

## Daftar Pustaka

Clow, K. E. (2014). *Intergrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications Sixth Edition*. London: Pearson Education Limited.

Diah Syafita Johar, S. K. (2015). Jurnal Administrasi Bisnis. *Pengaruh AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Iklan Online (Survey Pada Pembeli Toko Online Adorable Project)*. Malang: Universitas Brawijaya.

Kotler, K. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.

Nasiha, S. (2010). *Strategi Marketing Terpadu (Intergrated Marketing Communication) Dalam Mengokohkan Brand Dagadu Jogja*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Rahman, C. (2013). *Strategi Komunikasi Pemasaran Bugis Waterpark Adventure Dalam Menarik Jumlah Pengunjung*. Makassar: Universitas Hasanudin.

Undang – undang Republik Indonesia, diakses pada 27 Januari 2017 dari: [http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU\\_21\\_08\\_Syariah.pdf](http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU_21_08_Syariah.pdf)

Undang – undang Republik Indonesia, diakses pada 27 Januari 2017 diakses dari: [http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu\\_10\\_98.htm](http://hukum.unsrat.ac.id/uu/uu_10_98.htm)

Kesadaran wakaf di Indonesia, diakses pada 25 Januari 2018 dari: <http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/17/12/14/p0yhs5335-kesadaran-wakaf-di-indonesia-masih-minim>