

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ir. Agustina Shinta, M. (2011). Manajemen Pemasaran. Malang: Penerbitan Elektronik Pertama dan Terbesar di Indonesia.

Fauzan, K. A. (2007). Kitab Undang-Undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah. *Jakarta: Kencana*, 545.

Jurnal

Adam, M. (2015). Manajemen Pemasaran Jasa. *Bandung: Alfabeta*, 96.

Al-Bakri, A.-A. A.-M. (2004). Kitab Ia'Natut Tholibin. *Beirut: Darul Fikr*, 66.

Andriyanto, I. d. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 1-20.

Apriyani, D. (2017). Strategi Pemasaran dan penjualan produk.

Arif, M. N. (2010). Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. *Bandung: Alfabeta*.

Armstrong, K. d. (2001). Prinsip-Prinsip Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*, 346.

Armstrong, K. d. (2011). Prinsip-Prinsip Pemasaran. 48.

Assauri, S. (2004). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*, 2.

Bakara, G. L. (2015). PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN. *AGORA*, 1-8.

- Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah. (t.thn.). Bandung: Alfabeta, 6.
- Faridatun, S. (2011). Analisis Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika. 50.
- Fauzan, A. K. (2007). *Kitab Undang-Undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Fauzia, I. Y. (2014). Prinsip Dasar Ekonomi. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Firdaus. (t.thn.). Mengatasi Masalah dengan Pegadaian Syariah. 51.
- Jurnal sains. (2014). *Teknologi dan Industri Vol. 11 No.2*, 175-184.
- Kasmir. (2004). Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana, 141-143.
- Kasmir. (2006). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Jakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service), 129.
- Kotler. (2003). Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks, 49.
- Manahar, P. (2019). Implementasi Gadai Syariah (Rahn) Untuk Menunjang Perekonomian Masyarakat di Indonesia. *Dialogia Iuridica*, 1-9.
- Mandasari, D. W. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 124.
- Priangani, A. (2013). MEMPERKUAT MANAJEMEN PEMASARAN DALAM KONTEKS PERSAINGAN GLOBAL. *Jurnal Kebangsaan*, 1-9.
- Priyanto, A. (2009). KONSEP GADAI MENURUT HUKUM PERDATA POSITIF DAN DESKRIPSI GADAI SAHAM

TANPA WARKAT MENURUT HUKUM PERDATA POSITIF. 1-25.

Raco, J. R. (2010). Metode Penelitian Kualitatif. *PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta*, 1-7.

S.R, H. (2014). Peran perbankan syariah dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *INDO-ISLAMIKA*, Vol. 4 No. 1.

Soemitra, A. (2009). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. *Jakarta: Kencana*, 65.

Sugiyono. (2006). Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif dan Kualitaitaif dan R&D. *Bandung: Alfabeta*.

Tjiptono, F. (2018). Strategi Pemasaran. *Yogyakarta: Penerbit Andi Offset*, 1-13.

Winarto, H. (2011). Strategi Pemasaran. 109-145.

Internet

OJK. (2021). *Pemasaran*. Diambil kembali dari Tokopedia Kamus Keuangan: <https://kamus.tokopedia.com/p/pemasaran/>

Proses. (2017, Oktober). Diambil kembali dari Id.Wikipedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Proses>

Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. (2021, Januari). *Strategi*. Diambil kembali dari WikiPedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi>

Sumber Lain

Dilan. (2021, Maret Kamis). Strategi Pemasaran Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KC P Yos Sudarso Kota Bau-Bau. (M. A. Lutfi, Pewawancara)

Dilan. (2021, Maret). Taksiran Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Yos Sudarso Kota Bau-Bau. (M. A. Lutfi, Pewawancara)

Mustofa, I. (2016). Fiqh Mua'malah Kontemporer. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

