

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Afrida, Y. (2016). *Analisis pembiayaan*. 1(2).
- Amrin, A. (2007). *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah* (Surmayo (ed.)). PT Grosindo.
- Bungin, B. (2011). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu sosial Lainnya* (ke-3). Kencana.
- Dewi, E. K., & Astari, A. (2018). Peran Pembiayaan Mudharabah dalam Pengembangan Kinerja Usaha Mikro pada BMT (Baitul Maal Wat Tamwil). *Law and Justice*, 2(2), 113–123. <https://doi.org/10.23917/laj.v2i2.5142>
- Fatmah Fitri, F. V. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Preferensi Anggota Dalam Pengajuan Pembiayaan Mudharabah Di Kjks Bmt-Mmu Cabang Sidogiri Pasuruan. *el-Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 04(Vol. 4 No. 1 (2014): eL-Qist:), 735–762. <http://jurnalfebi.uinsby.ac.id/index.php/elqist/article/view/65/62>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Anlisis Multifarite Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Pendnerbitan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squeres: Konsep Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmarrPLS 3.2.9 Untuk penelitian Empiris* ((3rd ed)). Badan Pendnerbitan Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan SmartPLS 3.0 untuk peneliti empiris*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hafsan, Efendi, A., & Gani, I. (2021). *Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Murabahah (Studi PT. BNI SYARIAH, Tbk. Kantor Cabang Veteran Makakssar)*. 1(2), 6.
- Huda, N. (2017). *Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*. Kencana.
- Kartajaya, H. (2016). *Hermawan Kartajaya On Marketing Mx*. PT. Mizan pustaka.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi keti). Erlangga.
- Lestari, H. Y. P., & Magnadi, R. H. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang berpengaruh terhadap. *Jurnal of Management*, 6, 1–11.
- Machfoedz, M. (2005). *Pengantar Pemasaran Modern* (Cet. Perta). UUP STIM YKPN.
- Melina, F. (2020). Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt).

- Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 269–280.
[https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5878](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5878)
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Predpektif Syariah. *Jurnal Ekonomi Syarian IAIN Amai Gorontalo*, 15–26.
- Mulyana, S. A., Rahmanto, D. N. A., Febriyanti, N., & Hasbi, M. Z. N. (2024). Pengaruh Strategi Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mudharabah. *Jurnal Fakultas Ilmu Keislaman*, Vol.5 No.1(e-ISSN : 2746-4873 p-ISSN : 2774-5473), 84–94.
- Musobih, F., & Mukarromah, S. (2019). Tinjauan Syariah Terhadap Strategi Pemasaran Produk Akad Mudharabah di BMT Dana Mentari Karanglewas Purwokerto. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 51. <https://doi.org/10.30595/jhes.v2i1.3926>
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah Dan labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal of Islamic Economic and Bankinh*, Vol.2, No.
- Priyatno, D. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. MediaKom.
- Purwanto. (2007). *Statistik Untuk Keuangan Ekonomi Dan Modern*. Salemba Empat.
- Rianto, A. A. N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Alfabeta.
- Rivai. (n.d.). *Islamic Marketing (Memabnagun dan Mengembangkan Prinsip Bisnis Dengan Praktik Markering Rasulullah sa.)*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rofi, M. S. (2020). Strategi Pemasaran Produk Mudharabah di BMT Mitra Ummat Al-Amanah Kecamatan Sirampog, Brebes. *Jurnal Abdidas*, 1(5), 394–406. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i5.91>
- Saladin, D. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Linda Karya Selang.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen*. Andi.
- Setiadi, N. J. (2003). *Prilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Prenada Media.
- Soeratno, & Arsyad, L. (2008). *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. UUP STIM YKPN.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Bilancia*, 11(1), 33–59.
<https://jurnal.iainpalu.ac.id/index.php/blc/article/view/298/216>
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Ekonosia.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitan Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.

- Sujono, R. I., & Wibowo, F. W. (2020). Marketing Mix Dan Tingkat Margin Dlam Pengambilan Keputusan Pembiayaan Pada Nasabah BANK Syariah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, Volume 0No(E-ISSN: 2622-0083), 37–51.
- Sumantika, A., & Ardianto, F. (2017). Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran (7P) Yang Mempengaruhi Keputusan Pelaku Usaha Umkm Dalam Pemilihan Pengajuan Kredit Pada Bank Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 7(2), 1–12. <https://doi.org/10.26460/jm.v7i2.277>
- Suryani, T. (2008). *Prilaku Konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bang di Era Global*. Prenada Media.
- Sutanto, H., & Umam, K. (2019). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pustaka Setia.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapandan Penelitian*. Andi.
- Tjiptono, F., Swastha, B., & Handoko, H. (2008). *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen* (Edisi Keen). BPFE.
- Umar, H. (2009). *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, E., & Ariyanti, P. M. (2018). Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. BANK MAYAPADA INTERNASIONAL Tbk.. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, Volume 1 N(e-ISSN: 2597-5234), 283–296. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v1i2.263>
- Wobowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Pustaka Setia.