

DAFTAR PUSTAKA

- Ade priangani, (2013), memperkuat management pemasaran dalam konteks global, file:///C:/Users/User/Downloads/ 103775-ID-memperkuat- manajemen-pemasaran-dalam- kon%20(1).pdf
- Afrisa, H., & Nasution, M. I. F. (2020). *Pengaruh Fitur Tabungan Mabruur Junior Terhadap Nasabah Di Bawah Usia 17 Tahun*. Banque Syar'i: Jurnal ilmiah Perbankan Syariah, 6(2).
- Akbar, N. 2019. *Tinjauan Terhadap Strategi Pemasaran Pada Tabungan Haji Dalam Akad Mudharabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Kcp Sudirman, Bogor)*. Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah, 3(1): 70-90.
- Akmal, A. Z. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank BRI Syariah KC Fatmawati Jakarta Selatan* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Alfarisyi, M. F., & Harahap, M. I. (2023). *Implementasi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Pada Bank Syariah Indonesia (BSI)*. Surplus: Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 1(2), 234-245.
- Ali mahfoud, (2019), *BANK SYARIAH: prinsip dan perkembangan di Indonesia*, <https://stai-binamadani.e-journal.id/Madanisyariah/article/download/113/93>.
- Amanat, Q. A. (2022). *Efektivitas Implementasi Produk Tabungan iB Hijrah Haji Sebagai Upaya Menghadapi Daftar Tunggu Calon Jemaah Haji (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri-Jawa Timur)*. Skripsi tidak diterbitkan, Prgram studi Perbankan Syariah, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Arie putra benyamin, 2019, *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix Strategy) Di Pasar Kita Pamulangn*

- Arifin, A. (2017). *Strategi Bank BTN Syariah KCPS Parepare dalam Memasarkan Produk (Analisis Manajemen Syariah)*. (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Arikunto, S., (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2013). *Marketing Management*. Jakarta, Rajawali Pers.
- Asti, K. (2021). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Indonesia di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Sukabumi Cicurug* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Jakarta).
- Aulia, F., & Rizka, S. A. (2021). *Tinjauan Akad Syariah Terhadap Produk Tabungan Haji (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kc Cirebon Sisingamangaraja)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Buku Panduan, (2020), Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, FEBI.
- Caroline, E., Santoso, I., dan Deoranto, P. 2021. *Pengaruh Marketing Mix (7P) dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar di Malang*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 15(1): 10-19.
- Cullang, Nasabah Tabungan Haji, Andonohu, Wawancara Langsung 2 Januari 2024.
- D Saputri, D. (2019). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah Haji pada Bri Syariah Cabang Kendari* (doctoral dissertation, ian kendari).
- Dahlan, A. 2018. *Bank Syariah Teori dan Praktis*, Yogyakarta: Kalimedia.
- Dedy Trisnadi, Et. Al. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menabung Kembali*. Jurnal Mix, Universitas Manca Buana.

- DR. putri, (2022), *BAB II kerangka teori*,
file:///C:/Users/User/Downloads/ 5.%
- Fahmi, Irham. (2015). *Manajemen Perbankan Konvensional Dan Syariah*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Fitriana, N., & Fadhli, W. (2016). *Pengaruh tingkat hutang dan arus kas akrual terhadap persistensi laba (Studi pada perusahaan property and real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(1), 258–272.
- Habibulloh, H. (2022). *Strategi Pemasaran Pada Produk Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Rogojampi*. *RIBHUNA: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 1(1), 025-038.
- Hadi, R. (2015). *Studi Penggunaan Metode Penelitian Kualitatif Dan Teknik Analisis Data Pada Skripsi Mahasiswa Iain Purwokerto*. *Jurnal Penelitian Agama*, 16(2), 327-348.
- Hajar swara prihatta, (2018), *pemasaran dalam presepektif islam*,
<https://media.neliti.com/media/publications/504550-none-03c4b4c6.pdf>
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Media Utama.
- HH Syafitri, (2018), *BAB II Pelaksanaan Ibadah Haji*,
<http://repository.uinbanten.ac.id/3007/5/BAB%20II%20OKE%20BANGET.pdf>
- Huda, M., Maselena, A., Jasmi, K. A., Mustari, I., & Basiron, B. (2017). *Strengthening interaction from direct to virtual basis: insights from ethical and professional empowerment*. *International Journal of Applied Engineering Research*, 12(17), 6901–6909.

