

**ANALISIS STRATEGI *WORD OF MOUTH MARKETING*
DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DONATUR
BARU DI LEMBAGA AMIL ZAKAT NURUL HAYAT
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)**

Oleh:

Faridatul Munawaroh

(04020422029)



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2025**

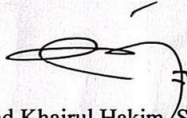
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Faridatul Munawaroh
NIM : 04020422029
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul : Analisis Strategi *Word of Mouth Marketing*
dalam Meningkatkan Kepercayaan Donatur
Baru di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat
Surabaya

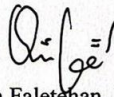
Surabaya, 02 September 2025

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Ahmad Khairul Hakim, S.Ag., M.Si
(197512302003121001)



Aun Falestien Faletihan, MHRM., Ph.D
(198205142005011001)

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

ANALISIS STRATEGI *WORD OF MOUTH* MARKETING DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DONATUR BARU DI LEMBAGA AMIL ZAKAT NURUL HAYAT SURABAYA

SKRIPSI

Disusun Oleh
Faridatul Munawaroh
04020422029

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu pada
tanggal 24 Desember 2025

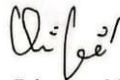
Tim Penguji

Penguji I



Ahmad Khairul Hakim, S.Ag., M.Si
NIP. 197512302003121001

Penguji II



Aun Falestien Faletehan, MHRM., Ph.D
NIP. 198205142005011001

Penguji III



Prof. Dr. Imas Maesaroh/Dip.IM-Lib.,M.Lib.,Ph.D.
NIP. 196605141992032001

Penguji IV



Dr. Syaifuddin Zuhri, M.Si.
NIP. 196610242014111001

Surabaya, 24 Desember 2025

Dekan,




Dr. Moch. Cholul Arif, S.Ag., M. Fil.I.
NIP. 197110171998031001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Faridatul Munawaroh
NIM : 04020422029
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah
E-mail address : faridamunwrh@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Strategi *Word of Mouth Marketing* dalam Meningkatkan Kepercayaan Donatur Baru di

Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Januari 2026

Penulis

(Faridatul Munawaroh)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Faridatul Munawaroh

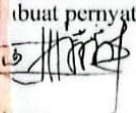
NIM : 04020422029

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti ataupun dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiasi, maka saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

8 Januari 2026
buat pernyataan,

Faridatul Munawaroh
04020422029



ABSTRAK

Faridatul Munawaroh, 04020422029, “Analisis Strategi *Word of Mouth Marketing* dalam Meningkatkan Kepercayaan Donatur Baru di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Surabaya”.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth marketing*) dalam membangun dan meningkatkan kepercayaan donatur baru di Lembaga Amil Zakat (LAZ) Nurul Hayat Surabaya. Fokus utama penelitian ini adalah bagaimana komunikasi interpersonal yang bersifat organik dapat menjadi instrumen efektif dalam memperkuat kredibilitas lembaga nirlaba di mata masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam dengan informan serta observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara sistematis dengan mengacu pada perspektif teori pemasaran dan nilai-nilai dalam perspektif Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa LAZ Nurul Hayat Surabaya mengimplementasikan strategi *word of mouth* dengan mengidentifikasi pihak utama (*talkers*) yang mencakup koordinator sukarelawan, donatur setia, hingga karyawan yang memiliki pemahaman produk (*product knowledge*) yang mendalam. Lembaga menjaga konsistensi informasi melalui penyediaan dokumentasi penyaluran resmi di berbagai platform dan evaluasi rutin guna meminimalkan distorsi pesan. Strategi ini terbukti efektif dalam membangun kepercayaan jangka panjang dan loyalitas donatur melalui rekomendasi personal yang dianggap lebih kredibel dibanding iklan formal. Namun, lembaga tetap menghadapi sejumlah kendala, seperti sulitnya mengukur dampak secara kuantitatif, risiko penyebaran informasi negatif, serta ketergantungan pada inisiatif sukarela donatur.

Kata Kunci: *Word of Mouth Marketing*, Kepercayaan Donatur

ABSTRACT

Faridatul Munawaroh, 04020422029, "Analysis of Word-of-Mouth Marketing Strategy in Increasing New Donor Trust at the Nurul Hayat Amil Zakat Institution in Surabaya".

