

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyandi, d. (April 2016). Analisis Bauran Promosi (Promotion Mix) Produk Multilinked Syariah pada Asuransi Panin Dai- Ichi Life Cabang Pekanbaru. *Jurnal Valuta : Volume. 2, Nomor. 1*, 58.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Anggito, A. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Constantianus, F. (Maret 2006). Produk dan Jasa dalam Kaitannya dengan Tingkat Kepuasan Konsumen sebagai Elemen dalam Sistem Kerja E-Commerce. *Jurnal Sistem Informasi UKM, Vol. 1, No. 1*, 29.
- Dakir. (2018). *Manajemen Humas di Lembaga Pendidikan Era Global*. Yogyakarta: K-Media.
- Darmesta, B. S. (2002). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Divisi Keuangan Mikro Syariah, D. K. (2019). *Strategi Pengembangan Keuangan Mikro Syariah di Indonesia*. Jakarta: Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS).
- Elisabeth Agita Sari, d. (April 2019). Strategi Promosi Melalui Direct Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi : Volume. 17, Nomor. 1*, 18.
- Fatihudin, D. (2019). *Pemasaran Jasa : Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Firmansyah, A. (2019). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- \_\_\_\_\_. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, F. (2012). Personal Selling Dalam Perspektif Islam. *Iqtishoduna : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol.8 No.1*.
- Ginting, I. I. (2014). Analisis Strategi Pengembangan BMT (Baitul Maal Wat Tamwil) di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan : Volume. 2, Nomor. 11*, 675.
- Gitosudarmo, I. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hardani, d. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Haryono, T. (Maret 2010). Pentingnya Menjaga Dan Meningkatkan Hubungan Baik Dengan Konsumen Dalam Masa Krisis. *Jurnal Jejak : Vol.3, No.1*, 78.
- Hidayat, S. (Oktober 2013). Penerapan Akuntansi Syariah pada BMT Lisa Sejahtera Jepara. *JDEB : Volume. 10, Nomor. 2*, 171-172.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Panduan Penelitian beserta Contoh*

*Proposal Kualitatif*. Pontianak: Alfabeta.

Jayanti, S. (2018). *Praktis Public Relations Dalam Pandangan Islam. Komunida : Media Komunikasi dan Dakwah Vol. 08 No. 02.*

Karim, M. A. (2012). *Kamus Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Asnalitera.

Kasmir, J. (2003). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.

Kewas, G. M. (Oktober 2020). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran dan Manajemen Hubungan Pelanggan terhadap Kepuasan Wisatawan China pada Best Western Lagoon Hotel Manado. *Jurnal EMBA, Vol. 8, No. 4*, 102.

Liliweri, A. (2011). *Komunikasi : Serba Ada, Serba Makna*. Jakarta: Kencana.

Marceline Livia Hedynata, W. E. (April 2016). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 1.*

Maryam. (Oktober 2017). Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bengkalis. *Jurnal FISIP : Volume. 4, Nomor. 2, 3.*

Mega Fareza Dellamita, d. (April 2014). Penerapan Personal Selling (Penjualan Pribadi) Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi pada PT. Adira Quantum Multifinance Point of Sales (POS) Dieng Computer Square Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) : Volume. 9, Nomor. 2, 3.*

Melina, F. (November 2020). Pembiayaan Murabahah di Baitul Maal Wat Tamwil (BMT). *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance Volume 3 Nomor 2.*

Mulyaningrum. (Januari 2009). Baitul Maal Wat Tamwil : Peluang dan Tantangan dalam Pengembangan Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Seminar on Islamic Finance.*

Mutaqin, A. (Maret 2013). Konsep Periklanan Dalam Ekonomi Islam . *Cahaya Aktiva Vol.03 No. 01, 7-9.*

Nazaruddin Aziz, d. (Juli 2021). Pengaruh Produk dan Promosi Tabungan Tamara terhadap Keputusan Nasabah Menabung pada KSPPS Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) El-Uswah Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta : Volume. 16, Nomor. 2, 106.*

Nonie Afrianty, d. (2019). *Lembaga Keuangan Syariah*. Bengkulu: CV. Zigie Utama.

Novi Tri Wahyuni, d. (Februari 2021). Promosi dan Kualitas Pelayanan serta Trust terhadap Pengambilan Keputusan di Koperasi Syariah BMT Berkah Sejahtera. *Jurnal Bonanza : Volume 1, Nomor 1, 66.*

Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.

