

DAFTAR PUSTAKA

- A.S, A., & Ali, H. (2025). Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi Pemasaran: Analisis Produk, Tempat dan Promosi (Literature Review Manajemen Strategik). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 3(2), 136–148. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i2.336>
- Afifah, L. A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2022). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syari'ah Indonesia: Studi Kasus Bank Syari'ah Indonesia KCP Sudirman. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 1037–1044. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2450>
- Agustin, T. (2022). Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 2(1), 207–220.
- Ahsanah, D. N. (2022). *EMAS SEBAGAI INSTRUMEN INVESTASIJANGKA PANJANG*. 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Anjaswati et al., 2022. (2022). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Produk Cicil Emas Pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu. *AL Qard Dalam Prespektif Al Qur'an Dan Hadits Serta Hubungannya Dengan Riba*, 2(1), 213.
- Aulia. (2025). *Jurnal Pengembangan Bisnis dan Ekonomi PENERAPAN AKUNTANSI PADA PRUDUK EMAS BSI: EVALUASI Jurnal Pengembangan Bisnis dan Ekonomi*. 6(3), 35–47.
- Azizah, A., Fitriyani, Y., & Purwanto, P. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Magelang Gatot Soebroto. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 64–70. <https://doi.org/10.47065/jamek.v3i3.1182>
- Bank, P., Kasus, S., Bjb, B., Cabang, S., & Sobari, A. (2014). *core competence*. 5(2), 201–242.
- Bekti W, Arivatu N R, I. S. (2025). *ANALISIS PERBANDINGAN PRODUK BANK SYARI'AH MURABAHAH DENGAN BANK KONVENSIONAL*. 05(April), 1–13.
- BSI. (2025a). *Bank Syariah Indonesia. (n.d). Company information*. <https://www.bankbsi.co.id>. (Di Akses 20 Desember 2025). <https://www.bankbsi.co.id>
- Cholilah, A. U., & Haryanti, P. (2024). Efektivitas Digital Marketing Produk Cicil Emas Pada Bank Syariah Indonesia. *Dalwa Islamic Economic Studies*, 3(2), 84–98. <https://doi.org/10.38073/dies.v3i2.1914>
- Etika, C. (2025). Stabilitas Keuangan Bank Syariah Dan Faktor Makroekonomi Di Indonesia. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 8(1), 228–234. [https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8\(1\).22876](https://doi.org/10.25299/jtb.2025.vol8(1).22876)
- Haryanti, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik Pada Pt. Danar Hadi Surakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 110(9), 1689–1699.

- Husaini, M., Ekonomi, J., Ekonomi, F., Islam, B., Negeri, I., & Banjarmasin, A. (n.d.). *Strategi Pemasaran Digital Pada Produk Bsi Cicil Emas*.
- Jafar, M., & Aisyah, D. (2022). *Muslim Jafar 1 , Devy Aisyah 2 , Amrina 3*. 2338(1), 13–34.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 5(1), 98. <https://doi.org/10.47201/jamin.v5i1.109>
- Lailiyah, N., Susilawati, R., & Suspahariati. (2025). Strategi Pemasaran Produk Cicilan Emas Pada BSI Kantor Kas Darul Ulum. *BISEI : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 10(1), 43–49. <https://doi.org/10.33752/bisei.v10i1.9128>
- Matondang, A. (2018). Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia PENGARUH ANTARA MINAT DAN MOTIVASI DENGAN PRESTASI BELAJAR. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(2), 24–32.
- Millah, A. S., Apriyani, Arobiah, D., Febriani, E. S., & Ramdhani, E. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 140–153.
- Musfar, T. F., & Se, M. M. (2020). *Buku ajar manajemen pemasaran: Bauran pemasaran sebagai materi pokok dalam manajemen pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Nura Safira, Abd Aziz, & Maula Nasrifah. (2024). Strategi Pemasaran Cicil Emas (CILEM) untuk Meningkatkan Minat Nasabah di BSI KCP Probolinggo. *Economic Reviews Journal*, 3(1), 251–262. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i1.150>
- Nurmila Rizky. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Padangsidempuan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan*. 32(3), 167–186.
- Nurul Auliyah. (2024). *Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Profitabilitas Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Barru. Institut Agama Islam Negeri Parepare*. February, 4–6.
- Pertiwi, A., Jusnita, R. A. E., & Maela, N. F. S. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran PT Unilever Indonesia Tbk. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 3(1), 1–11.
- Prasastiningtyas, W., & Robiyanto, T. (2021). (2021). Buana komunikasi. *Komunikasi Organisasi Di Hotel (Analisis Deskriptif Kualitatif Komunikasi Organisasi Di Hotel Malaka Bandung)*, 11–18.
- Pratiwi, W. Y. (2024). *Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kc Bandar Jaya, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Metro*.
- Putri, N. A., & Ardyansyah, F. (2023). Implementasi Islamic Marketing Mix pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Basuki Rahmat Surabaya Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2804–2814.

<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3651>

- Putri Rahayu Ningsih, T. R. (2022). ANALISIS PROSEDUR PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS BSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN NASABAH PEMBIAYAAN PADA BANK SYARIAH INDONESIA KCBOJONEGORO. *Jurnal Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 440–453.
- Rahmad Hendi Zaelan. (2022). Ribhuna: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAHDALAM PEMBIAYAAN CICIL EMAS DI BANK SYARIAH INDONESIA KC. ROGOJAMPI. *Rahmad Hendi Zaelani*, 1, 1–13.
- Ramadhan, D., Soemarso, E. D., & Kusuma, S. Y. (2022). Strategi Pemasaran Digital Produk Cicil Emas pada Bank BSI KCP Semarang Banyumanik. *Jurnal Pustaka Aktiva*, Vol. 2(No. 2), Hal. 55-61.
- Ravita, R. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pembiayaan Murabahah Pada Produk Cicil Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Medan Krakatau. *Maisyatuna*, 5(1), 129–141. <https://doi.org/10.53958/mt.v5i1.443>
- Rusnani, Enita, Tukidi, & Haryanto, E. (2025). Journal of Scientech Research and Development. *Journal of Scientech Research and Development*, 3(1), 24–32.
- Saputra, I., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran BPR Syariah Amanah Ummah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Berinvestasi Emas. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 803–809. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2074>
- Sari, H., & Pradana, M. R. A. (2018). Perancangan Strategi Pemasaran Galeri Investasi Berdasarkan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Investor untuk Berinvestasi. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 17(2), 158. <https://doi.org/10.23917/jiti.v17i2.5887>
- Tahir et.Al. (2023). *Metodologi Penelitian*.
- Yogi, G. A., & Basir, G. (2023). Syariah Indonesia Kcp Pulau Punjung Kabupaten. *Astina Mandiri*, 2, 222–231.