This research aims to analyze the implementation of word-of-mouth marketing strategies in building and increasing the trust of new donors at the Nurul Hayat Amil Zakat Institution (LAZ) in Surabaya. The primary focus of this study is how organic interpersonal communication can serve as an effective instrument for strengthening the credibility of non-profit organizations in the eyes of the public.

The research method employed is a qualitative approach with a case study research design. Data were collected through in-depth interview techniques with informants, as well as observation and documentation. Data analysis was conducted systematically, referring to marketing theory perspectives and values within an Islamic perspective.

The results indicate that LAZ Nurul Hayat Surabaya implements a word-of-mouth strategy by identifying key "talkers," including volunteer coordinators, loyal donors, and employees with extensive product knowledge. The institution maintains information consistency by providing official distribution documentation across various platforms and conducting routine evaluations to minimize message distortion. This strategy has proven effective in building long-term trust and donor loyalty through personal recommendations, which are considered more credible than formal advertising. However, the institution still faces several obstacles, such as the difficulty of measuring impact quantitatively, the risk of spreading negative information, and the dependence on voluntary donor initiatives.

Keywords: *Word of Mouth Marketing, Donor Trust*

ملخص

فريدة المنوارة، 04020422029، "تحليل استراتيجية التسويق الشفهي لتعزيز ثقة المتبرعين الجدد في مؤسسة نور الحياة للزكاة في سورابايا

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تطبيق استراتيجيات التسويق الشفهي في بناء وتعزيز ثقة في سورابايا. ويركز البحث بشكل (LAZ) المتبرعين الجدد في مؤسسة نور الحياة للزكاة أساسي على كيفية مساهمة التواصل الشخصي العضوي كأداة فعالة في تعزيز مصداقية المؤسسة غير الربحية لدى الجمهور

اعتمدت الدراسة على المنهج النوعي، وتحديدًا دراسة الحالة. جُمعت البيانات من خلال مقابلات معمقة مع المشاركين، بالإضافة إلى الملاحظة والتوثيق. وتم تحليل البيانات بشكل منهجي، بالاستناد إلى نظرية التسويق والقيم الإسلامية

فريدة المنوارة، 04020422029، "تحليل استراتيجية التسويق الشفهي لتعزيز ثقة في سورابايا". تُظهر النتائج أن (LAZ) المتبرعين الجدد في مؤسسة نور الحياة للزكاة تُطبق (LAZ Nurul Hayat Surabaya) جمعية نور الحياة الخيرية في سورابايا استراتيجية التسويق الشفهي من خلال تحديد أصحاب المصلحة الرئيسيين، بمن فيهم منسقو المتطوعين، والمتبرعون المخلصون، والموظفون ذوو المعرفة المتعمقة بالمنتجات. وتحافظ الجمعية على اتساق المعلومات من خلال توفير وثائق التوزيع الرسمية على مختلف المنصات وإجراء تقييمات دورية للحد من تشويه الرسائل. وقد أثبتت هذه الاستراتيجية فعاليتها في بناء ثقة طويلة الأمد وولاء المتبرعين من خلال التوصيات الشخصية، التي تُعتبر أكثر مصداقية من الإعلانات الرسمية. ومع ذلك، لا تزال المنظمات تواجه العديد من التحديات، مثل صعوبة قياس الأثر كميًا، وخطر انتشار المعلومات السلبية، والاعتماد على مبادرات التطوعية

الكلمات المفتاحية: التسويق الشفهي، ثقة المتبرعين

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
ملخص	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Masalah.....	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Definisi Konsep	12
F. Sistematika Pembahasan.....	17
BAB II KAJIAN TEORITIK	19
A. Kajian Perspektif Teoritik.....	19
B. Kajian Perspektif Dakwah Islam.....	41

