DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Marketing Pendidikan, *Telaah Terhadap Promosi Fakultas Ilmu Social Dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakart*", Tesis, Yogyakarta: Program Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga, 2007

Abuddin Nata, *Tafsir Ayat-Ayat Pendidikan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2010)

Abd. Rahman Shaleh, *Psikologi Pendidikan* , (Yogyakarta: PT. Tiara Kencana, 1993)

Adnan Hasan, Asia Hamid, *Strategi Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pasca Perubahan Menjadi Universitas Pada Universitas Muslim Maros*, Jurnal Ilmiah Manajemen Emor, Universitas Muhammadiyah Luwuk, Vo. 3, No.2, 2019

Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2013)

Amstrong, *Dsar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 2006)

Arif Muhammad, Desmarina, *Marketing Skill,* (Medan:FEBIUINSU Press,2020)

Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat* (Jakarta: Kenacana, 2008)

David Aaker, *Manajemen Ekuitas Merek*, (Jakarta: Spektrum, 2009)

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Jumanatul Ali- Art, 2004)

Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Analisis Data*, (Jakarta: Raja Wali Pres, 2012)

Engkoswara, Aan Komariah, *Administrasi Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta, 2010)

Freddy, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2006)

Garaika, Winda Feriyan, *Promosi dan Pengaruhnya Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi*, Jurnal Aktual STIE Trisna Negara, Vo. 16, No.1, 2016

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Hamid Darmadi, Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial, cet. 1 (Bandung: Alfabeta, 2014)

Harahap Sunarji, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Medan, Febi Press, 2019)

Harahap Sunarji, *PengantarManajemen:Pendekatan Integratif Konsep Syariah*, (Medan, Febi Press, 2016)

Hardiansyah,et.Al, *Manajemen Strategis Sektor Publik*, (Yogyakarta: Gava Media 2019),

Husein Umar, *Strategi Management in Action*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001)

Jaiz Muhammad, *Dasar-Dasar Periklanan* , (Yogyakarta:GrahaIlmu,2014)

Kasali, *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Grafiti, 2007)

Kasirul Fadhli, *Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru Pada Universitas Karimun Tahun Ajaran 2017-2018*, Jurnal Purnama Beazam, Universitas Karimun, Vol. 1 No.1, 2019

Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2004)

Kotler, P. & Armstrong, G, *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12* (Erlangga, 2010)

Kotler, P. & Keller, K.L. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi Ke 12*, (Jakarta : Erlangga, 2012)

Kotler, P, & Amstrong, *Marketing Management*, (New Jersey: Prentice Hall, 2012)

Kotler, Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2008)

Lexy J Moelong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005)

Lexy. J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosadakarya, 2014)

Lukiati Komala, *Ilmu Komunikasi Persektif, Proses dan Konteks*, (Widya Padjajaran, 2009)

Lupiyoadi, Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Salemba Empat, 2008)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

M. Nurtanto, M.Fawaid, Y. Fargianti, *Faktor Pengaruh Minat Masuk Perguruan Tinggi di SMK Serang*, Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan, Vo. 14, No.1, 2017

Mulyasa, *Kurikulum Berbasis Kompetensi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003)

Nana Syaodih Sukmandinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Bandung Remaja Rosdakarya, 2011)

Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi* , (Medan, FEbi Press UInsu, 2016)

Onong Ujchana Efendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung: Remaja Rosakarya, 2011)

Pangkalan Data Perguruan Tinggi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan (diakses 22 November 2021

Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2002)

Profil Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam, fusi.uinsu.ac.id, (diakses 22 November 2021)

Quudry Wijaya, *Strategi Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru di Universitas Sriwijaya Sumenep*, dalam jurnal Proseding Call For Paper, 2016

Rabial Kanada, *Trend Promosi Perguruan Tinggi yang Ampuh Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru (Studi Kasus Perguruan Tinggi di Kota Palembang)*, Journal of Islamic Education Management, Universitas Islam Negeri Raden Fateh Palembang, Vo. 5 No.1, 2019

Rian Rizki Hermawan, *Perumusan Strategi Promosi Universitas Muhammadiyah Mataram Untuk Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru*, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Mataram, 2021)

