

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, Akhmad, and Fitriansyah Agus Setiawan. "Strategi Integrated Marketing Communication Pada Baznas Demi Meningkatkan Partisipasi Generasi Milenial Indonesia Dalam Berzakat." *Jurnal Penelitian Inovatif* 3, no. 2 (2023): 395–402.
- Alprijamah, Qurotul, and Adityawarman. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembayaran Zakat Perdagangan (Studi Kasus Pengusaha Muslim Batik Di Kota Pekalongan Tahun." *Diponegoro Journal of Accounting* 6, no. 23 (2017): 1–13.
- Ar-rofie, Muhammad Ihsan, and Ahmad Mulyadi Kosim. "Efektivitas Strategi Fundraising Sedekah Berbasis Sedekah Online Di ACT Cabang Bogor" 4, no. 2 (2021): 161–173.
- Badan Amil Zakat Nasional. *Outlook Zakat Nasional 2020*. Puskas Baznas, 2020. <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1113-outlook-zakat-indonesia-2020>.
- Damis, Mahyudin. "Strategi Kebertahanan Usaha Warung Kopi Tikala Manado Suatu Tinjauan Antropologi." *Holistik* 11, no. 21 (2018): 1–23.
- Fahmi, Zul, and Mukhlis M.Nur. "Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Dan Kepercayaan, Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Lhokseumawe." *Jurnal Ekonomi Regional Unimal* 1, no. 3 (2018): 89.
- Fitrah, Iftah Noor Khairatul, and RA. Loretta Kartikasari. "Pengaruh Kredibilitas Brand Ambassador Marsha Aruan Terhadap Brand Image Emina Pada Siswi Sman 10 Tangerang." *Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 1, no. 2 (2022): 49–62.
- Handayani, Mery, Ni Luh Ramaswati Purnawan, and Ni Nyoman Dewi Pascarani. "Komunikasi Pemasaran Terpadu Mata Najwa On Stage 2016 Dalam Meningkatkan Jumlah Khalayak (Studi Pada Activation & Media Mix Department Metro TV Jakarta)." *E-Journal Medium, [SI]* 1, no. 2 (2018): 1–11.
https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/b1103ac23b71cf9ac

da123696b7073b7.pdf.

- Herfiza, Andina, and Muhammad Firdaus. “Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Islam Malahayati Dalam Meningkatkan Kunjungan Pasien Di Kota Medan.” *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau* 5, no. 1 (2018): 1–11. <https://www.neliti.com/publications/200176/komunikasi-pemasaran-rumah-sakit-islam-malahayati-dalam-meningkatkan-kunjungan-p>.
- Indonesia, Majelis Ulama, Pemanfaatan Harta Zakat, and D A N Shadaqah Untuk. “No Title” (2020).
- Lubis, Evawani Elysa, and Wido Sulviawati. “Implementasi Integrated Marketing Communication (Imc) Pada Media Cetak Harian Riau Pos Dalam Mempertahankan Pelanggan.” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 4, no. 1 (2013): 1–9. [http://files/11669/Lubis and Sulviawati - 2013 - IMPLEMENTASI INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION \(I\).pdf](http://files/11669/Lubis%20and%20Sulviawati%20-%202013%20-%20IMPLEMENTASI%20INTEGRATED%20MARKETING%20COMMUNICATION%20(I).pdf).
- Muflichah, I, and I Muslichah. “Analisis Pengaruh Kualitas Konten Media Sosial Merek Terhadap Kesadaran Merek Dan Niat Pembelian Pada Merek Fashion Muslim.” *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* 01, no. 06 (2022): 251–272. <https://journal.uui.ac.id/selma/article/view/27396%0Ahttps://journal.uui.ac.id/selma/article/download/27396/14730>.
- Mujib, Muhamad, and Mega Amelia Nurvianti. “Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Meningkatkan Dana ZIS Pada Lembaga Aamil Zakat Di Era Covid-19.” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 4, no. 2 (2021): 432–447.
- Muntazah, Arina, and Rosiana Andhikasari. “Peran Media Digital Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Filantropi Islam Di Indonesia.” *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 2, no. 1 (2022): 1–7.
- Muttaqin, M N. “Analisis Integrated Marketing Communication Pada Lembaga Amil Zakat, Infaq, Dan Shadaqah Nadhatul Ulama’(Lazisnu) Kabupaten Tuban” (2019).
- Napitupulu, Rodame Monitorir, Rini Hayati Lubis, and Fahrina Putri Sapna.

