

DAFTAR PUSTAKA

- Abidah, I. (2017). *Implementasi Integrated Marketing Communication (IMC) Pada Produk Pembiayaan BSM Cicil Emas: Studi Kasus PT. Bank Syariah Mandiri Tbk. Kantor Cabang Bojonegoro*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Al Fikri, M. A., Utami, D. P., & Wicaksono, I. A. (2021). Penerapan Integrated Marketing Communication Dalam Strategi Pemasaran Manisan Carica Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Di CV Gemilang Kencana, Kabupatenwonosobo). *Surya Agritama: Jurnal Ilmu Pertanian Dan Peternakan*, 10(2), 245–262.
- Alfatiha, I., & Atika, M. A. (2022). Strategi Pemasaran Produk Mitra Ekawarsa Untuk Siswa Pada PT Asuransi Jiwa Syariah Bumiputera Cabang Meda. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 695–701.
- Anshori, A. G. (2018). *Perbankan Syariah Di Indonesia*. UGM PRESS.
- Arifudin, O., Wahrudin, U., & Rusmana, F. D. (2020). *Manajemen Risiko*. Penerbit Widina.
- Atika, A. (2020). *Ekonomi Mikro Islam*.
- Bahri, E. S., Aslam, M. M. A., Hasan, A. A. H., & Wibowo, H. (2019). Maqasid Al-Shariah In Micro-Entrepreneurs Development: An Overview. *International Conference Of Zakat*, 258–267.
- Bi Rahmani, N. A. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Press UINSU.
- Fadhilah, M. F. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Twin Barber Store Melalui Media Sosial Instagram*. Universitas Komputer Indonesia.
- Hardani, H. A., Ustiawaty, J., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sykmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group.
- Harmain, H., Anggriyani, A., Rasidah, R., Nurlaila, N., Olivia, H., Farina, D., ... Syafina, L. (2019). *Akuntansi Syariah Di Indonesia*.
- Hati, S. R. H., Wibowo, S. S., & Safira, A. (2020). The Antecedents Of Muslim Customers' Intention To Invest In An Islamic Bank's Term Deposits: Evidence From A Muslim Majority Country. *Journal Of Islamic Marketing*.
- Imsar, I. (2018). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan*.
- Indonesia, K. A. R. (2019). *Al-Qur'an Terjemah Tafsir Bil Hadis*. Bandung: Cordoba.

- Irham, M., & Rahma, T. I. F. (2019). *ANALISIS PERSEPSI DOSEN TERHADAP Perbankan Syariah (Studi Kasus Dosen Tamu Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara)*.
- Kamala, N. (2019). *Implementasi Integrated Marketing Produk Bancassurance Pada Pt. Bank Muamalat Kantor Cabang Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Kamilah, K., & Nst, A. I. L. (2019). Peran Industri Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Mengatasi Masalah Kesenjangan Dan Distribusi Pendapatan Di Kota Medan. *Human Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(6).
- Karim, Z. (2017). Strategi Pemasaran Bank Syariah. *Stadium*, 1(1), 1–12.
- Kasmir, K. (2018). Pengantar Manajemen Keuangan Edisi Kedua. *Jakarta: Prenadamedia Group*.
- Kepala Cabang Pembantu Bsi Kcp Binjai Sudirman. (N.D.). *Wawancara Pribadi*. Binjai.
- Lestari, R. D., & Andryani, K. (2019). Penerapan Integrated Marketing Communication (Imc) Berbasis Teknologi Media Online Untuk Meningkatkan Daya Saing Potensi Wisata Di Bukit Mojo Gumelem, Mangunan Yogyakarta. *Charity: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1).
- Mawafi, M. (2020). *Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication Pada Produk Gadai Pt. Bank Bri Syariah Kcp Bangkalan*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Nasution, M. L. I. (2018). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. H. 12.
- Nathania Winata, J. (2021). *Aktivitas Marketing Communication Di Pt. Klik Teknologi Indonesia*. Universitas Multimedia Nusantara.
- Novitasari, A. (2021). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication) Pand's Muslim Department Store Dalam Menghadapi Pesaing Di Yogyakarta*.
- Nuraini, A. Z., Putera, Y. A., & Yuliandhivi, R. (2021). Penerapan Strategi Integrated Marketing Communication (Imc) Oleh Puyo Silky Dessert Untuk Mempertahankan Loyalitas Konsumen. *Sosioedukasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 10(1), 46–58.
- Oktaviani, D. (2021). *Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication Pada Social Business: Studi Deskriptif Pada Pt. Yot Inspirasi Nusantara*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Pranata, H. I., & Mayliza, R. (2019). *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Cv. Laris Motor*

Cabang Air Haji.

- Putri, D. A. K. (2020). *Aktivitas Komunikasi Pemasaran Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Dalam Mempromosikan Malang Beach Festival*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Putri, R. A. A., Kurniati, R. R., & Krisdianto, D. (2021). Implementasi Integrated Marketing Communication (Imc) Pada Produk Rahn Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Unit Gadang). *Jiagabi (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 10(2), 179–188.
- Riana, I. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis Tesis. *Tesis*.
- Saepudin, E., & Mukarromah, S. (2018). Strategi Pemasaran Perbankan Syariah Di Banyumas. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 19(2), 41–58.
- Santoso, P. Y. (2018). Transformasi Integrated Marketing Communication Di Era Digital. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(2), 313–326.
- Sardini, S., & Imsar, I. (2022). Peran Pendistribusian Zakat Produktif Dalam Upaya Pemberdayaan Ekonomi Mustahik Di Baznas Provinsi Sumatera Utara. *Cermin: Jurnal Penelitian*, 6(1), 64–77.
- Soemitra, A. (2017). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Prenada Media.
- Sugiono. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syafina, L. (2019). *Metode Penelitian Akuntansi*. Medan: Febi Press Uin Su.
- Tambunan, K. (2016). *Analisis Pengaruh Investasi, Operasi Moneter Dan Zis Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Umam, K. (2013). *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Cv. Pustaka Setia.
- Zainul Arifin, M. B. A. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Pustaka Alvabet.

LAMPIRAN

Pedoman Wawancara di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Sudirman

PEDOMAN WAWANCARA

“Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Multiguna Hasanah di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Sudirman”

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Oleh karena itu untuk memperoleh data yang lengkap diperlukan pedoman wawancara yang sesuai dengan fokus penelitian. Pedoman wawancara ini merupakan himbuan dari pokok-pokok penelitian:

- A. Lokasi penelitian : Jl. Jendral Sudirman No. 365, Pekanbaru Binjai, Kec, Binjai Kota, Kota Binjai, Sumatera Utara 20742
- B. Identitas Informan
Nama : Irmaya sari
Jabatan: Consumer Banking Retail Manager
- C. Pertanyaan Wawancara
 1. Bagaimana penerapan IMC Produk Pembiayaan Multiguna Hasanah pada BSI KCP Binjai Sudirman?
 2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi ketika melakukan IMC?
 3. Apa saja langkah yang harus dilalui untuk meningkatkan jumlah nasabah Pembiayaan Multiguna Hasanah di BSI KCP Binjai Sudirman?
 4. Apa Visi dan Misi BSI KCP Binjai Sudirman?
 5. Bagaimana Struktur Organisasinya?

Dokumentasi Wawancara



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN