

**ANALISIS BAURAN PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
PENYALURAN PEMBIAYAAN**

(Studi Kasus pada Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga  
Binangkit Kota Banjar Jawa Barat)

**SKRIPSI**

Disusun Oleh:

**Rista Sulistiani**

**C1170015**

Dosen Pembimbing

**Dra. Hj. Rosti Setiawati, M. Si.**



**KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA  
2021**

## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : Analisis Bauran Promosi Dalam Upaya Meningkatkan Penyaluran Pembiayaan

(Studi Kasus pada Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit Kota Banjar Jawa Barat)

**Nama Mahasiswa** : RISTA SULISTIANI

**Nomor Pokok** : C1170015

**Program Studi** : S-1 Manajemen

**Jurusan** : Manajemen Bisnis

Menyetujui Dan Mengesahkan Oleh,

Pembimbing

(Dra. Hj. Rosti Setiawati, M. Si.)

Direktur Prodi S-1 Manajemen



Dr. H. Ghananto Purbo Suseno, S.E., M.Sc)

## Ringkasan

Rista Sulistiani, C1170015. Analisis Bauran Promosi dalam Upaya Meningkatkan Penyaluran Pembiayaan, studi kasus pada Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit Kota Banjar Jawa Barat dengan badan hukum: 188.42/02/PAD/BH/XII.22/PERINDAGKOP/I/2020. Jalan Dr. Husen Kartasasmita No. 47 Kelurahan Banjar Kota Banjar Jawa Barat 46311. Dibawah Bimbingan Dra. Hj. Rosti Setiawati, M. Si.

Penelitian ini didasari oleh hasil pengamatan penulis pada survey pendahuluan, yaitu terjadi penurunan pada layanan penyaluran pembiayaan, persentase pertumbuhan penyaluran pembiayaan terus menurun dilihat dari tabel pendapatan unit usaha koperasi syariah warga binangkit tahun 2016-2020.

Seperti yang diketahui bahwa setiap kegiatan usaha yang dilakukan oleh koperasi harus dapat memberikan manfaat ekonomi (*cooperative effect*) bagi anggota sebagai pemilik sekaligus pelanggan koperasi. Layanan penyaluran pembiayaan dapat memberikan manfaat ekonomi langsung bagi anggota berupa memperoleh penyaluran pembiayaan dan manfaat tidak langsung bagi anggota berupa persentase pendapatan sisa hasil usaha bagian anggota untuk anggota. Apabila penyaluran pembiayaan mengalami penurunan, maka manfaat ekonomi tersebut akan berkurang, sehingga untuk meningkatkan manfaat ekonomi tersebut perlu meningkatkan penyaluran pembiayaan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode studi kasus metode deskriptif analisis yang dilakukan pada Unit Jasa Keuangan Syariah. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui studi pustaka, wawancara, observasi, dan kuesioner yang disebarakan kepada responden yaitu anggota koperasi yang pernah memperoleh penyaluran pembiayaan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Koperasi Syariah Warga Binangkit (KOSWARKIT) melakukan bauran promosi periklanan

(*advertising*), publisitas (*public relations*), dan *word of mouth*. Berdasarkan kuesioner bauran promosi yang efektif yaitu publisitas (*public relations*), *word of mouth* merupakan bauran promosi yang cukup efektif, dan periklanan merupakan bauran promosi yang tidak efektif sebagai sarana bauran promosi dalam upaya meningkatkan penyaluran pembiayaan. Dalam penyaluran pembiayaan Koperasi Syariah Warga Binangkit memperhatikan kepercayaan, kesepakatan, jangka waktu, resiko, dan balas jasa.



