

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). Syakir Media Press.
- Adelita, S. P. (2020). Pengaruh Efisiensi Operasional dan Terhadap Kinerja Keuangan Melalui Risiko Pembiayaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Bank Umum Syariah Tahun 2015-2020.
- Ahmad. (2020). *Manajemen Strategis*. Makassar: CV Nas Media Pustaka.
- Anshori, A. G. (2018). *Perbankan syariah di Indonesia*. UGM PRESS.
- Asmawati, A., Trimulato, T., & Ismawati, I. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Meningkatkan Minat Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP Takalar Sulawesi Selatan. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 169–184.
- Azhary, M. R., Agung, M., Prahaski, N., Ulin, T. T., & Suhairi, S. (2023). Strategi dan Peran Komunikasi Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Era Digital. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 2(4), 356–364.
- Chandra, T., & Priyono. (2022). *Statistika Deskriptif* (1st ed.). Literasi Nusantara Abadi.
- DSN-MUI. Fatwa DSN-MUI Tentang Murabahah (2000). Indonesia.
- DSN-MUI. Fatwa DSN-MUI Tentang Tabungan (2000). Indonesia.
- Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., Titing, A. S., Nugroho, H., Purnama, D., ... Purwanti, T. (2022). *Strategi Pemasaran*. Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Fadhallah. (2021). *Wawancara*. Jakarta Timur: UNJ Press.
- Fatma, N., Alimuddin, M., & Latiep, I. F. (2023). *Manajemen Pemasaran Era Industri 4.0*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Fitriana, E. (2021). Akad Wadiah dan Akad Mudharabah pada Produk Tabungan Bank Syariah (Analisis Perbandingan). IAIN Parepare.
- Hadiat, & Syamsurijal. (2023). *Dasar-Dasar Manajemen*. Sukabumi: CV Harfa Creative.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal

## Books.

- Haryanti, F. N., Salsabila, S. M., & Arfiansyah, M. A. (2023). Pengaruh marketing mix terhadap minat memiliki tabungan easy wadiah pada Bank Syariah Indonesia. *Journal of Economics and Business Research (JUEBIR)*, 2(1), 30–38.
- Hotdiana, F., Nasution, A. I. L., & Nasution, M. L. I. (2023). Pengaruh Pelayanan dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Mengambil Pendanaan dan Pembiayaan (Studi Kasus: Bank Syariah KC Padangsidimpuan). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Surabaya: unitomo press.
- Kaluku, F., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2018). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Unggulan Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(2).
- Khairunnisa, K., & Rokan, M. K. (2022). Strategi Sosialisasi Tabungan Easy Wadiah Pada Bank Syariah Indonesia Kc Lubuk Pakam. *PRAJA observer: Jurnal Penelitian Administrasi Publik (e-ISSN: 2797-0469)*, 2(03), 70–80.
- Lestari, W., Musyahidah, S., & Istiqamah, R. (2019). Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Usaha Percetakan Pada CV. Tinta Kaili dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 63–84.
- Lutfi, M. (2020). Penerapan Akad Wadiah di Perbankan Syariah. *Madani Syari'ah*, 3(2), 132–146.
- Mardhatillah, S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan Easy (Wadi'ah & Mudharabah) Bank Syariah Indonesia terhadap Keputusan Menabung Masyarakat RT. 02/RW 002 Kelurahan Gandaria Selatan. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ....
- Muhammad, S. S. T. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum: Kajian Penelitian Normatif, Empiris, Penulisan Proposal, Laporan Skripsi dan Tesis*. CV. DOTPLUS Publisher.
- Nugraheni, N. S. P. (2021). Strategi Pemasaran Bsi Tabungan Easy Wadi'ah Pt Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Selama Covid-19.
- Nurafifah, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Milfa Laundry Terhadap Keputusan Pelanggan. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

- OJK. (2021). Sikapi Uangmu. Diambil dari <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Home>
- Pratama, R. (2019). Mekanisme Dan Keuntungan Produk Tabungan Prioritas Yang Ditawarkan Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Kisaran Kepada Nasabah. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Rachmawati, D. M. S. (2022). Strategi Pemasaran pada Produk Tabungan Simpanan Pelajar (SIMPEL) di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Madya Pamekasan. Institut Agama Islam Negeri Madura.
- Ramadhan, N. (2022). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Easy Wadi'ah Pt Bank Syariah Tbk Kcp Medan Pulo Brayan. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 1033–1041.
- Ramadhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- RI, J. B. Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/24/PBI/2004 Bank Umum yang Melaksanakan Kegiatan Usaha Berdasarkan Prinsip Syariah (2004). Indonesia.
- RI, K. (2016). *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Jakarta.
- RI, P. P. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah (2008). Indonesia.
- Saepudin, S., Syaripudin, E. I., Nuraeni, N., & Januri, F. (2022). Akad Wadi'ah Dalam Perspektif Ulama Madzhab. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)*, 1(1), 60–69.
- Senaen, G. C., Rogahang, J. J., & Walangitan, O. F. C. (2023). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Usai Terdampak Covid-19 (Suatu Studi Pada Pt. Toa Galva Prima Karya). *Productivity*, 4(3), 421–428.
- Simatupang, H. B. (2019). Peranan perbankan dalam meningkatkan perekonomian indonesia. *JRAM (Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma)*, 6(2), 136–146.
- Sintya, D. E. (2020). Analisis Bauran Pemasaran dalam menarik minat nasabah pembiayaan musyarakah di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. IAIN Ponorogo.
- Siregar, D. L., Yusran, R. R., & Agustini, T. (2019). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Studi Kasus pada Bank Syariah di Kota. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (hal. 67–72).
- Sjahdeini, S. R. (2018). *Perbankan Syariah: Produk-produk dan aspek-aspek hukumnya*. Jakarta: Kencana.

- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sudaryo, Y., Yosep, mohamad arfiman, Nurdiansyah, budi, & Setiati, nunung ayu. (2020). *Digital Marketing dan Fintech di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D/Sugiyono. *Bandung: Alfabeta, 15(2010)*.
- Supriyanto, M., & Taali, M. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (marketing mix) terhadap pengambilan keputusan menginap di The Sun Hotel Madiun. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran Dan Kesekretariatan, 2(2)*, 26–33.
- Trimulato, T. (2021). Eksistensi Perbankan Syariah Melalui Dominasi Pembiayaan Profit And Loss Sharing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah), 2(1)*, 29–41.
- Yudisman, S. N. (2022). Analisis Perbandingan Tokoh Perpustakaan Paul Otlet Dan Sulisty-Basuki Tentang Dokumentasi. *LIBRIA, 13(2)*, 191–204.
- Wahyuni, S. E., Hasnidar, H., & Irwan, A. M. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Bedak Dingin di Kabupaten Wajo. *Jurnal Mirai Management, 7(3)*, 192–202.
- Wijaya, K., Azmi, Z., Seto, A. A., Siagian, A. O., Nurchayati, Kunda, A., ... Handayani, S. (2023). *Akuntansi Perbankan*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.