

DAFTAR PUSTAKA

- Chrismardani, Y. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu : Implementasi Untuk Umkm*. 8(2), 14.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, S. (2018). Persepsi Masyarakat Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil (Bmt) Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. *Al-Uqud : Journal Of Islamic Economics*, 2(2), 198. <https://doi.org/10.26740/Al-Uqud.V2n2.P198-212>
- Imaniyati, N. S. (2009). *Regulasi Dan Eksistensi Koperasi Syariah Di Bandung*. (2), 8.
- Saibantono, F., Triastity, R., & Susanti, R. (N.D.). *Pengaruh Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Anggota Untuk Menabung*. 18(1), 11.
- Susila, I. (2007). Analisis Efisiensi Lembaga Keuangan Mikro. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 8(2), 223. <https://doi.org/10.23917/Jep.V8i2.1043>
- Susilo, E. (2017). Shariah Compliance Akad Rahn Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Studi Kasus BMT Mitra Muamalah Jepara). *IQTISHADIA: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(1), 120. <https://doi.org/10.19105/Iqtishadia.V4i1.1159>
- Terence, Shimp. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Umam, K. (N.D.). *Analisis Pemanfaatan Program Kredit Usaha Rakyat (Kur) Oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Yang Terdaftar Pada Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah Perindustrian Dan Perdagangan Kota Tegal*. 5.
- Wulandari, W. (2012). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waserda Ukm Mart Koperasi Karyawan Widyagama Malang*. 1, 19.
- Karsidi, K., Rahab, R., & Mustafa, R. M. (2018, April). Strategi Peningkatan Profesionalisme Praktisi Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) di Kabupaten Banyumas. In *Performance* (Vol. 14, No. 2, pp. 13-34).

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller,(2009): manajemen pemasaran edisi 13, Jakarta : Erlangga

Morissan (2010). Periklanan komunikasi pemasaran terpadu. *Jakarta: Kencana.*

Nasional, D. P. (2003). Media Pembelajaran. *Jakarta: Direktorat Tenaga Kependidikan.*

Nurdianti, S. R. (2014). Analisis Faktor-faktor Hambatan Komunikasi Dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana Pada Masyarakat Kebon Agung-Samarinda. *Volume, 2, 145-159.*

Purwanto, A. B., & Widodo, U. (2016). Model Pengembangan Komunikasi Pemasaran Dan Kualitas Produk Dalam Rangka Meraih Kepercayaan Dan Loyalitas Konsumen. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 11(2).*

Priansa, Donni Juni (2017), komunikasi pemasaran terpadu, bandung : pustaka setia

Reni, R., & Alhifni, A. (2019). Faktor-Faktor Penyebab Kurangnya Minat Masyarakat Menabung Di Lkms (Studi: Bmt Barokah Abdussalam). *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam, 5(1).*

Riauupos.com

Sindonews.com

Sofiana, T. (2014). Konstruksi Norma Hukum Koperasi Syariah dalam Kerangka Sistem Hukum Koperasi Nasional. *Jurnal Hukum Islam.*

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan R&D. *Bandung: Alfabeta.*

Suhartono, I. (2012). Kiprah Koperasi dalam Menghadapi Perdagangan Bebas. *Jurnal Ilmiah Among Makarti, 2(4).*

Suprayitno, B. (2007). Kritik terhadap koperasi (serta solusinya) sebagai media pendorong pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 4(2).*

Tegalkota.go.id

Tresnati, R., & Maharani, N. (2014). Kajian tentang strategi pemasaran syariah dalam penguatan daya saing UKM menghadapi AEC 2015 di Indonesia.

Tribunnews.com

Yuliyati, Y., & Kurniawan, I. S. (2016). Pengaruh Periklanan, Kualitas Pelayanan, Jaminan Rasa Aman, Dan Hubungan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Pada Nasabah Bmt Al Ikhwan Kantor Cabang Condong Catur. *Jurnal Manajemen*, 6(2).

Yusuf, B. (2016). Analisis tingkat kesehatan koperasi syariah. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 101-112.