## **Abstract**

Rista Sulistiani, C1170015. Analysis of the Promotional Mix to Increase Financing Distribution. A case study on the Sharia Financial Services Unit of the Sharia Cooperative Residents in Binangkit, Banjar City, West Java with a legal entity: 188.42/02/PAD/BH/XII.22/PERINDAGKOP/I/2020. Dr. Street. Husen Kartasasmita No. 47 Banjar Village, Banjar City, West Java 46311. Under the guidance of Dra. Hj. Rosti Setiawati, M. Si.

This research was conducted based on the observations of researcher in the preliminary survey regarding degression in financing distribution services, the percentage growth in financing distribution continues to decline identified from the income table of sharia cooperative business unit of Binangkit residents in 2016-2020.

As it is known that every business activity carried out by cooperatives must be able to provide economic benefits (cooperative effect) for members as owners and customers of cooperatives. Financing distribution services provide direct economic benefits in obtaining financing distributions and indirect benefits in the form of residual income percentage of operating results from members to members. If the distribution of financing decreased, the economic benefits would decrease. In order to increase these economic benefits, it is necessary to increase the distribution of financing.

In this study, a case study method with a descriptive analysis method was carried out at the Islamic Financial Services Unit. Data was collected through literature studies, interviews, observations, and questionnaires distributed to respondents. Respondents in this study include members of cooperatives who had received financing distributions.

Based on the results of this study, it indicates that the Binangkit Citizens Sharia Cooperative (KOSWARKIT) carried out a promotional mix of advertising, public relations, and word of mouth. Based on the effective promotion mix

questionnaire results, it shows that public relations and word of mouth was an effective promotional mix, while advertising was an ineffective promotional mix as a medium of promotional mix in an effort to increase financing distribution. In financing distribution, the Sharia Cooperative Residents in Binangkit paid attention to trust, agreement, time period, risk, and remuneration.



## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi dengan judul “**Analisis Bauran Promosi dalam Upaya Meningkatkan Penyaluran Pembiayaan** (Studi kasus pada Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit)” dapat diselesaikan. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Institut Manajemen Koperasi Indonesia.

Sepenuhnya penulis menyadari adanya kekurangan dan kelemahan yang melekat pada diri penulis. Namun, dengan keterbatasan dan kekurangan ini akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini. skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan hormat kepada:

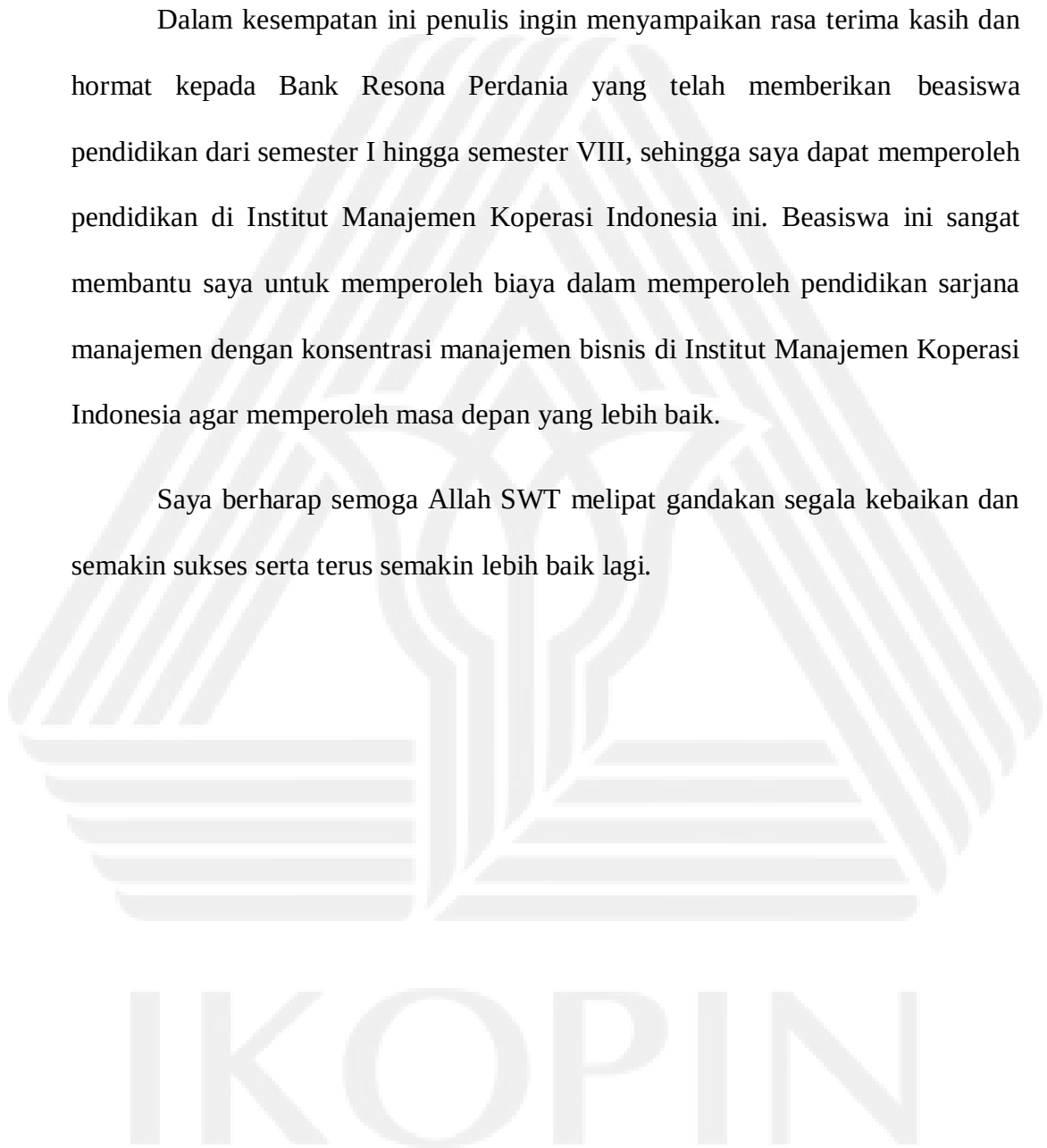
1. Dra. Hj. Rosti Setiawati, M. Si. selaku pembimbing skripsi yang telah mengarahkan dan memberi bimbingan selama proses penulisan skripsi.
2. Kedua Orang Tua, adik, dan seluruh keluarga yang selalu memberikan segala bentuk dukungan baik moril maupun materil selama perkuliahan berlangsung hingga proses penulisan skripsi.

3. Dr. H. Dandan Irawan, SE., M. Sc. selaku penelaah koperasi yang telah memberi saran, arahan, dan dukungan untuk skripsi ini.
4. H. Iwan Mulyana, SE., M. Si. selaku penelaah konsentrasi yang telah memberi saran, arahan, dan dukungan untuk skripsi ini.
5. Bank Resona Perdania yang telah memberikan beasiswa semester I hingga semester VIII.
6. Seluruh Dosen IKOPIN yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan yang berguna selama penulis menempuh pendidikan di IKOPIN.
7. Seluruh staff administrasi dan sekretariat IKOPIN, serta tak lupa untuk karyawan dan karyawan perpustakaan IKOPIN yang telah memberikan ilmu maupun pelayanannya dengan baik selama ini.
8. Bapak Asep Suharto, SE., M.Pd. selaku Ketua Koperasi Syariah Warga Binangkit (KOSWARKIT) yang telah memberikan kesempatan penulis dan memberikan izin untuk melakukan penelitian di Koperasi Syariah Warga Binangkit (KOSWARKIT) yang penulis teliti.
9. Semua pihak yang membantu penulis selama menyelesaikan pendidikan sarjana ini.



Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan hormat kepada Bank Resona Perdania yang telah memberikan beasiswa pendidikan dari semester I hingga semester VIII, sehingga saya dapat memperoleh pendidikan di Institut Manajemen Koperasi Indonesia ini. Beasiswa ini sangat membantu saya untuk memperoleh biaya dalam memperoleh pendidikan sarjana manajemen dengan konsentrasi manajemen bisnis di Institut Manajemen Koperasi Indonesia agar memperoleh masa depan yang lebih baik.

Saya berharap semoga Allah SWT melipat gandakan segala kebaikan dan semakin sukses serta terus semakin lebih baik lagi.



Akhirnya penulis berharap semoga skripsi yang berjudul “**Analisis Bauran Promosi dalam Upaya Meningkatkan Penyaluran Pembiayaan**” ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang membaca. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak yang telah memberikan manfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Aamiin...



Jatinangor, 15 Agustus 2021

Rista Sulistiani

## DAFTAR ISI

|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Ringkasan .....                                                            | i   |
| Abstract .....                                                             | iii |
| KATA PENGANTAR .....                                                       | v   |
| DAFTAR ISI .....                                                           | ix  |
| DAFTAR TABEL .....                                                         | xii |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                        | xii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                    | 1   |
| 1.1. Latar Belakang Penelitian.....                                        | 1   |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....                                            | 10  |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....                                    | 10  |
| 1.3.1. Maksud Penelitian.....                                              | 10  |
| 1.3.2. Tujuan Penelitian .....                                             | 11  |
| 1.4. Kegunaan Penelitian .....                                             | 11  |
| 1.4.1. Aspek Teoritis.....                                                 | 11  |
| 1.4.2. Aspek Praktis .....                                                 | 11  |
| BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....                       | 12  |
| 2.1. Pendekatan Masalah.....                                               | 12  |
| 2.1.1. Pendekatan Perkoperasian .....                                      | 12  |
| 2.1.2. Pendekatan Manajemen Bisnis.....                                    | 20  |
| 2.1.3. Pendekatan Bauran Promosi.....                                      | 26  |
| 2.1.4. Pendekatan Penyaluran Pembiayaan.....                               | 29  |
| 2.1.5. Penelitian Terdahulu .....                                          | 34  |
| 2.1.6. Hubungan antara Bauran Promosi dengan Penyaluran<br>Pembiayaan..... | 35  |
| 2.1.7. Kerangka Berfikir .....                                             | 37  |

|                                                                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.2. Metode Penelitian .....                                                                                  | 38 |
| 2.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan .....                                                                 | 38 |
| 2.2.2. Operasionalisasi Variabel.....                                                                         | 38 |
| 2.2.3. Sumber Data .....                                                                                      | 41 |
| 2.2.4. Teknik Pengumpulan Data .....                                                                          | 42 |
| 2.2.5. Analisis Data.....                                                                                     | 43 |
| 2.2.6. Tempat Penelitian .....                                                                                | 63 |
| 2.2.7. Jadwal Penelitian .....                                                                                | 63 |
| BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....                                                                   | 64 |
| 3.1. Keadaan Umum Organisasi dan Manajemen Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                             | 64 |
| 3.1.1. Sejarah berdirinya Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                              | 64 |
| 3.1.2. Keberadaan Manajer dan Jumlah Karyawan .....                                                           | 65 |
| 3.1.3. Fasilitas yang Tersedia .....                                                                          | 65 |
| 3.2. Aspek Manajemen dan Organisasi Koperasi.....                                                             | 65 |
| 3.2.1. Manajemen Kelembagaan Koperasi.....                                                                    | 65 |
| 3.2.2. Struktur Organisasi Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                             | 66 |
| 3.2.3. Aspek Usaha Koperasi .....                                                                             | 73 |
| 3.2.4. Aspek Keanggotaan Koperasi.....                                                                        | 73 |
| 3.2.5. Aspek Keuangan Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                                  | 75 |
| 3.3 Implementasi Jati Diri Koperasi pada Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                               | 78 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....                                                                  | 84 |
| 4.1. Hasil Penelitian.....                                                                                    | 84 |
| 4.1.1. Identitas Responden Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                              | 84 |
| 4.2. Hasil Pembahasan .....                                                                                   | 91 |
| 4.2.1. Bauran promosi Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit Kota Banjar Jawa Barat..... | 91 |

