

DAFTAR PUSTAKA

- Al- 'Asqalani, ibn Hajar. (1992). *Bulughul Maram*, Surabaya: Putra Al-Ma'arif Surabaya.
- Asnawi , N., dan mansyuri. (2011). *Metodologi Riset manajemen pemasaran*, Malang: UIN Maliki Press
- Asnawi, N., dan Muhammad, A.F. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Rajawali Pers.
- Azwar, Saifudin. (2004). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar: Yogyakarta.
- Fakhrudin,. (2008). *FIQIH & Manajemen Zakat di Indonesia*. Malang: UIN Malang Press.
- Hasan, Iqbal. (2004). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Huda, N., et al. (2017). *Pemasaran Syariah*. Depok: Kencana.
- Iriantara, Yosol. (2004). *Manajemen Strategi Public Relation*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Khasanah, Umratul. (2010). *Manajemen Zakat Modern*. Malang : SUIN-Maliki Press.
- Kotler, P., dan Gary, A. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Muhamad, (2008). *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* Jakarta: Rajawali Pers.
- Mukarom, Z., dan Muhibudin, W. I. (2015). *Manajemen Public Relation*. Bandung: PUSTAKA SETIA.
- Purwanto, A. (2009). *Manajemen Fundraising bagi Organisasi Pengelola Zakat*. Yogyakarta: Sukses
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. (2008). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif* , Kencana: Jakarta.

Sugiyono. (2009). *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta: Bandung.

Swastha, B. (1999). *Azas-Azas Marketing (Ed. Ke-3)*. Yogyakarta: LIBERTY YOGYAKARTA.

Tim Penyusun, (2015). *Pedoman Penulisan Skripsi*, cet.1, Yogyakarta: PT.LKIS Printing Cemerlang

KARYA ILMIAH

A. Hardjana, A. (2008). Komunikasi dalam Manajemen Reputasi Korporasi, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, No. 1, Vol. 5.

Hamisah, Hamisah. (2016). *Pengaruh label Halal dan Tanggal Kedaluwarsa Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Kemasan Pada Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin*. UIN Antasari, Banjarmasin.

Hermanto. A., Ken. (2006). *Annalisis Pengaruh Kualitas Layanan, Komitmen dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Nasabah Tabungan SIMPEDA bank JATENG)*. Universitas Diponegoro Semarang.

Huda, R. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Persepsi Masyarakat Tentang Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Banjarmasin*. UIN Antasari, Banjarmasin.

Rafiq, M. (2009). Pengaruh Kepercayaan Konsumen pada Merek Terhadap Loyalitas Merek, *Jurnal Optimal*, No. 1, Vol. 3, 34.

Nurbayah, S. (2016). *Peranan BAZNAS dalam Meningkatkan Kesejahteraan Usaha Mikro*. UIN Antasari, Banjarmasin.

Suharyanti, (2011). Pengaruh Persepsi Kecocokan dan Kredibilitas Perusahaan Terhadap Asosiasi Merek dan Intensi Membeli, *Journal Communication Spectrum*, No. 1, Vol. 1, 12, 27.

INTERNET

<http://bimaislam.kemenag.go.id/informasi/berita/35-berita/706-menag-terima-laporan-perkembangan-zakat-dari-baznas.html> (28 Juli 2019).

<http://Jurnal Manajemen> (14 September 2019).

<http://www.Ilmuekonomi-ID.com> (11 Maret 2019).

www.kanalkalimantan.com (15 September 2019)

<https://www.spssindonesia.com> (15 September 2019).

<https://yulyrahmipratiwi.wordpress.com> (11 Maret 2019).

LAIN-LAIN

Fitriani. (2019, Februari 28). Wawancara pribadi.