- Ibi, E. E., & Aganyi, A. (2015). *Impacts of external debt on economic growth in Nigeria: a VAR approach*. *Journal of Business Management and Administration*, 3(1), 1–5
- Ikhsan, R. F., Devi, A., & Kosim, A. M. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Rumah Makan Pecak Hj. Sadiyah Cilodong Depok*. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2(1), 22-47.
- K. isnaini,(2019), *BAB II, kajian pustaka*, <http://repo.uinsatu.ac.id/11546/5/BAB%20II.pdf>
- Kasmir, S. E. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gerry, (2014), *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall
- Maman Firmansyah, MM, Bank Syariah Indonesia Kcp Kendari Lepo-
lepo, wawancara 20 Desember 2023.
- Muhammad Ali Shodiqin, (2015) “*Analisis SWOT pada Produk Tabungan Haji BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Demak*” (Universitas Islam Negeri Walisongo).
- Mulyani, R. (2019). *Pengaruh Reputasi dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Membuka Tabungan Haji pada Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Mursid, M. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Musfar, T. F. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran* *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. CV MEDIA SAINS INDONESIA.

- Nugraheni, N. S. P. (2021). *Strategi Pemasaran Bsi Tabungan Easy Wadi'ah Pt Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Selama Covid-19*.
- Nuraini, M. R., & Manunggal, S. A. M. (2023). *Efektivitas Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Haji Di Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. *Among Makarti*, 16(1).
- Nurhayaty, M. (2022). *Strategi Mix Marketing (Product, Price, Place, Promotion, People, Prosess, Physical Evidence) 7P Di PD. Rasa Galendo Kabupaten Ciamis*. *JMT: Jurnal Media Teknologi*, 8(2): 119-127.
- Priyanti, Y. (2021). *Analisis Mekanisme Penghimpunan Dana Tabungan Haji Dengan Akad Wadi'ah Pada BSI KCP Palembang Merdeka*. *Jimpa: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri*, 1(2): 273-288.
- Purba, Kuras. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung : Yrama Widya.
- Ravi Akbar, M., & Jannah, N. (2022). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Rantauprapat*. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 1189–1193. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/view/3427/1188>
- Reksa, H., Harjono, & Panjaitan, F. (2018). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Marketing Mix 7P Terhadap Penjualan (Studi Kasus Pada Puncak Mall di Sungailiat)*. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*, 23(2), 11–24. <https://e-jurnal.stie-ibek.ac.id/index.php/JIPMB/article/view/317>
- Rina, *Costumer Service Bank Syariah Indonesia Kcp Kendari Lepolepo*, Wawancara 20 Desember 2023

- Rivai, M., Fauzi, A., Karina, B., & Sembiring, F. (2015). *Promotion Mix Strategy on Customer Saving Decision at PT Bank X Medan Imam Bonjol Branch*. *International Journal of Bank Marketing*, 8, 389-398.
- Ruhaya, *Nasabah Tabungan Haji, Baruga*, Wawancara Langsung 2 Januari 2024
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif (cet. 1)*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Safaroh, N. (2019). *Strategi pemasaran produk tabungan haji ib syariah di BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Cilacap. Tugas Akhir. Purwokerto: IAIN Purwokerto.*
- Salim, *Staff Marketing Bank Syariah Indonesia Kcp Kendari Lepolepo*, Wawancara 20 Desember 2023.
- Sudaryono, D. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sudaryono, D. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2015). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Sugiyono, D. (2019). *Memahami penelitian kualitatif*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukarta, M., Studi, P., Fakultas, M., & Bosowa, U. (2017). *Analysis of marketing strategy effectiveness of customers increasing at pt. bpr hasamitra makassar*. *Jurnal Riset Edisi Xv*, 3(004), 142–155.

- Tasmawati, Nasabah Tabungan Haji, Jl. Lumba-lumba, Wawancara Langsung 2 Januari 2024.
- Wawancara dengan bapak Cullang, Nasabah Tabungan Haji, 8 Januari 2024
- Wawancara dengan bapak Cullang, Nasabah Tabungan Haji, 11 Januari 2024
- Wawancara dengan Ibu Rina, Costumer Service (CS) Bsi, 8 Januari 2024
- Wawancara dengan Ibu Tasmawati, Nasabah Tabungan Haji, 8 Januari 2024
- Wawancara dengan Pak Salim, Staff Marketing Bsi, 8 Januari 2024
- Wijaya, H. (2018). *Analisis data kualitatif ilmu pendidikan teologi*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Yanti, O. A., dan Arafah, S. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Marelan Raya)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 1(1): 815-824.
- Yanti, O. A., dan Arafah, S. 2018. *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Bank Sumut Syariah Kcp Marelan Raya)*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 1(1): 815-824.
- Yeni, I., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2023). *Strategi Pemasaran Tabungan Haji Di Bank Syariah Indonesia*. *Holistic Journal of Management Research*, 8(1), 57-68.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. (2000). *A conceptual framework for understanding e-service quality: implications for future research and managerial practice* (Vol. 115). Marketing Science Institute Cambridge, MA.