|                                                                                                                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.2.2. Penyaluran Pembiayaan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi<br>Syariah Warga Binangkit Kota Banjar Jawa Barat .....                                                                           | 94  |
| 4.2.3. Efektivitas bauran promosi dalam meningkatkan penyaluran<br>pembiayaan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga<br>Binangkit Kota Banjar Jawa Barat.....                           | 100 |
| 4.4. Upaya yang sebaiknya dilakukan dalam meningkatkan penyaluran<br>pembiayaan melalui bauran promosi Unit Jasa Keuangan Syariah<br>Koperasi Syariah Warga Binangkit Kota Banjar Jawa Barat ..... | 128 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....                                                                                                                                                                    | 136 |
| 5.1. Kesimpulan.....                                                                                                                                                                               | 136 |
| 5.2. Saran.....                                                                                                                                                                                    | 137 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                                                                                                                                                                               | 139 |



IKOPIN

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                                                                                                            |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Anggota Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah<br>Warga Binangkit Tahun 2016-2020 .....                                                                                              | 2  |
| Tabel 1.2 Pendapatan Unit Usaha Koperasi Syariah Warga Binangkit Tahun<br>2016-2020 .....                                                                                                                  | 3  |
| Tabel 1.3 Perbandingan Koperasi Syariah Warga Binangkit dengan Penyalur<br>Pembiayaan Lain .....                                                                                                           | 6  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....                                                                                                                                                                        | 34 |
| Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel Bauran Promosi .....                                                                                                                                                   | 40 |
| Tabel 2.3 Operasionalisasi Penyaluran Pembiayaan .....                                                                                                                                                     | 41 |
| Tabel 2.4 Sumber Data.....                                                                                                                                                                                 | 42 |
| Tabel 2.5 Rentang Penilaian EPIC Model .....                                                                                                                                                               | 46 |
| Tabel 2.6 Analisis Variabel <i>Empathy</i> Responden Terhadap Perkataan Orang<br>Lain/ <i>Word of Mouth</i> Unit Jasa Keuangan Syariah Unit Jasa<br>Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit..... | 48 |
| Tabel 2.7 Analisis Variabel Persuasion Responden Terhadap Perkataan<br>Orang Lain/ <i>Word of Mouth</i> Koperasi Syariah Warga<br>Binangkit.....                                                           | 49 |
| Tabel 2.8 Analisis Variabel Impact Responden Terhadap Perkataan Orang<br>Lain/ <i>Word of Mouth</i> Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah<br>Warga Binangkit .....                                   | 49 |
| Tabel 2.9 Analisis Variabel <i>Communication</i> Responden Terhadap Perkataan<br>Orang Lain/ <i>Word of Mouth</i> Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi<br>Syariah Warga Binangkit.....                      | 50 |
| Tabel 2.10 Rekapitulasi Dimensi Periklanan Analisis EPIC model.....                                                                                                                                        | 51 |
| Tabel 2.11 Tabel Rentang Penilaian EPIC Model <i>Word of Mouth</i> .....                                                                                                                                   | 51 |
| Tabel 2.12 Analisis Variabel <i>Empathy</i> Responden Terhadap Periklanan Unit<br>Jasa Keuangan Syariah Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi<br>Syariah Warga Binangkit.....                                | 53 |

|                                                                                                                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.13 Analisis Variabel <i>Persuasion</i> Responden Terhadap Periklanan Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                                                             | 54 |
| Tabel 2.14 Analisis Variabel <i>Impact</i> Responden Terhadap Periklanan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                                      | 54 |
| Tabel 2.15 Analisis Variabel <i>Communication</i> Responden Terhadap Periklanan Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                                           | 55 |
| Tabel 2.16 Rekapitulasi Dimensi Periklanan Analisis EPIC model.....                                                                                                                             | 56 |
| Tabel 2.17 Tabel Rentang Penilaian EPIC Model Periklanan .....                                                                                                                                  | 56 |
| Tabel 2.18 Analisis Variabel <i>Empathy</i> Responden Terhadap Publisitas/ <i>Public Relations</i> Unit Jasa Keuangan Syariah Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit ..... | 58 |
| Tabel 2.19 Analisis Variabel <i>Persuasion</i> Responden Terhadap Publisitas/ <i>Public Relations</i> Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                          | 59 |
| Tabel 2.20 Analisis Variabel <i>Impact</i> Responden Terhadap Publisitas/ <i>Public Relations</i> Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                              | 59 |
| Tabel 2.21 Analisis Variabel <i>Communication</i> Responden Terhadap Publisitas/ <i>Public Relations</i> Unit jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                       | 60 |
| Tabel 2.22 Rekapitulasi Dimensi Analisis EPIC Model.....                                                                                                                                        | 61 |
| Tabel 2.23 Rentang Penilaian EPIC Model <i>Public Relations</i> .....                                                                                                                           | 61 |
| Tabel 3.1 Perkembangan jumlah anggota Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                                                                                     | 75 |
| Tabel 3.2 Pertumbuhan Modal Usaha Koperasi Syariah Warga Binangkit ..                                                                                                                           | 75 |
| Tabel 3.3 Pertumbuhan Asset Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                                                                                                              | 76 |
| Tabel 3.4 Perkembangan Sisa Hasil Usaha Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                                                                                   | 77 |
| Tabel 3.5. Implementasi Definisi Koperasi di Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                                                                              | 78 |
| Tabel 3.6 Implementasi Nilai-nilai Koperasi di Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                                                                            | 80 |

|                                                                                                                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 3.7 Implementasi Prinsip-Prinsip Koperasi di Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                                                                      | 82  |
| Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                                                                                                      | 84  |
| Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia .....                                                                                                                                               | 84  |
| Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                                                                                                                                | 85  |
| Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                                                                                                                          | 86  |
| Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Rata-rata Dalam 1 Bulan.....                                                                                                                 | 86  |
| Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Sumber Bauran Promosi.....                                                                                                                               | 87  |
| Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Memperoleh Jasa Penyaluran Pembiayaan di Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                               | 88  |
| Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Melakukan Pembiayaan di Selain Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                                                                    | 89  |
| Tabel 4.9 Data Responden Berdasarkan Pilihan Penyalur Selain Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                                                            | 90  |
| Tabel 4.10 Tabel <i>Empathy</i> Responden Terhadap Perkataan Orang Lain/<br><i>Word of Mouth</i> Unit Jasa Keuangan Syariah Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit ..... | 100 |
| Tabel 4.11 Tabel Persuasion Responden Terhadap Perkataan Orang Lain/ <i>Word of Mouth</i> Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                               | 101 |
| Tabel 4.12 Tabel Impact Responden Terhadap Perkataan Orang Lain/ <i>Word of Mouth</i> Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                        | 102 |
| Tabel 4.13 Tabel <i>Communication</i> Responden Terhadap Perkataan Orang Lain/ <i>Word of Mouth</i> Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                     | 104 |
| Tabel 4.14 Rekapitulasi EPIC model <i>word of mouth</i> .....                                                                                                                                 | 106 |
| Tabel 4.15 Tabel Rentang Penilaian EPIC Model <i>Word of Mouth</i> .....                                                                                                                      | 107 |
| Tabel 4.16 Tabel <i>Empathy</i> Responden Terhadap Periklanan Unit Jasa Keuangan Syariah Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                    | 109 |
| Tabel 4.17 Tabel <i>Persuasion</i> Responden Terhadap Periklanan Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                                                        | 110 |