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	46
BAB III METODE PENELITIAN	59
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	59
B. Lokasi Penelitian.....	59
C. Jenis dan Sumber Data	60
D. Tahap-tahap Pengumpulan Data	62
E. Teknik Pengumpulan Data.....	65
F. Teknik Analisis Data	67
G. Teknik Validitas Data	68
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	70
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	70
B. Penyajian Data.....	76
C. Analisis Data.....	99
1. Perspektif Teori.....	99
2. Perspektif Islam	113
BAB V PENUTUP	120
A. Kesimpulan.....	120
B. Rekomendasi.....	121
C. Keterbatasan Penelitian	122
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN	135

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Profil LAZ Nurul Hayat Surabaya.....	74
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Peta Maps Lokasi LAZ Nurul Hayat Surabaya	60
Gambar 4. 1 Logo LAZ Nurul Hayat.....	70
Gambar 4. 2 Layanan Ambulans Gratis LAZ Nurul Hayat.....	97
Gambar 4. 3 WorkShop Kolaborasi LAZ Nurul Hayat dengan Paragon Group.....	97

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Mohamad Rifqi. Analisis Program Gerakan Ihyaus Sunnah (GIS) Dalam Upaya Meraih Hayatan Tayyibatan Karyawan Di Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Nurul Hayat Cabang Gresik. 2022.
- Agustina, Ana, Rahayu Puji Suci, and Wahyu Wulandari. “Pengaruh Strategi Promosi Social Media Dan Kualitas Produk Serta Word Of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Kuliner (Studi Kasus Pada Konsumen Sido Semi Malang).” *Jurnal Administrasi Dan Bisnis* 15, no. 1 (2021): 41–51.
- ALHAQ, MUHAMMAD ILHAM and Others. “Strategi Word of Mouth Marketing Dalam Mengembangkan Bisnis (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pelayanan Praktis Wedding Organizer).” Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019.
- Amin, Ajid Baldan, Aprilia Ayu Firnanda, and Siti Faridatu Aldawiyah. “Analisis Peran Strategi Komunikasi Dalam Fundraising LAZIS Al-Haromain.” *Jurnal I-Philanthropy: A Research Journal On Management Of Zakat and Waqf* 4, no. 2 (2024): 139–48. <https://doi.org/10.19109/iphi.v4i2.26011>.
- Amirah, Tsabitah Nada, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto. “Pengaruh Strategi Pemasaran (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Di Bank Syariah.” *Jurnal Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2023): 42.
- Andhityawati, Kadek Wahyuni, and Gede Sri Darma. “Faktor Kunci Keberlanjutan Organisasi Nirlaba Di Bali.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 19, no. 2 (2022): 233–59. <https://doi.org/10.38043/jmb.v19i2.4610>.

- Arianti, Andita Dwi, Nurhidayah, and Ratna Tri Hardaningtyas. "Strategi Digital Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Sand Blasting Dan Vapor Blasting Serta Powder Coating Di BA BLAST Sidoarjo." *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis* 13, no. 01 (2022): 830–40.
- Asha sabitha, firsa. *Dampak Penggunaan Sistem Transaksi E-Money Pada Perubahan Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sunan Ampel Surabaya*. 2023.
- Asia, Nur. *Pengaruh Word of Mouth (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Alfamart Di Lembang Kabupaten Pinrang*. 2023.
- Astuti, Tia W, Evy Maharani, and Yusmini. "Fungsi-Fungsi Pemasaran Jagung Manis Di Desa Ridan Permai Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar." *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Riau* 3, no. 2 (2016): 1–9.
- Aulya Purwitasari & Sulistyowati. "Word Of Mouth Sebagai Alat Pemasaran Efektif: Tinjauan Literature Empiris." *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* 1, no. 4 (2024): 493–507.
- Aynie, Rahmi Qurrota, Ratih Hurriyati, and Puspo Dewi Dirgantari. "Strategi Pemasaran Electronic Word of Mouth Pada E-Commerce Dalam Menghadapi Era Digital 4.0 Di Indonesia." *Inovasi* 17, no. 1 (2021): 136–43.
- Aziz, Muhammad. "Strategi Pengelolaan Zakat Secara Produktif Pada Lembaga Amil Zakat Dalam Tinjauan Uu Ri Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat (Studi Kasus Di Nurul Hayat Kantor Cabang Tuban Periode 2015-2016)." *Al Hikmah: Jurnal Studi Keislaman* 7, no. 1 (2017).

