

DAFTAR PUSTAKA

- Achsa, Andhatu., Destiningsih, Rian & Hirawati, Heni. (2020). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata Desa Taman Bunga Manohara Desa Purwodadi. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 5 (1).
- Adnyana, I. M. (2020). *Manajemen Investasi dan Portofolio* (M. M. Melati, S.E. (ed.)). Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Ady, S. A., Mulyaningtyas, A., & Farida, I. (2020). *Meneropong Perilaku Investor Lembaga Di Bursa Efek Indonesia*. Sidoarjo: Zifatama Jakarta.
- Agung, I. G., & Sri, K. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Ida Bagus Ngurah Satwika Purwa 1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Asuransi Pada Masa Sekarang Sudah Sangat Lumrah Di Kalangan Masyarakat. Dalam *Perencanaan Keuangan Asuransi M. E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(1), 192–220.
- Alam, S. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Melalui Analisis Swot Pada Jaxs Barbershop Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Karimah Stie Amkop Makassar*, 2(3), 2089–9351.
- Alam, S. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Melalui Analisis Swot Pada Jaxs Barbershop Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah KARIMAH STIE AMKOP Makassar*, 2(3), 2089–9351.
- Alexandrescu, M. B & Milandru, Marius. 2018. Promotion As A Form Of Communication Of The Marketing Strategy. *Land Forces Academy Review*, 23 (4).
- Ali, I., Sutarna, I. T., Abdullah, I., Kamaluddin, K., & Mas'ad, M. (2019). Faktor Penghambat Dan Pendukung Badan Usaha Milik Desa Pada Kawasan Pertambangan Emas Di Sumbawa Barat. *Sosiohumaniora*, 21(3). Terdapat dalam <https://doi.org/10.24198/Sosiohumaniora.V21i3.23464>. Diakses pada 23 Juni 2023.
- Ambarphati, Sasha. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Sekuritas (Studi Komparatif PT. Phintraco Sekuritas Mataram dan PT. Indo Primer Sekuritas Mataram). *Schemata, Jurnal Pascasarjana IAIN mataram*, 9(1).
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*. 2(1). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah - Core . Diakses pada 09 September 2022.

- As'ad, A., Muhammad S.B., & Asdar D. (2020). Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Balai Besar Industri Hasil Perkebunan Makassar. *Celebes Equilibrium Journal*,1(2).
- Asytuti, R., & Astuti, L. W. (2021). Pengaruh Keamanan Produk, Digital Marketing Dan Motivasi Terhadap Omset Penjualan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, 3(3), 131–142.
- Bakri, Maria H. (2019). *Asuhan Keperawatan Keluarga*. Denpasar : Sagung Seto.
- Chairina. (2021). Analisis Keputusan Investasi Saham Berdasarkan Nilai Intrinsik Saham Dengan Metode Earning Per Share (Eps) Dan Price Earning Ratio (Per) Pada Perusahaan Sub Sektor Rokok Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Hukum & Humaniora*, 3(3).
- Daeng, I. T. M., Mewengkang & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *E Jurnal Acta Diurna*, 6(1), 1–15.
- Dewi, N.H., Muhammad I.F., Suharto, Lita M. 2021. Strategi Pemasaran Yang Efektif Dalam Meningkatkan Minat Menabung Nasabah Di Era Covid-19. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. 6(3). <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v6i3.8062>. Diakses pada 09 September 2022.
- Eriyanti, Nahara. (2019). Perdagangan Saham di Pasar Modal Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Transaksi di Pasar Perdana dan Pasar Sekunder Pada Pasar Modal). *Journal of Sharia Economic Law*, 2(2): 195-204.
- Farizka Novaliana. (2021). Tanggung Jawab Perbankan Terhadap Pembobolan Rekening Nasabah Melalui Internet Banking. In *Prodi Ilmu Hukum Fakultas Syariah Dan Hukum Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Ferreira, Zonia Dos R. (2019). Analysis of Business Marketing Strategy in an Effort to Increase the Sales Volume of Company X in Dili City, East Timor. *European Journal of Business and Management*, 11(29).
- Garaika & Feriyan, Winda. (2018). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*,16(1).
- Hamidi, I. (2018). *Analisis Strategi Perusahaan Teguh Mahakarya Yogyakarta*. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
- Handayani, Tri. (2020). Penguatan Regulasi Penghapusan Pencatatan Efek Oleh Bursa. *RechtIdee*, 5(1).
- Handini, S. Astawinetu, E. D. (2020). *Teori Portofolio dan Pasar Modal Indonesia*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Hartono, J. (2022). *Portofolio dan Analisis Investasi*, Edisi 2. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hermuningsih, S. (2019). *Pengantar Pasar Modal Indonesia* (Edisi 2). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hudani, Amalia. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *E-BISMA*, 1(2), 99-107.
- Iffah, L. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 79. <https://doi.org/10.22219/Jes.V3i1.5836>. Diakses pada 09 September 2022.
- Imbrahim, et.al. (2018). The Effectiveness of Promotion Strategy Influence

