

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A., dan Narbuko. (2015). Metodologi Penelitian. Jakarta: Bumi Aksara
- Annisa Novceria Rahma and Ari Pradhanawati, “Menggunakan Analisis Five Forces Porter Dan SWOT (Kasus Pada UKM Lunpia Kings Semarang) Pendahuluan”, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 7, No. 2, (2018)
- Anoraga, P. (2019). Manajemen Bisnis. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi. Jakarta: Rajawali.
- Damar Purba Pamungkas, “Analisis Competitive Force dan Competitive Strategy Sistem Informasi Kuliner di Indonesia”, Jurnal Elektronik, Informatic and Vocational Information (ELINVO), vol. 1, no. 2, Mei 2016
- Fredn R. David, “Manajemen Strategi Konsep”, Buku 1, Edisi 12, (Jakarta: Salemba Empat, 2011),
- Hariadi, B. (2020). Strategi Manajemen Strategi Memenangkan Perang Bisnis. Malang: Bayumedia Publishing.
- Handoko, T. H. (2019). Manajemen, Cetakan Duapuluh. Yogyakarta: BPFE.
- Hunger, J. David & Wheelen, T. L. 2007. Manajemen Strategis. Yogyakarta: Penerbit: ANDI
- <http://kur.ekon.go.id/upload/peraturan/BukuPeraturanKUR.pdf> diunduh pada Kamis 20 November 2024, pukul 14.00 WIB
- Ikatan Bankir Indonesia. (2015). Mengelola Bisnis Pembiayaan Bank Syariah. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ikatan Bankir Indonesia. (2015). Strategi Bisnis Bank Syariah. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Jenni, J., & Murhadi, W. R. (2024). Formulasi Strategi OCBC dalam Menghadapi Daya Saing Perbankan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), 396–413. <https://doi.org/10.33059/jseb.v15i2.9777>
- Kriyantono, R. (2018). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Laksana, M. F. (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Sukabumi : CV Al Fath Zumar.
- Linda Maryani and Harmon Chaniago, “Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Di Industri Fashion.” Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi, Vol. 5, No. 1, 2019

- Michael E. Porter, “Strategi Bersaing (Competitive Strategy)“, (Jakarta: Erlangga, 2018)
- Muhammad Ismail Sha Maulana, Muhammad Firdan, Sofia Rachmah Sabilla, & Abdul Hakam. (2022). Perkembangan Perbankan Syariah Di Era Digitalisasi. *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 2(1), 85–110. <https://doi.org/10.36781/iqtisadie.v2i1.225>
- Muis, S.(2015). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Moleong, J, Lexy. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Natalia, D. U., Manajemen, P. S., & Jaya, U. P. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran 7P Kredit Usaha Rakyat Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Tarempa Natuna English title : Analysis of 7P Marketing Strategy of People ' s Business Credit at PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Sub-Branch Office Tarempa Natuna*. 1(5), 140–145.
- Ningsih, S. W., & Madaniah, L. (2022). *Strategi Bauran Pemasaran Produk Kredit Usaha Rakyat terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Suniaraja*. 6(1), 154–160. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i1.476>
- Novia Fransisca Supramono, 2020 Strategi Marketing Mantri Kur Mikro Dalam Mendapatkan Nasabah*1 , 2 , 3 1. *September*, 312–322.
- Nurhayati, Sri dan Wasilah. (2016). Akutansi Syariah Di Indonesia. Jakarta : Salemba Empat.
- Pasal 1 Peraturan Menteri Koordinator Bidang Ekonomi (PERMENKO) No 8 Tahun 2015 tentang Pedoman Pelaksanaan Kredit Usaha Rakyat
- A Pearce II Jhon.Richard B. Robinson Jr.(2013). Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian, Terj. Nia Pramita Sari.Jakarta: Salemba Empat.
- Permatasari, A. (2017). Analisa Konsep Perencanaan Strategis. *Jurnal Ilmiah Magister Administrasi*, 11(2), 13-17
- Rika Mawarni, M. I. F. and S. (2021). Application of Sharia Bank Digital Banking as a Customer Retention Effort During the Covid-19 Period. *Jurnal.Stai-Alazharmenganti.Ac.Id*, 9(2), 39–54. <http://jurnal.stai-alazharmenganti.ac.id/index.php/AlIqtishod/article/view/233>
- Salma Durroh Salsabilati, “Analisis Strategi Bersaing Namira Hotel Syari’ah dengan Porter Five Forces”, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018
- Sedarmayanti. (2014). Manajemen Strategi. Bandung : Revika Aditama
- Sedjati, R. S. (2018). Management Pemasaran. Yogyakarta : Deepublish

- Simamora, B. (2014). *Pemasaran Strategik*. Tangerang : Universitas Terbuka.
- Subkhi Mahmasani. (2020). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 2009(September), 274–282.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Sutanto, H. (2013). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Werdi Apriyanti, H. (2018). Perkembangan Industri Perbankan Syariah Di Indonesia : Analisis Peluang Dan Tantangan. *Maksimum*, 8(1), 16. <https://doi.org/10.26714/mki.8.1.2018.16-23>
- Yuristama, A. P., Muhardi, M., & Nurhasanah, N. (2023). Pengembangan Ide, Opportunities dan Kreativitas dalam Peningkatan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Analisa Pengembangan Inovasi PT Bank Syariah Indonesia Tbk). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(3), 1684. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i3.2126>