

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zainal. *Analisis Eksistensial*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persad).
- Adithia Wardhana. *Brand Marketing: the art of branding*. (Bandung: CV. Sains Indonesia, 2022).
- Aini Zahril.” *Implementasi Strategi Nine P’s Of Marketing mix dalam Pemasaran Biro Perjalanan Umroh dan Haji* (Studi Kasus di PT. Arofahmina Tour and Travel Surabaya)”. Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya: 2016.
- Al Arif M, Nur Rianto. *Lembaga keuangan Syariah Suatu kajian Teoritis Praktis*. (Bandung : CV Pustaka Setia, 2012).
- Bank Syariah Indonesia, “Sejarah Perseroan”, Juni 8, 2022, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
- Blogspot.com, “Aspek Minat”, Maret 23, 2022, <http://makalahqy.blogspot.com/2018/09/aspek-minat.html>
- Budio, Sesra. “*Strategi Manajemen Sekolah*” (Jurnal Menata), Vol 2 No. 2 Tahun 2019.
- Cahyani Mira Ayu Dwi, “*Presiden Jokowi resmikan Bank Syariah Indonesia*” Blog.joinan.co.id, Juni 8, 2022, <http://blog.joinan.co.id/presiden-jokowi-resmikan-bank-syariah-indonesia/>.
- Creswell, J.W, *Qualitative Inquire and Research Desaign: Chosing among Five Tradition.*, (London: Sage Publications, 1998).
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitaif: Teori dan Praktek*. (Cet. 4; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016),
- Helmi, Mhd Sukri Nst. “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen*

Pada Cv. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu”, (Artikel Ilmiah : Universitas Pasir Pengaraian, 2015).

Katadata.co.id, “*Kurang 10% Populasi Muslim Indonesia Pahami Keuangan Syariah*” <https://katadata.co.id/dinihariyanti/berita/60865ee5de469/kurang-10-populasi-muslim-indonesia-paham-keuangan-syariah>, (15 Maret 2022)

Kompas, “*Bank Syariah Indonesia Sasar Kalangan Milenial*”, Maret 15, 2022, , <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/08/04/bank-syariahindonesia-sasar-kalangan-milenial/>

Kotler Philip., and Keller Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. (Penerbit Erlangga 2009).

Kuswarso. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomologi; Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitian*. (Bandung: Widya Padjajaran, 2009).

Machfiroh Ines Saraswati, “*Keterkaitan Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Emak Di Fried Chicken Pelaihari*”, Jurnal Humaniora dan Teknologi, Vol. 4, Nomor 1, Oktober 2018.

Mahendra, Yusril Isa. “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Ketertarikan Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Kc Lubuk Pakam)*”, Skripsi UMSU Sumatera Utara (2022)

Markombur.com, “*Sejarah Singkat Pt Bank Syariah Indonesia, Tbk. (Bank Bsi)*”, Juni 10, 2022, <https://www.markombur.com/2021/02/sejarah-singkat-ptbank-syariah.html>

Misiak, Henryk and Virgini Staudt Sexton. *Psikologi Fenomologi, Ekstensial dan*

Humanistik. (Bandung: PT. Refika Aditama, 2005).

Moleong, L.J. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi Cetakan Kedua Puluh Empat*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2007).

Moleong. *Metodologi Penelitian*. (Yogyakarta : Pustaka Baru: 2007).

Mubarak Nurul, Strategi Pemasaran Islam Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista: I-Ekonic, Studi Pemasaran Islam,. Vol 3, nomor 1, 2017.

Natalia Riska, “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Brand Image BSI Kcp Kediri*”, Skripsi IAIN Ponorogo (2021).

Pamilih Isnaeni, “Pengaruh Bagi Hasil, Brand Image, Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Promosi Sebagai Variabel Moderas (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Durrotu Ahlisunnah Waljama’ah Banaran Kota Semarang)”, Skripsi (Semarang 2019).

Rahim Rahman dan Radjab Enny. *Manajemen Strategi*, (Cet. 1; Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017).

Riyanti, “*Strategi Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di BSI KC Kediri*”, Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo).

Samasta Fitria, “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek, Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Busana Muslim Zoya Pasar Cikarang”, Skripsi Universitas Pelita Bangsa : Bekasi (2019).

Saputra Muhammad Yogi, “*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah (Study kasus di Bank Syariah Indonesia KCP Tangerang Selatan)*” Skripsi UIN Jakarta (2022).

Sari Desi Pertama, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran)*”, Vol. 2, Issue 4, Maret 2021.

Sugiono. *Metode Penelitian Administrasi*. (Bandung Alfabeta : 2013).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016).

