

DAFTAR PUSTAKA

- Ajib, M. (2019). Asuransi Syariah. Jakarta: Rumah Fiqh *Publishing*, 68.
- Alma, B. (2014). Manajemen Bisnis Syariah: Menanamkan Nilai Praktis Syariah dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: *Alfabeta*, 340.
- Alma, B. (2005). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. *Alfabeta*, 159.
- Amrin, A. (2006). Asuransi Syariah: Keberadaan dan Kelebihannya di Tengah Asuransi Konvensional. Jakarta: *PT. Elex meia Komputindo*, 3.
- Apri Yadi, *Staff Marketing*, PT.Asuransi Jiwa Syariah Al Amin Cabang Palembang, Wawancara Langsung, Senin 29 Mei 2023.
- Arifin, Z. (2012). Penelitian Pendidikan. Bandung: *PT. Rosdakarya*, 233.
- Assauri. (2004). Manajemen Pemasaran. Jakarta: *Rajawali Press*, 19-20.
- AY, Ratnawati. (2017). Analisis Manajemen Pemasaran Batik di kampoeng batik Laweyan Surakarta. *Jurnal Informasi Politeknik Indonusa* Surakarta ISSN: 2442-7942, Vol. 3 (1), 3.
- Deni Wahyudi, Pimpinan Cabang, PT.Asuransi Jiwa Syariah Cabang Palembang, Wawancara Senin 29 Mei 2023.
- Emzir (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data. Jakarta : *PT Rajagrafindo Persada*, 38.
- Fadelsyah, M, T. (2021). Manajemen Pemasaran Syariah. Serang: 2.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, konsep, dan Strategi Pemasaran Syariah. *Jurnal Salimah*, Vol.1, (2), 197.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Mui, diakses dari https://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/21-pedoman_asuransi_syariah.pdf pada 18 Februari 2023.
- Fitria, A. (2016). Analisis Dana Tabarru' Asuransi Jiwa Syariah Menggunakan Perhitungan *Cost Of Insurance*. *Buletin Ilmiah matematika, Statistik, dan Penerapannya*, Vol. 5 (1), Bimaster, 56.
- Fred R. David*. (2016). Manajemen Strategik, Jakarta: *Selemba Empat*, 11.
- Hafidhuddin, D. (2003). Manajemen Syariah dalam Praktik. Jakarta : *PT. Gema Insani Press*, 152.

- Haryanti, S. (2019), Analisis Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk Batik pada PT.Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Ekonomi*, 145.
- Hasan Ali, AM. (2003). Masail Fiqhiyah: Zakat, Pajak, Asuransi, dan Lembaga Keuangan. Jakarta: *PT. Raja Grafindo Persada*, 95.
- Hayani, N. (2012). Manajemen Pemasaran bagi Pendidikan Ekonomi. Pekanbaru: *Suska Press*, 86.
- JDIH BPK RI Database Peraturan, UU No.4 Tahun 2014, <https://peraturan.bpk.go.id/home/details/38785/uu-no-40-2014>. Diakses pada 18 Februari 2023.
- Kartajaya. (2009). *MarkPluss basic*. Jakarta: *Erlangga*, 63.
- Kasmir. (2004). Pemasaran Bank. Jakarta: *Kencana*, 121.
- Kereh, F. (2018). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, Vol. 6, (2), 970.
- Kolter, P. (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta: *PT. Prenhallindo*, 62.
- Kolter, P. & Kelle, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Ed*, (United States Of America: *Pearson*, 408
- Kolter,P. Amstrong,G. (2001). *Principles of Marketing Edition* : Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I Ed. 8. Jakarta: *Erlangga*, 76.
- Latumaerissa, J. (2011). Bank dan Lembaga keuangan Lain. Jakarta Selatan: *Selemba Empat*, 447.
- Lupiyoadi, R. (2006). Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek Edisi 1. Jakarta: *Selemba Empat*, 73.
- Mamik. (2015). Metodologi Kualitatif. Sidoarjo: *Zifatama Publisher*, 3-5.
- Marcelina, J. (2017). Pengaruh *Marketing Mix* (7P) terhadap Keputusan Pembelian pada *Guest House* di Surabaya, *Jurnal Ekonomi*, 2.
- Mardani. (2017). Aspek Hukum Lembaga keuangan Syariah di Indonesia. Jakarta: *Kencana*, 99-103.
- Muhammad. (2013). Metodologi Penelitian Ekonomi Islam. Jakarta: *Rajawali Pers*, 103.
- Muharram, H, R. (2018). Manajemen Pemasaran:Konsep dan Strategi, 2.
- Nasution. (2014). Metode *Research*. Jakarta: *Bumi Aksara*, 143.

- Nizar, M. (2016). Hubungan Asuransi dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. diakses dari https://mpra.ub.uni.muenchen.d/97928/1/MPRA_paper_97928.pdf, pada 1 Februari 2023.
- Nopriansyah, W. (2016). Asuransi Syariah: Berkah Terakhir yang Tak Terduga, Yogyakarta: Andi, 44.
- Prawirosentono, S. (2004). Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total *Quality* Manajemen. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 152
- PT.Asuransi Jiwa Syariah Al Amin, *Company Profile*. diakses pada 20 Mei 2023.
- Rachmat. (2014). Manajemen Strategi, Bandung: CV. Pustaka Setia, cet 1, 38.
- Rachmawati, R. (2011). Peran Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran), *Jurnal kompetensi Teknik*, Vol 2 No. 2, 4.
- Rastuti, T. (2016). Aspek Hukum Perjanjian Asuransi. Yogyakarta: Medpress Digital, 1.
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada perusahaan Gentig Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* Vol. 6 (2), 51-52.
- Safitri, R, H. (2017). Analisis pengaruh Strategi *Segmenting, Targetting, Positioning* Terhadap Keputusan Pelanggan Membeli Nu Green Tea. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* vol. 6 (1), 33
- Shinta, A. (2011). Manajemen Pemasaran. Malang: UB, 105.
- Sinurat, E. (2018). Analisis *Segmenting, Targeting, Positioning* terhadap Kinerja Pemasaran pada PT. Bank Sumut Imam Bonjol Medan. *Jurnal Ilmiah Methonomi*, Volume 4 (2), 160-161.
- Siyato, S. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publisng, 124
- Suripto,T. (2017). Analisis Penerapan Prinsip Syariah dalam Asuransi. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Yogyakarta, Vol. 7 (2), 134.
- Syakirsula, M. (2004). Asuransi Syariah (*life and general*): Konsep dan Sistem operasional. Jakarta : Gema Insani, 30.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi 3, Yogyakarta: Penerbit Andi, 69.
- Winarni, E. (2018). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Jakarta: Bumi Aksara, 172.
- Winarno, S. (2015). Analisis Perbandingan Asuransi Syariah dan Asuransi Konvensional. *Jurnal Moneter* Vol. 2 No. 1, 23-24.