- Consumer Buying Behavior of Menara Optometry. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(8).
- Ismawati. (2019). Peran Dan Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Penabung Pada Bank Syariah Mandiri Kcp. Panakukang Kota Makassar. *AL-MASHRAFIYAH: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 3(1).
- Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis Swot Dalam Pengembangan Bisnis (Studi Pada Sentra Jenang Di Desa Kaliputu Kudus). *Bisnis : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363. <https://doi.org/10.21043/Bisnis.V5i2.3019>. Diakses pada 09 September 2022.
- Izzati, I.N., Dwi N.S., Kharis F.H. (2020). *Minat Investor Muda Dalam Berinvestasi Reksa Dana Di Bukalapak*. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. 2(1). Diakses pada 09 September 2022.
- Junaedi, I.W., dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran Implementasi Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0*. Bojongsari: Eureka Media Aksara.
- Khoirani. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pendidikan Berasuransi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor. *Jurnal Nisbah Volume 6 No. 1*. <https://doi.org/10.30997/jn.v6i1.1867>. Diakses pada 09 September 2022.
- Khotimah, H., Warsini, S., & Nuraeni, Y. (2018). Pengaruh Sosialisasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investor Pada Efek Syariah Di Pasar Modal. *Jurnal Account*, 423–433. <http://akuntansi.pnj.ac.id/upload/artikel/files/Sabarwaarsinijuni2016.pdf>. Diakses pada 09 September 2022.
- Kotler E Keller. (2012). *Adiministração De Marketing*. In *Pearson Education Do Brasil L.Tda* (Vol. 14, Issue Edição).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Agus, S., & Nuradhawati, R. (2021). *Teknik Analisa*. Bandung : Alfabeta.
- Lestari, Putri & Saifuddin, Muchammad. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2).
- LPBP dan LPB. (2018). *Panduan Penelitian dan Pelaporan Penelitian Kualitatif*. Lembaga Penerbit Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan (LPB). <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>. Diakses pada 09 September 2022.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *Jps (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/Jps.V1i1.205>. Diakses pada 09 September 2022.
- Moleong, Lexy J.(2017). *Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Muflihatin, S.I., Nursamsi, & Muttaqin M.K. (2021). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Simpanan Pelajar (Simpel) pada PD. BPR Bank Daerah Lamongan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9 (2).

- Murtono, I. H. W. (2017). *Evaluasi Aplikasi HOTS (Home Online Trading System) Sebagai Perangkat Lunak Pendukung Keputusan Penentuan Jual Atau Beli Saham*. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.
- Nabilla A. G, A. T. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi. *Kritis*, 5, 21–40.
- Nafiah, A., Isharijadi, & Farida S. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di BPR Mulyo Raharjo. *JAMER : Jurnal Ilmu – Ilmu Akuntansi*, 2(1).
- Oktaryani, S. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi Investor Individu Di Kota Mataram*. *Jurnal Magister Manajemen Unram*. 9(4). <http://dx.doi.org/10.29303/jmm.v9i4.584>. Diakses pada 09 September 2022.
- Pangaila, M., Silvya L.M., Rudy S.W. (2020). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada PT. Pegadaian CP Manado Selatan). *Jurnal EMBA*, 8(4).
- Poluan, J. G., dan M. M. Karuntu. (2021). Pengaruh Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Luar Daerah Pada Objek Wisata Di Kota Tomohon Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1).
- Prastya, A., & Susianto. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Pembiayaan Murabahah Pada Bprs Al-Washliyah Medan. *Jurnal FEB*, 1(1).
- Putri, Heka Ananda & Suhermin. (2022). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(4).
- Putri, Meidya. (2022). Analisis Fundamental Dan Teknikal Saham Pt. Bank BTPN Syariah Tbk. *Journal Islamic Banking and Finance*. 2(1).
- Putri, N. L. A. (2022). Pengaruh Kinerja Bank Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Pasca Merger. *Wadiah*, 6(2), 120–140.
- Rachman, T. (2018). Pengaruh Perencanaan Strategi Terhadap Kinerja Melalui Implementasi Strategi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Rahmawantari, D. M. (2020). Evaluasi Risk Dan Return Perusahaan Sektor Pertanian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 63–73. <https://doi.org/10.35137/Jmbk.V8i2.424>. Diakses pada 09 September 2022.
- Rani, I. D. (2021). *Pengaruh Efektivitas Pembukaan Rekening Online Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Di Jawa Timur)* 19, Issue 16423145. Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Rohali, S. I., & Utomo, R. (2022). Perlakuan Pajak Penghasilan Atas Dividen Serta Dampaknya Bagi Pertumbuhan Investasi Di Indonesia, Malaysia, Singapura, Dan Filipina. *Jurnal Pajak Indonesia*, 6(25).
- Rorizki, F., Sakinah, S., Dalimunthe, A., & Silalahi, P. R. (2022). Perkembangan Dan Tantangan Pasar Modal Indonesia. *Economic Reviews Journal*, 1(2),