|                                                                                                                                                                                       |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.18 Tabel <i>Impact</i> Responden Terhadap Periklanan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                         | 111 |
| Tabel 4.19 Tabel <i>Communication</i> Responden Terhadap Periklanan Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                                                             | 113 |
| Tabel 4.20 Tabel Rekapitulasi Dimensi Analisis EPIC model.....                                                                                                                        | 114 |
| Tabel 4.21 Tabel Rentang Penilaian EPIC Model Periklanan .....                                                                                                                        | 115 |
| Tabel 4.22 Tabel <i>Empathy</i> Responden Terhadap Publisitas ( <i>Public Relations</i> ) Unit Jasa Keuangan Syariah Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit..... | 117 |
| Tabel 4.23 Tabel <i>Persuasion</i> Responden Terhadap Publisitas ( <i>Public Relations</i> ) Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                                   | 118 |
| Tabel 4.24 Tabel <i>Impact</i> Responden Terhadap Publisitas ( <i>Public Relations</i> ) Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                             | 120 |
| Tabel 4.25 Tabel <i>Communication</i> Responden Terhadap Publisitas ( <i>Public Relations</i> ) Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                                | 121 |
| Tabel 4.26. Tabel Rentang Penilaian EPIC Model Publisitas ( <i>Public Relations</i> ) .....                                                                                           | 123 |
| Tabel 4.27 Tabel Rentang Penilaian EPIC Model Publisitas ( <i>Public Relations</i> ) .....                                                                                            | 124 |
| Tabel 4.28 Rekapitulasi hasil analisis bauran promosi menggunakan EPIC model .....                                                                                                    | 126 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 2.1 Gambar Model Analisis .....                                                                        | 37  |
| Gambar 2.2 Alur Kerangka Berpikir .....                                                                       | 37  |
| Gambar 2.3 Diagram Skala Penilaian EPIC Model.....                                                            | 47  |
| Gambar 2.4 Diagram Analisis EPIC Model.....                                                                   | 47  |
| Gambar 2.5 Diagram Skala Penilaian EPIC Model <i>Word of Mouth</i> .....                                      | 52  |
| Gambar 2.6 Diagram Analisis EPIC Model <i>Word of Mouth</i> .....                                             | 52  |
| Gambar 2.7 Diagram Skala Penilaian EPIC Model Periklanan .....                                                | 57  |
| Gambar 2.8 Diagram Analisis EPIC Model Periklanan.....                                                        | 57  |
| Gambar 2.9 Diagram Skala Penilaian EPIC Model <i>Public Relations</i> .....                                   | 62  |
| Gambar 2.10 Diagram Analisis EPIC Model <i>Public Relations</i> .....                                         | 62  |
| Gambar 3.1 Struktur Organisasi Koperasi Syariah Warga Binangkit.....                                          | 67  |
| Gambar 4.1 Media Periklanan Koperasi Syariah Warga Binangkit .....                                            | 91  |
| Gambar 4.2 Prosedur Penyaluran Pembiayaan Unit Jasa Keuangan Syariah Koperasi<br>Syariah Warga Binangkit..... | 97  |
| Gambar 4.3 Diagram Skala Penilaian EPIC Model <i>Word of Mouth</i> .....                                      | 107 |
| Gambar 4.4 Diagram Analisis EPIC Model <i>Word of Mouth</i> .....                                             | 108 |
| Gambar 4.5 Diagram Skala Penilaian EPIC Model.....                                                            | 115 |
| Gambar 4.6 Diagram Skala Penilaian EPIC Model.....                                                            | 116 |
| Gambar 4.7 Diagram Skala Penilaian EPIC Model Publisitas (Public Relations)                                   | 125 |
| Gambar 4.8 Diagram Analisis EPIC Model Publisitas (Public Relations).....                                     | 125 |