- “Perilaku Berzakat Di Masa Pandemi COVID-19.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 2 (2021): 771–777.
- Perdana, Dian A D I. “ANALISIS MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK MELALUI METODE INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION DI RUMAH ZAKAT KANTOR CABANG SEMARANG SKRIPSI Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial Islam (S . Sos . I .) Jurusan Manajemen ” (2015).
- Purwono, Rudi, Wahyu Wisnu Wardana, Tri Haryanto, and M. Khoerul Mubin. “Poverty Dynamics in Indonesia: Empirical Evidence from Three Main Approaches.” *World Development Perspectives* 23 (2021): 100346. <https://doi.org/10.1016/j.wdp.2021.100346>.
- Rahmat abidin, Andi, and Mustika Abidin. “Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (S-O-R) Dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran.” *al-Iltizam: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 6, no. 2 (2021): 74–90.
- Rangkuti, Munafi’atul Husna, Imsar, and Rahmat Daim Harahap. “Analisis Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Multiguna Hasanah Di Bank Syariah Indonesia KCP Binjai Sudirman.” *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 5, no. 1 (2023): 5924–5934.
- Rizal, Moch. “Analisis Strategi Pemasaran Go-Jek Indonesia Pasca Keluarnya Uber Dari Pasar Transportasi Daring Indonesia.” *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen* 8, no. 2 (2020): 91–101.
- Rosalinda, Mella, Abdullah Abdullah, and Fadli Fadli. “Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Umkm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu.” *Jurnal Akuntansi* 11, no. 1 (2021): 67–80.
- Sofiyawati, Nenie. “Strategi Promosi Tebar Hewan Kurban Dompot Dhuafa Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.” *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan* 3, no. 3 (2023): 645–663.
- Soraya Periklanan AKOM Bina Sarana Informatika Jl Kayu Jati No, Iin V, and Jakarta Timur. *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT*

- MASYARAKAT JAKARTA DALAM MENGAKSES FORTAL MEDIA JAKARTA SMART CITY. Jurnal Komunikasi. Vol. 1, 2015. www.jakarta.go.id,.*
- Statistik, Badan Pusat, and Provinsi Sumatera Selatan. "SUMATERA SELATAN SEPTEMBER 2022," no. 06 (2023).
- Strategis, Pusat Kajian. *OUTLOOK*, 2021.
- Suherman, Diki. "Hanifiya : Jurnal Studi Agama-Agama Implementasi Kebijakan Pengelolaan Zakat Mal Melalui Badan Amil Zakat Nasional Kabupaten Garut Tahun 2019" 8835 (2020).
- Suyono, Bambang Setiyo Pambudi, Yeni Usman, By Wayne P Bergeron, Starr Roxanne Hiltz, Paloma Diaz, Gloria Mark, Maureen Taylor, et al. "Digital Marketing As an Integrated Marketing." *ACM Transactions on Computer-Human Interaction* 5, no. 2 (2011): 121–151. <http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/humas/article/view/9589>.
- Syah, Nur Rochman, and M Rifa'i. "Marketing Communication Strategy of Warung Sate Lego In the Perspective of Islam." *Sahafa Journal of Islamic Communication* 1, no. 1 (2018): 62.
- Tamara, Sofi, Juhaini Alie, and Muhammad Wadud. "The Effects of Brand Image and Price on Purchase Decision of Vivo Smartphones in Pampangan District." *International Journal of Marketing & Human Resource Research* 2, no. 1 (2021): 2746–4040.
- Taryana, Ade, and Dhaneswari Retnowardhani. "Peran Integrated Marketing Communication Pada Perusahaan Media (Di Menara62.Com – Media Dakwah Muhammadiyah)." *Jurnal Penelitian Inovatif* 3, no. 2 (2023): 277–282.
- Utomo, Danang Budi. "Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Menjaga Loyalitas Donatur" (2014): 1–125. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/28330>.
- Yola Amalia, Nisrina. "Implementasi Strategi Intergrated Marketing Communication Oleh UMKM Bidang Oleh-Oleh Kuliner Di Malang Pada

Masa Pandemi Covid-19.” *IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Informasi*
3, no. 1 (2023): 1–9.