

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Riani Fauziah, “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Pada Pabrik Garmen PT . Putri Doro Thea (Studi Kasus Desa. KiarasariKec. Comprengkab. Subang),” no. 14112220187, 2015.
- [2] S. Rohmah, “Kepercayaan Nasabah Terhadap Sirela (Simpanan Sukarela) Pada Bmt HarapanUmat Pati,” *skripsi*, p. 24, 2014.
- [3] A. Hasan, “manajemen pemasaran strategi islam,” p. 177.
- [4] A. Ramdan, *Etika Bisnis*. .
- [5] D. Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.
- [6] R. Subagiyo, “Ekonomi Mikro Islam,” 2016.
- [7] Rahmayanti, “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi batu merah di kecamatanbajeng barat kabupaten gowa,” 2017.
- [8] D. Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laks Bang Pressindo, 2012.
- [9] A. dan Priansa, “Manajemen Pemasaran Syariah,” p. 340.
- [10] N. R. Al Arif, *Dasar dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- [11] Arif, “Dasar Dasar Pemasaran Syariah,” p. 21.
- [12] Kasmir, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- [13] F. Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.
- [14] D. Sunyoto, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Caps, 2015.
- [15] G. G. Putri, “Analisis Bauran Promosi yang di lakukan Telmodika bidang pelayanan kesehatan Kota Bandung,” Universitas Widyatama, 2015.

- [16] C. Susilowati, “Penerapan bauran pemasaran pada produk simpanan wajib Berhadiah(siwadiah),” 2016.
- [17] A. pauji M. Khoril nanawi, “Strategi pemasaran Funding Officer dalam Meningkatkan Minat nasabah Di Bprs Amanah ummah,” *J. Ekon. Islam*, vol. Vol. 6, no. No. 02, 2015.
- [18] Solikhul hidayat, “Persepsi masyarakat terhadap (BMT) dalam pemberdayaan ekonomimasyarakat,” vol. Vol 2, 2018.
- [19] N. H. Indra Anjang Sari, Harsuko Riniwati, “Strategi Pemasaran dalam meningkatkan Volume penjualan pada PT HATNI (Hasil Alam Tani Nelayan Indonesia) di Desa Tlogosadang kecamatan paciran kabupaten lamongan Jawa Timur.,” 2015.
- [20] D. Sriharti, “Analisis Strategi Produksi dan Pemasaran Batu Bata dan Genteng sebagai Produk Unggulan di Desa Ploso Kecamatan Punung Kabupaten Pacitan,” 2020.
- [21] H. setia Putra, “Pengaruh event marketing terhadap city branding kota bandung universitas pendidikan indonesia,” Universitas Pendidikan Indonesia, 2015.
- [22] B. Kurniawan, *Metode penelitian*. Tangerang, 2012.
- [23] J. Noor, *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana, 2012.
- [24] Sugiono, *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [25] Wikipedia bahasa Indonesia, “Dokumentasi,” *wikipedia.org*, 2020.
<https://id.wikipedia.org/wiki/Dokumentasi>.
- [26] Syafnidawaty, “OBSERVASI,” *Universitar Raharja*, 2020.
<https://raharja.ac.id/2020/11/10/observasi/>.

- [27] Z. Matondang, "Validitas dan reabilitas suatu instrumen penelitian," 2009.
- [28] Supranto, *Statistik, teori dan aplikasi*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- [29] Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar Analisis Dengan SPS*. Yogyakarta: Mediakom, 2013.
- [30] S. Widianti, "Pengertian Korelas, Apa itu korelasi," 2017.
- [31] D. Purnawati, "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap KepuasanPelanggan," c, 2018.
- [32] "produksi," *wikipedia.org*, 2019. .
- [33] "pemasaran," *wikipedia.org*, 2021. .
- [34] "penjualan," *wikipedia.org*, 2021. .
- [35] "batu bata," *wikipedia.org*, 2021. .