Supriyadi, Fristin Yuntawati, Indra Ginanjar K.N, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*”, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 3 No.1, Januari 2016.

Susan, “*Pengaruh Kepercayaan, Keragaman Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Menabung Pada BPR Dana Central Mulia Batam*” UPB (2021).

Utomo Langgeng Cahyo, “*Pengaruh Lokasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Dibank Syariah Indonesia Kota Malang*”, Skripsi UIN Maulana Malik Ibrahim (2021).

Uyun Muhamad.,and Idi Warsah. *Psikologi Pendidikan*,(Yogyakarta: Deepublish, 2021).

Wawancara dengan ibu Eka Helsi Handayani selaku BOSM di BSI Kcp Tomoni

Wawancara dengan kak Indira Baso selaku CS di BSI Kcp Tomoni

Wawancara dengan kak Risna Damayanti selaku *Operational Staff* di BSI Kcp

Tomoni

Wawancara dengan saudari Fitri selaku nasabah BSI

Wijaya Hengki., and Helaluddin. *Analisis Data Kualitatif: Sebuah Tinjauan Teori dan Praktik*. (Cet, 1; Edisi, 1: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2019).

Www.nsd.co.id, “Pengertian Pemasaran Bank”, *Psycho Logi Mania*, Februari 7, 2022, <https://www.psychologymania.com/2012/12/pengertian-pemasaranbank.html>.

Yuniar. *Pengaruh Daya Tarik Produk, Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Minat Menjadi Nasabah Kredit Mikro*. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* Vol. XII, No. 3.

Alam, M. N., Erwin, E., Hamida, H., & Sukran, S. (2023). The Influence of Islamic Work Ethics on Organizational Commitment and Performance of Halal Restaurant Employees. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 16(1), 97. <https://doi.org/10.24843/jekt.2023.v16.i01.p06>

Alwi, M. (2021). Program Keluarga Harapan dan Upaya Pemenuhan Kebutuhan Keluarga di Masa Pandemi Covid-19 pada Kabupaten Polewali Mandar. *Sosio Konsepsia*, 11(1), 307–319. <https://doi.org/10.33007/ska.v11i1.2458>

Alwi, M., Ilham, M., & Amir, M. F. (2021). Islamic Philanthropy: The Idea of Economis Empowerment of the Ummah of K.H. Ma’ruf Amin. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(1), 133–154. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v7i1.4094>

Alwi, M., Rusdi, M., Abubakar, A., & Ilham, M. (2022). Al-Mustadh’afin: Reflection of the Qur’an on Social Inequalities. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 8(2), 327–344. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v8i2.5633>

Arno, A. K., Ishak, I., & Kamal, F. (2021). The Performance of Competitiveness of Sharia Banking (Indonesia-Pakistan) Using Porter’s Diamond Theory. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 7(2), 261–284. <https://doi.org/10.24952/fitrah.v7i2.4188>

Hamida, A., Muhajir, M. N. A., Sukran, S., & Paulus, M. (2023). Does Islamic Financial Inclusion Matter for Household Financial Well Being? *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 27(1), 10–20. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i1.8659>

Iskandar, A. S., Jabani, M., & Kahar Muang, M. S. (2021). Bsi Competitive Strategy Affect Purchasing Decisions of Conventional Bank Customers in Indonesia. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1). <https://doi.org/10.29099/ijair.v6i1.305>

Iskandar, A. S., Muhajir, M. N. A., Erwin, E., & Fasiha, F. (2024). Customer loyalty model in Islamic bank: mosque perspective. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2023-0349>

Marwing, A. (2021). Indonesian Political Kleptocracy and Oligarchy: A Critical Review

from the Perspective of Islamic Law. *Justicia Islamica*, 18(1), 79–96.
<https://doi.org/10.21154/justicia.v18i1.2352>

Mujahidin, M., Fasiha, F., Abdullah, M. R., & Praseta, M. (2022). Income of Micro, Small, And Medium Enterprises With The Presence of A Mini Market In Palopo City, Indonesia. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 257–266.
<https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v11i2.1940>

Rifuddin, B., Amal Mas, N., & Kartika, B. (2022). Analyzing The Impact of Productive Zakat Utilization on The Mustahiq Economic Independence in Malaysia and Indonesia. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(1), 75–96.
<https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ikonomika>

Sulaeman, S., Ridwan, M., Nurdin, A., Malawat, M., Kasim, E. W., Darma, D., & Yusuf, H. (2023). Communication Patterns of Muslim Communities' After Involvement in the Pela Gandong Ritual in Moluccas Immanuel Church, Indonesia. *Integrative Psychological and Behavioral Science*, 57(3), 1024–1049.
<https://doi.org/10.1007/s12124-023-09753-4>

