

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang: Asy-Syifa', 2000.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Effendy, Ellyta. "Analisis Strategi Pemasaran Produk Pendanaan Untuk Peningkatan Dana Pihak Ketiga Pada PT. Bank Aceh Cabang Medan". Thesis. Medan: Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, 2013.
- Erisandi, Titim. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Tabungan Simpedes Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Baraka Kabupaten Enrekang". Skripsi. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, 2016.
- Faradiba, Dea Islami. "Analisis Marketing Mix dalam Pemasaran Produk Tampan Pada PT. Bank Sulselbar". Skripsi. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, 2013.
- Farida, Ida. "Pengaruh Strategi Pemasaran Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sulselbar". Jurnal. Makassar: Program Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia, 2012.
- Fatimah dan Elisabeth Yansye Metekohy. "Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bank X Syariah Cabang

Tangerang Selatan”. (Jurnal Ekonmi dan Bisnis Vol 12, No. 1, Juni 2013: 75 – 82).

Gusnawati, Reni dkk. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Batang Kapas Cabang Painan”. Jurnal. Sumatera Barat, 2012.

Hadijah, Andi. “Analisis Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penyaluran Kredit Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar”. Skripsi. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Hasanuddin Makassar, 2012.

Januar, Muhammad Irfandy. “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Siaga Bukopin Pada PT. Bank Bukopin Tbk Di Makassar”. Skripsi. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Hasanuddin Makassar, 2013.

Kasmir. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. Manajemen Pemasaran, Edisi 3. Cet. 3. Jakarta: Erlangga, 2009.

http://library.gunadarma.ac.id/articles/graduated/pshycology/Artikel_10500279.pdf(diunduh26 Januari 2023)

<http://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-keputusan-menurut-para-ahli-terlengkap/>(diunduh26 Januari 2023)

<http://www.pelajaran.co.id/2017/03/pengertian-keputusan-dan-pengambilan-keputusan-menurut-para-ahli.html>(diunduh26 Januari 2023)

Kamarni, Neng, faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Berhubungan Dengan Bank Syariah Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 3, Nomor 1, Januari: 26-56. Tahun 2012.

Nawawi, Imam. “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Sari Buah Pada Laboratorium Home Agroindustri Model Malang”. Skripsi. Malang: Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2013.

Nurrahmat. “Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keinginan Mahasiswa Untuk Merekomendasikan Kuliah Pada Fakultas Teknik Universitas 114 Widyatama Bandung”. Tesis. Bandung: Magister Management Universitas Widyatama Bandung, 2015.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D*, Cet. 7, Bandung: Alfabeta Bandung, 2009.

Supardi. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press. 2005.