- Bahari, Deri Philips. Strategi Pemasaran WordOfMouthDan Instagram Dalam Meningkatkan Kepercayaan Pelanggan: Studi Kasus Konter Prabu Cellular. n.d.
- Beka, Amrina Lopes, Markus Bunga, Yonas F Riwu, and Apriana H J Fanggidae. “Strategi Word of Mouth Dalam Membangun Brand Image Pada Loveta Boutique Kupang.” *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 5, no. 5 (2024): 987–95. <https://doi.org/10.35508/glory.v5i5.15260>.
- Cahyanti, Mega Mirasaputri. “Menguatkan Keputusan Pilihan Melalui Strategi Viral Marketing Dan Word of Mouth (Wom).” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 16, no. 1 (2022): 95–108. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i1.470>.
- Darwin, Steven, Yohanes Sondang, and et Al. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya.” *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* 2, no. 1 (2019): 1–12.
- Daryanti, Margi Dwi, Rachmad Hidayat, Sri Rahayu, and Rifda Fitrianty. “Pengaruh Strategi Pemasaran Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Produk Kecantikan MS Glow Di Kota Sumenep.” *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 4, no. 6 (2025): 1321–36.
- Fadli, Muhammad Rijal. “Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif.” *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21, no. 1 (2021): 33–54.
- Fa’jriyah, Hidayatul. “Peran Strategi Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Penjualan Perspektif Marketing Syariah (Studi Kasus UD Santoso Wedding Decoration And Event Production Kelurahan Rejomulyo Kecamatan Kota Kota Kediri).” IAIN Kediri, 2022.

- Farah, Nazla Taslia, Septia Amiwantoro, Faridatun Nikmah, Maharani Ikaningtyas, and Others. "Implementasi Strategi Pemasaran Digital Dalam Pengembangan Bisnis Di Era Digitalisasi." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 2, no. 4 (2024).
- Fasa, Nisa Arista dan Muhammad Igbal. "Strategi Digital Marketing Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Tabungan Nasabah." *Jurnal Media Akademik* 2, no. 11 (2024): 11–12.
- Fauzi, Anwar, Rukmini, and Sari Wulandari. "Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan LTD." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (JIMK)* 1, no. 1 (2020): 1–13.
- Febri, Desak Made, Purnama Sari, Ketut Gede, and Sri Dwiya. "Strategi Digital Marketing, Word of Mouth (WOM), Service Quality Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek." *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* 3, no. 2 (2018): 188–98.
- Fiqhyany, Milla Rahma, and Ari Prasetyo. "Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Niat Muzakki Membayar Dana Zakat, Infaq, Shadaqah Pada Yayasan Nurul Hayat Cabang Tuban." *Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 11 (2014): 813–31.
- Friandani, Ayu. "Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah Pada Lazismu Sragen" *BMC Public Health* 5, no. 1 (2019): 1–11.
- Haekal, Muhammad Erlandy, Suharyono, and Edy Yuliyanto. "Pengaruh Electoronic Word Of Mouth Terhadap Kepercayaan Dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Produk Fashion Followers Akun Instagram Erigostore)." *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 40, no. 2 (2016): 162–68.

- Hariyanti, Novi Tri, and Alexander Wirapraja. "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)." *Eksekutif* 15, no. 1 (2018): 133–46.
- Hidayat, Muhammad, T R I Atmaja, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu, Sosial Dan, Ilmu Politik, and Universitas Tidar. *Penggunaan Strategi Pemasaran Word Of Mouth (WOM) Pada Perusahaan PT Sakinah Picture Group Dalam Peningkatan Penjualan Perusahaan*. n.d.
- Hildayanti, Siti Komariah, and Indah Tri Satriyani. "Strategi Promosi Melalui Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM RM Sate Taichan Senayan Palembang)." *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. S1 (2022): 149–58. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2014>.
- Ilahi, Andi Alfianto Anugrah, Megawati Beddu, Rezky Nurbakti, and Pandi Putra. "Strategi Word of Mouth Cafe Cerita Kopi Dalam Meningkatkan Kunjungan Pelanggan." *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business* 4, no. 1 (2025): 168–73. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.391>.
- Ingsul, Muhammad. *Manajemen Strategis Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Dalam Pengelolaan Dan Pendistribusian Zakat Untuk Mengentaskan Kemiskinan Di Jember*. 2023.
- Iskandar, Dani, and Muhammad Irfan Bahari Nasution. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop Lazada SNK © 2019 Published by UMSU (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU), <https://Repofeb.Undip.Ac.Id/9208/5/12.%20S%20-%20Daftar%20Pustaka%20->." *Jurnal Kewirausahaan* 1, no. 1 (2019): 128–37.