Rahman, R. S. (April 2016). Pengaruh Bauran Hubungan Masyarakat (Public Relations Mix) terhadap Citra Merek dan Kesadaran Merek serta Implikasinya terhadap Keputusan

- Siswa Memilih Studi. *Jurnal Ekonomi Bisnis & Entrepreneurship : Volume. 10. Nomor. 1*, 47.
- Rahmat Priyanto, d. (Agustus 2018). Peranan Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Rajutan di CV Konta Diaya Binong Jati. *Jurnal Abdimas BSI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume. 1, Nomor. 2* , 296-304.
- Rianto, N. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Sandu Siyoto, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sistaningrum, W. (2002). *Manajemen Penjualan Produk*. Yogyakarta : Kanisius.
- Sitepu, E. S. (2011). *Professional Public Relations*. Medan: USU Press.
- Sugiarto, E. (2017). *Metodologi penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tasruddin, R. (Desember 2015). Strategi Periklanan yang Efektif. *Jurnal Al-Khitabah, Vol. 2, No. 1*, 111-112.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasraan*. Yogyakarta: CV. Andi.
- Tulis, C. (2019). Strategi Marketing Public Relations dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan Kepulauan Talaud - Sulawesi Utara. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian : Volume. 5, Nomor. 1*, 110.
- Wijaya, H. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ilmu Pendidikan Teologi*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Zainuddin, d. (November 2021). Pengaruh Word Of Mouth dan Promosi terhadap Minat Menabung Anggota di KSPPS BMT UGT Sidogiri Cabang Pamekasan. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance Volume 4, Nomor 2*, 320.

Variabel	Subjek	Indikator Bauran Promosi	Sub Indikator
Analisis Implementasi Promosi Produk Simpanan Anak Sekolah (SIMAS) Di KSPPS BMT Sahabat Kita Semua	Manajer dan Staff Marketing di KSPPS BMT Sahabat Kita Semua	<i>Advertising</i> (Periklanan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjelasan mengenai <i>advertising</i> (periklanan)</li> <li>2. Media atau sarana iklan yang dipilih dalam meningkatkan jumlah anggota</li> <li>3. Prosedur dalam melakukan periklanan</li> <li>4. Hasil dari melakukan periklanan</li> </ol>
		<i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjelasan mengenai <i>personal selling</i> (penjualan personal)</li> <li>2. Target marketnya siapa?</li> <li>3. Alasan memilih target market itu</li> <li>4. Prosedur dalam melakukan <i>personal selling</i> (penjualan personal)</li> <li>5. Hasil dari melakukan penjualan personal</li> </ol>
		<i>Sales Promotion</i> (promosi penjualan)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjelasan mengenai <i>sales promotion</i> (promosi penjualan)</li> <li>2. Perbedaan antara promosi penjualan dengan periklanan</li> <li>3. Jenis promosi penjualan yang dilakukan oleh KSPPS BMT Sahabat kita semua : apakah dalam bentuk kupon, tawaran, hadiah, dan lain-lain</li> <li>4. Ketentuan dalam promosi penjualan</li> <li>5. Prosedur dalam melakukan <i>sales</i></li> </ol>

		<p><i>promotion</i> (promosi penjualan)</p> <p>6. Hasil dari melakukan promosi penjualan</p>
	<p><i>Publicity</i> (publisitas)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjelasan mengenai <i>publicity</i> (publisitas)</li> <li>2. Jenis publisitas yang digunakan oleh KSPPS BMT Sahabat kita semua</li> <li>3. Alasan KSPPS BMT Sahabat kita semua memilih menggunakan jenis publisitas itu</li> <li>4. Bagaimana produk Simpanan Anak Sekolah (SIMAS) di mata anggota?</li> <li>5. Prosedur dalam melakukan <i>publicity</i> (publisitas)</li> <li>6. Hasil dari melakukan publisitas</li> </ol>
	<p>Anggota Dari Produk Simpanan Anak Sekolah (SIMAS) Di KSPPS BMT Sahabat Kita Semua</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tentang produk Simpanan Anak Sekolah (SIMAS) yang telah digunakan oleh konsumen</li> <li>2. Alasan memilih memakai produk Simpanan Anak Sekolah (SIMAS)</li> <li>3. Bauran promosi yang dipakai oleh pihak BMT untuk mempromosikan produk</li> <li>4. Pendapat konsumen mengenai promosi yang telah dilakukan oleh pihak BMT : apakah akan berpengaruh untuk meningkatkan jumlah anggota dari produk Simpanan Anak Sekolah (SIMAS)</li> </ol>