- 147–157. <https://doi.org/10.56709/Mrj.V1i2.24>. Diakses pada 09 September 2022.
- Ruliant, Gabriella E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Dalam Berinvestasi Reksa Dana Di Aplikasi Bibit (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi Angkatan 2017-2020, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10 (1).
- Rumawi, dkk. (2021). *Hukum Pasar Modal*. Bandung: CV. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Rusdi, Moh. (2019). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6(2).
- Samsuri, A. 2017. Marketing Mix Sebagai Strategi Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Perbankan Syari'ah. *WADIAH*, 1(1), 68–88. <https://doi.org/10.30762/Wadiah.V1i1.1274>. Diakses pada 09 September 2022.
- Sari, Y., & Gultom A.W. (2020). Marketing Strategy In Effort To Increase Competitive Advantage In Small And Medium Enterprises. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 6(2).
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Jakarta : PT Refika Aditama.
- Shohib, Moch & Sudarso, Indung. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Perumahan Menggunakan Fishbone. *Jurnal MANOVA*, 5(1).
- Simboh, Kevin Fisher, Tampi, Johny R. E & Tamengkel, Lucky F. (2018). Pengaruh Pricing Strategy, Promotion Strategy Dan Brand Equity Differences Terhadap Marketing Position Pt.Garuda Indonesia (Persero), Tbk Branch Office Manado (Rute Penerbangan Manado-Denpasar). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1).
- Sudarmanto, E. Khairad, F. Damanik, D. (2021). *Pasar Uang dan Pasar Modal*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sumani, S., Sandroto, C. W., & Mula, I. (2017). *Perilaku Investor Di Pasar Modal Indonesia*. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 17(2), <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2013.v17.i2.2250>. Diakses pada 09 September 2022.
- Suprasta, N., & Nuryasman M.N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi Saham. *Jurnal Ekonomi*, 25(2).
- Syahrun, Muhammad. (2021). Peranan Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Batu Cetak. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 7(2).
- Tahir, H., Zainal S., & Marhani. (2021). Strategi Marketing Funding Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Di Bank Bni Syariah Parepare. *Banco*, Vol. 3.
- Tandelilin, Eduardus. (2017). *Pasar Modal:Manajemen Portofolio dan Investasi*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 Tentang Otoritas Jasa Keuangan

- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal.
- Wardhana, A. (2020). *Pengantar Ilmu Investasi*. Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia.
- Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/Jm.V8i2.348>. Diakses pada 09 September 2022.
- Wibowo, Mohamad E., Daryanto, Arief & Rifin, Amzul. 2018. Strategi Pemasaran Produk Sosis Siap Makan (Studi Kasus: PT Primafood Internasional). *Manajemen IKM*, 3(1).
- William, J. Sanjaya, R. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perusahaan Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 19(1): 152-162.
- Yakin, Khusnul & Ratnasari, Ike. (2018). Marketing Strategy of Kedai Karya Online Shop to Increase Sales. *Journal of Economics, Business, and Government Challenges*, 1(1).
- Yolanda & Wijanarko, Darmanitya H. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *Jurnal Manajemen*, 6(1).
- Yusuf, Y. M. (2022). *Mengenal Jakarta Automatic Trading System dan Keuntungannya*. <https://www.idxchannel.com/yuknabungsaah/mengenal-jakarta-automatic-trading-system-dan-keuntungannya>. Diakses 14 September 2022.
- Zulchayra, Z., Azharsyah, & Fitria, A. (2020). Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa Di Banda Aceh). *Jihbiz Global Journal Of Islamic Banking And Finance*, 2(2), 138–155.
- Agung, I. G., & Sri, K. (2018). KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH Ida Bagus Ngurah Satwika Purwa 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Asuransi pada masa sekarang sudah sangat lumrah di kalangan masyarakat . Dalam perencanaan keuangan asuransi m. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(1), 192–220.
- Alam, S. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Melalui Analisis Swot Pada Jaxs Barbershop Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah KARIMAH STIE AMKOP Makassar*, 2(3), 2089–9351.
- Ali, I., Sutarna, I. T., Abdullah, I., Kamaluddin, K., & Mas'ad, M. (2019). Faktor Penghambat Dan Pendukung Badan Usaha Milik Desa Pada Kawasan Pertambangan Emas Di Sumbawa Barat. *Sosiohumaniora*, 21(3). <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.23464>
- Asytuti, R., & Astuti, L. W. (2021). Pengaruh Keamanan Produk , Digital Marketing dan Motivasi Terhadap Omset Penjualan. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 3(3), 131–142.
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N. ., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol

Unsrat Manado. *e jurnal acta diurna*, VI(1), 1–15.

FARIZKA NOVALIANA. (2021). TANGGUNG JAWAB PERBANKAN TERHADAP PEMBOBOLAN REKENING NASABAH MELALUI INTERNET BANKING. In *PRODI ILMU HUKUM FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA*.

Iffah, L. (2018). Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 79. <https://doi.org/10.22219/jes.v3i1.5836>

Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 5(2), 363. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3019>

Khotimah, H., Warsini, S., & Nuraeni, Y. (2018). Pengaruh Sosialisasi dan Pengetahuan terhadap Minat Investor pada Efek Syariah di Pasar Modal. *jurnal Account*, 423–433.

Kotler e Keller. (2012). Adiministração de marketing. In *Pearson Education do Brasil L.tda* (Vol. 14, Nomor edição).

Kurniasih, D., Rusfiana, Y., Agus, S., & Nuradhawati, R. (2021). Teknik Analisa. In *Alfabeta Bandung*.

Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>

Murtono, I. H. W. (2017). *EVALUASI APLIKASI HOTS SEBAGAI PERANGKAT LUNAK PENDUKUNG KEPUTUSAN PENENTUAN JUAL ATAU BELI SAHAM*. PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SANATA DHARMA.

Nabilla A. G, A. T. (2021). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi. *Kritis*, 5, 21–40.

Nosita, F., & Lestari, T. (2019). Toleransi Risiko Pada Wanita di Indonesia. *Kajian Ekonomi Keuangan*, 3(2), 87–102. <https://doi.org/10.31685/kek.v3i1.450http://fiskal.kemenkeu.go.id/ejournal>

OJK. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–99.

Putri, N. L. A. (2022). Pengaruh Kinerja Bank Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi) Pasca Merger. *Wadiah*, 6(2), 120–140.

Rachman, T. (2018). Pengaruh Perencanaan Strategi Terhadap Kinerja Melalui Implementasi Strategi. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–

952., 10–27.

Rahmawantari, D. M. (2020). Evaluasi Risk Dan Return Perusahaan Sektor Pertanian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 63–73. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.424>

Rani, I. D. (2021). *PENGARUH EFEKTIVITAS PEMBUKAAN REKENING ONLINE DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI MASA PANDEMI COVID 19 (STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA DI JAWA TIMUR)* (Vol. 19, Nomor 16423145). PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM JURUSAN STUDI ISLAM FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA.

Rorizki, F., Sakinah, S., Dalimunthe, A., & Silalahi, P. R. (2022). Perkembangan dan Tantangan Pasar Modal Indonesia. *Economic Reviews Journal*, 1(2), 147–157. <https://doi.org/10.56709/mrj.v1i2.24>

Wibowati, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15–31. <https://doi.org/10.36546/jm.v8i2.348>

Zulchayra, Z., Azharsyah, & Fitria, A. (2020). Minat investasi di Pasar Modal Syariah (Studi pada mahasiswa di Banda Aceh). *Jihbiz Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 138–155.