Rusiadi dkk, *Metode Penelitian*, (Medan, Art Design: 2013)

Saladin Djaslim, Manajemen Pemasaran, (Bandung: Linda Karya, 2008)

Shimp, Terence A, *Periklanan Promosi*, (Jakarta, Penerbit Erlangga, 2000)

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Studi Dokumen Buku Panduan Akademik Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam (FUSI) UIN Sumatera Utara Tahun Akademik 2016-2017

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2014)

Suprapto, *Minat Masuk Perguruan Tinggi Bagi Siswa Kelas III Program Keahlian Teknik Instalasi Listrik Pada SMK di Puwerjo*, Laporan Penlitian UNNES, 2007

Swastha, Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Kedelapan, (Jakarta: Penerbit Liberty, 2002

Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Penerbit ANDI, 2002)

Wijaya, David, *Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2016)

Winkel, *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*, (Jakarta : Gramedia, 1994)

Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019

Website

https://sarjanaekonomi.co.id/purposive-sampling/, diakses pada 24 November 2021

Pangkalan Data Perguruan Tinggi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan dalam website https://pddikti.kemdikbud.go.id diakses 22 November 2021

Transformasi UINSU Menuju WCU, dalam website https://waspada.id-uinsu 2020 dipublikasikan pada 17 Februari 2020

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

DAFTAR PERTANYAAN

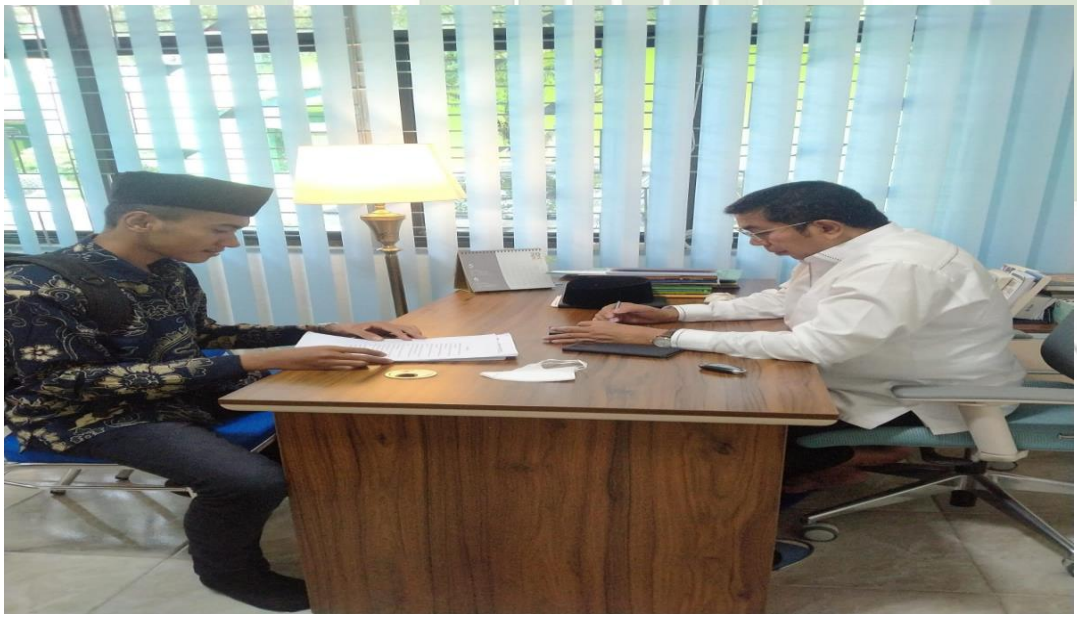
1. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan Fakultas FUSI dalam menarik minat calon mahasiswa baru?
2. Media apa saja yang digunakan Fakultas FUSI dalam upaya promosi penerimaan mahasiswa baru?
3. Kapan ditampilkan iklan promosi penerimaan mahasiswa baru? Dan dimana saja iklan ditayangkan?
4. Apakah ada program yang dilakukan Fakultas FUSI dengan mengunjungi sekolah-sekolah untuk menarik minat calon mahasiswa baru?
5. Apakah ada target Fakultas FUSI untuk penerimaan mahasiswa baru setiap tahunnya?
6. Apakah Fakultas FUSI mempunyai program-program khusus untuk menarik minat mahasiswa baru?
7. Apakah fakultas FUSI bekerjasama dengan pihak lain dalam kegiatan promosi? Seperti misalnya sponsorship
8. Sejauh mana perkembangan mahasiswa baru setelah adanya program-program yang diberikan Fakultas FUSI?
9. Adakah kendala yang dihadapi Fakultas FUSI dalam mempromosikan fakultas?
10. Bagaimana solusi Fakultas FUSI dalam menghadapi kendala dalam mempromosikan Fakultas?

