

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran : Analisis Untuk Perencanaan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN.
- Anjarswari, Debby Syarifah. (2015). Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Di KJKS BMT Walisongo Semarang Dalam Perspektif Islam. *Skripsi Gelar Sarjana*. UIN Walisongo Semarang.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2015). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Depok : Gema Insani.
- Arham, Muhammad. (2015). Islamic Perspectives On Marketing. *Journal Of Islamic Marketing* : Vol. 1 No. 2. Diakses pada 15 Desember 2018. <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/17590831011055888>.
- Bernard, Scott. (2005). An Introduction to Enterprise Architecture. Second Edition. Bloomington, IN: AuthorHouse. *Journal of Enterprise Architecture*. Diakses pada 7 Januari 2019. <https://eapad.dk/wp-content/uploads/2012/02/bernard2009.pdf>.
- Boyd, Walker, Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jakarta : Erlangga.
- Cravens, David W. (1999). *Pemasaran Strategis Edisi Keempat : Jilid I*. Jakarta : Erlangga.
- Diana, Refi. (2015). Analisis Efektifitas Penerapan Sustainable Marketing Enterprise (Value Architecture) Dalam Meningkatkan Pengguna Produk IB Hasanah Card (Studi Kasus Bank BNI Syariah KCP Rajawali Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah*. Diakses pada 5 Desember 2018. <https://pta.trunojoyo.ac.id/welcome/detail/120721100017>.
- Faiqoh, Rida. (2013). Analisis Strategi Pemasaran KPRS di Bank Muamalat Cabang Kudus. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.6, No.2. Diakses pada 16 Januari 2019. <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/IQTISHADIA/article/view/1107/1036>.
- Gunara, Thorik dan Utus Hardiono Sudibyo. (2007). *Marketing Muhammad : Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW*. Bandung : Salamadani Pustaka Semesta.
- Hanarfian, Ruri Hafizh. (2017). Tinjauan strategi Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) Pada PT. Soka Cipta Niaga. *Jurnal pemasaran*, Vol. 03, No. 02. Diakses pada 10 Desember 2018. <https://libraryeproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/3764/3568>.

- Hardjono. (2008). *Mudah Memiliki Rumah Lewat KPR*. Jakarta: PT. Pusaka Grahatama.
- Ismail, Nawari. (2015). *Metodologi Penelitian untuk Studi Islam*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Hidayani Sari Dewi, Syafrizal, (2008). Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning Program Pendidikan Magister (Studi pada Institusii Penyelenggara MM di Kota Padang). *Jurnal LIPI Padang Universitas Andalas*, Vol.13. No.2. Diakses pada 21 Mei 2019. <http://jurnal.pdii.lipi.go.id/>.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung : PT. Mizan Pustaka.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kembuan, Precylia Cyndi., Mananeke, Lisbeth., Supandi Soegoto, Agus. (2014). Analisis Segmentasi, Targeting, dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada PT. ADIRA DINAMIKA MULTIFINANCE TBK Cabang Manado. *Jurnal Emba*, Vol. 02, No. 03. Diakses pada 21 Mei 2019. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5723/5255>.
- Kotler, Philip. (1999). *Marketing*. Terjemahan oleh Herujati Purwoko. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip (et.al.). (2003). *Rethinking Marketing Sustainable Marketing Enterprise di Asia*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Krisnasari, Hastanti Retno. (2013). Pengaruh Indikator-Indikator Kualitas Layanan Dari Bagian Layanan Mahasiswa dan Kualitas Produk Portal Mahasiswa Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Journal of Industrial Engineering & Management System*, Vol.6, No.1. Diakses pada 20 Januari 2019. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/jiems/article/viewFile/97/96>.
- Luntajo, Moh. Muzwir R. (2014). *Dasar Filosofi Marketing Syariah*. Jakarta : UNISBA.
- Madeline Powell, Stephen P. Osborne, “Dapatkah pemasaran berkontribusi pada usaha sosial yang berkelanjutan?”. *Social Enterprise Journal*, Vol. 11, Terbitan: 1.
- Malik, Muhammad Ehsan dkk. (2015) International Journal of Business and Social Science : Impact of Brand Image, Service Quality and Price on Customer Satisfaction in Pakistan Telecommunication Sector. Vol. 3, No. 23. Diakses pada 20 januari 2019 http://www.ijbssnet.com/journals/Vol_3_No_23_December_2012/13.pdf.
- Mubarok, Nurul dan Eriza Yolanda Maldina. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista. *Jurnal I-Economic*, Vol, 03, No. 01. Diakses pada 10 Februari 2019.

<https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/ieconomics/article/download/1480/pdf/>.

- Muhadjir, Noeng. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta : Rake Sarasin.
- Nawari Ismail. (2015). *Metodologi Penelitian untuk Studi Islam*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Nilam, Sari. (2012). Manajemen Marketing (Pemasaran) Produk Jasa Keuangan Perbankan dalam Perspektif Islam. *Jurnal Media Syariah*, Vol.14, No.2. Diakses pada 6 Desember 2018. <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/medsyar/article/viewFile/1876/1397>.
- Rahmawati, Dian Sari Annisa. (2017). *Implementasi Syariah Marketing Dalam Meningkatkan Kualitas Produk KPR GRIYA iB Hasanah (Studi Pada BANK BNI SYARIAH Cabang Yogyakarta)*. Skripsi Gelar Sarjana. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Yogyakarta.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Savilla, Dini. (2018). *Implementasi Value Architecture Pada Sharia Sustainable Marketing Enterprise*. Skripsi Gelar Sarjana. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Smilinski, Igor. (2016). Sustainable Marketing In An Enterprise. *Journal of Quality and Environmental Studies*, Vol.2 No.1. Diakses pada 5 Desember 2018. <https://journalqe.com>.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukotjo, Hendri dan Sumanto Radix A. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Vol.1, No.2. Diakses pada 11 Januari 2019 <http://e-lib.polnes.ac.id/file/20180827133608.pdf>.
- Sutanto, Herry dan Khaerul Ummam. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Widjaya, Pieter Guanawan. (2017). Analisis Segmenting, Atrgeting, Positioning Dan Marketing Mix Pada PT. Murni Jaya. *Jurnal AGORA*, Vol. 05, No. 01. Diakses pada 20 Juni 2019. <https://media.neliti.com/media/publications/54479-ID-analisis-segmenting-targeting-positionin.pdf>.
- Wijaya, Hari & Hani Sirine. (2016). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning Serta Strategi Harga Pada Perusahaan Kecap Blekok Di Cilacap. *Asian Journal*

of Innovation and Entrepreneurship, Vol. 01, No. 03. Diakses pada 3 Februari 2019. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/download/6996/6150>.

Yuniarti, Vinna Sri. (2015). *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. Bandung : CV. Pustaka Setia.

Website :

<https://www.moneysmart.id/6-kpr-syariah-terbaik-margin-termurah/>

<https://economy.okezone.com/read/2018/03/01/470/1866493/milenial-dan-kebutuhan-perumahan>

<https://www.bnisyariah.co.id/id-id/beranda/berita/siaranpers/ArticleID/839/BNI-%20Syariah-Raih-Top-Bank-Award-2017>

<https://www.bnisyariah.co.id/>

<https://www.pu.go.id/>