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5042>
- Mukadar, A., Bahrin, K., & Setiorini, H. (2021). Persepsi Pengurus Badan Kemakmuran Masjid (BKM) Terhadap Bank Syariah di Kecamatan Ratu Samban. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 221–230.
- Mulyani, F. R. S., Hufron, M., & ABS, M. K. (2018). Pengaruh Penerapan Marketing Syariah, Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPRS Bumi Rinjani Kepanjen Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 62–76. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/845/995>
- Nurhisam, L. (2017). *Etika Marketing Syariah*. 4(2).
- Nurjadidah, A. S., Jalaludin, J., & Damiri, A. (2020). Implementasi Akad Murabahah Dan Rahn Pada Produk Cicil Emas Di Bank Syari'ah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Subang. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 4(2), 95–111. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i2.122>
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen*

Pemasaran, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>

- Pratama, F. A., Hanan, A., Alirahman, A. D., Ridwan, M., & Fauziah, F. (2021). Implementasi Marketing Syariah Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Al-Bahjah Mart Pusat Kabupaten Cirebon. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 201–219.
- Putri, R. R. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Terhadap Pembiayaan Produk Cicil Emas Pada PT Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Prabumulih. *Adi Islamic Economic*, 2(November), 147–160.
- Romadhoni, I. R., & Rafiqi, I. (2021). Equilibrium: Jurnal Ilmu Manajemen Strategi Marketing Syariah Tabungan Gaul iB Bagi Generasi Millennial Pada BPRS Bhakti Sumekar Sumenep. *Ilmu Manajemen*, 1(2), 66–71.
- Rosiyani, N., & Hasyim, F. (2020). Analisis Pengaruh Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 65–79.
- Saepudin, E., & Mukarromah, S. (2018). STRATEGI PEMASARAN PERBANKAN SYARIAH DI BANYUMAS. *Islamidina Jurnal Pemikiran Islam*, 19(September), 41–58.
- Sari, R. J., & Aprianti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah. *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(2), 77. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.377>
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Sonatasia, D., Onsardi, & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Sri Mulyani, & Siti Jamilah. (2022). Implementasi Manajemen Dana Pada Bank Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 41–51. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v3i1.387>
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & Permatasari, D. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Syariah, Kepuasan Konsumen, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1117–1127. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Trisela, I. P., & Pristiana, U. (2021). Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Bank Syariah Dengan Bank Konvensional Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 - 2018. *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(2),

83–106. <https://doi.org/10.30996/jem17.v5i2.4610>

Trisusanti, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1–16.

Wibowo, W. E. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Pada Laznas Yatim Mandiri Cabang Ponorogo Ditinjau Dari Marketing Syariah. *Muslim Heritage*, 4(1), 97–109.

Yeni, F., & Lestari, E. (2020). Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Dan Syariah Marketing Bmt Mekar Da'Wah Serpong Menurut Fatwa Dsn-Mui No. 04/Dsn-Mui/Iv/2000. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(04), 231–244. <https://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei/article/view/5963>