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

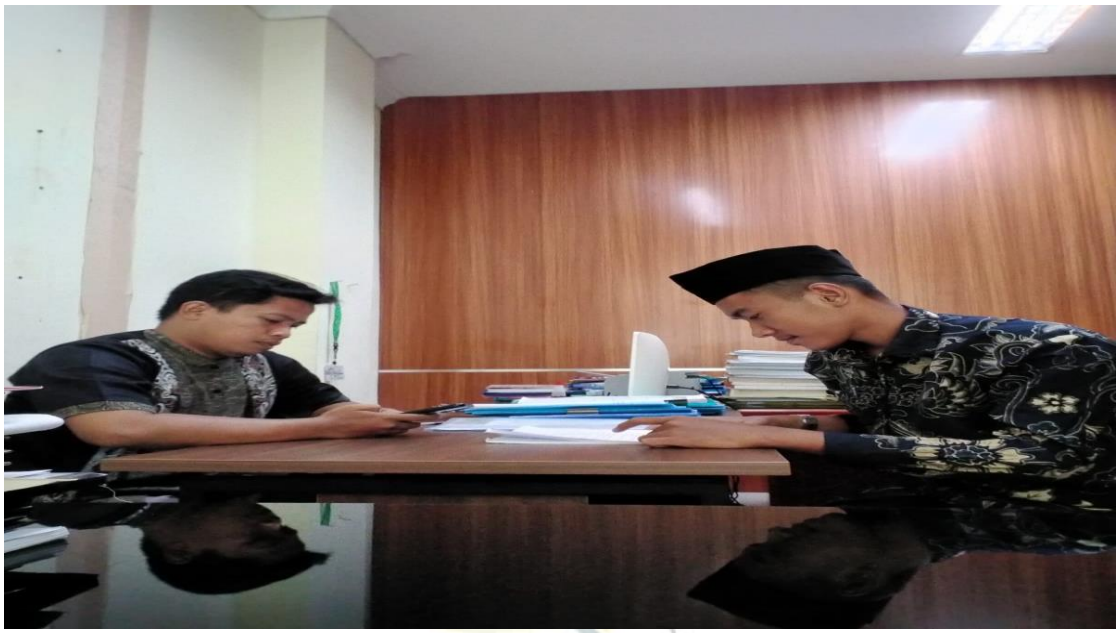
LAMPIRAN II

DOKUMENTASI WAWANCARA

Wawancara bersama Bapak Adenan, MA selaku Ketua Prodi Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam Fakultas FUSI UIN Sumatera Utara



Wawancara dengan Bapak Prof.H. Muzakkir, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam UIN Sumatera Utara.



Wawancara dengan Bapak Heru S.Fil selaku Dosen di Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam (FUSI) UIN Sumatera Utara

Wawancara dengan Ananda Iman Priono selaku Wakil Ketua DEMA Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam (FUSI) UIN Sumatera Utara

Gedung Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam UIN Sumatera Utara

Gedung Akademik Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam (FUSI) UIN Sumatera Utara

Brosur Penerimaan Mahasiswa Baru Fakultas Ushuluddin dan Studi Islam (FUSI) UIN Sumatera Utara

Promosi Personal Selling dengan pendandatanganan kerjasama Fakultas FUSI dengan Tarekat Naqsabandiyah Khalidiyah Besilam

Promosi yang dilakukan dosen di Media Sosial

Iklan Penerimaan Mahasiswa Baru yang dipasang di berbagai Media Sosial