- Janah, Zahri Lintang Nur. Pembentukan Reputasi Komunitas The Huruuin Kepercayaan Donatur Pada Gerakan Fundraising Program Maksi (Makan Siang) Santri Pondok Pesantren Di Banyumas. 2025.
- Jayanti, Safitri. Strategi Word Of Mouth Pada Promosi Studio Foto Wg Di Kabupaten Rejang Lebong. 2023.
- Jokhu, Jean Richard. “Adaptasi New Entrants Menggunakan Strategi Marketing Dengan Word of Mouth Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 1 (2020): 77. <https://doi.org/10.24912/jmiebv4i1.7568>.
- Joshua, and I Made Endra Puniawan. “Efektivitas Penerapan E-Marketing Pada Komunikasi Pemasaran Sosial Organisasi Nirlaba Di Bali.” *Jurnal Ekonimi Dan Pariwisata* 12, no. 2 (2017): 171–76.
- Junaida, Erni. “Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Wisata Berkunjung Ke Taman Hutan Kota Di Kota Langsa.” *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. 2 (2019): 146–55. <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i2.1317>.
- Khairi, Tangkas, Annisa Wahyuni Arsyad, and Hairunnisa. “Strategi Komunikasi Social Marketing Gerakan Infaq Beras Dalam Meningkatkan Kepercayaan Para Donatur Di Kota Samarinda.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 1 (2022): 50–64.
- Khairiyah, Khofifatul. Analisis Strategi Fundraising Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Jember. 2024.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. Management & Marketing. In *Journal of Clinical Orthodontics*, vol. 58. no. 1. 2024.
- Lani, Oktri Permata, and Nil Firdaus. “Peran Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap UMKM Dalam Menjaga Eksistensi Saat

Pandemic Covid-19.” Tamwil 8, no. 1 (2022): 56–64.
<https://doi.org/10.31958/jtm.v8i1.5765>.

Mahyudin, Ratu Cindya. “Pengaruh Strategi Social Media Dan Word of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Yatie Olshop (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Uniska Banjarbaru Angkatan 2016).” Universitas Islam Kalimantan MAB, 2020.

Matali, Lias. “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Implementasi Program Co-Branding Desa Berdikari LAZWAF Al Azhar Bersama (DEKS) Bank Indonesia Lias.” Jurnal CommLine 9, no. 1 (2024): 1–18.

Maulidiyah, Nikmahtul, and Darno Darno. “Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Laporan Keuangan Terhadap Kepercayaan Donatur Di Yayasan Sosial Keagamaan.” Neraca : Jurnal Akuntansi Terapan 1, no. 1 (2020): 1–8.
<https://doi.org/10.31334/neraca.v1i1.642>.

Mayda, M. Pengaruh Kompetensi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Di Lingkungan Kantor Kementerian Agama Kota Mojokerto. 2018.
<http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/24629>.

Muhammad Naufal Zundan and Jamiati Kn. “Implementasi Word of Mouth Marketing Brand Ciganjur Outdoor dalam Membangun Brand Awareness.” Dialogika : Jurnal Penelitian Komunikasi dan Sosialisasi 1, no. 2 (May 2025): 80–98.
<https://doi.org/10.62383/dialogika.v1i2.257>.

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 (2022): 432–47. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.683>.

- Mundir, Abdillah. Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Madrasah. *Malia, Jurnal Ekonomi Syari'ah*, (2016).
- 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. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i1.53>.
- Nasrullah, Nasrullah, Kholil Nawawi, and Ikhwan Hamdani. "Manajemen Pemasaran Lembaga Amil Zakat Nasional (Laznas) Studi Kasus: Baitul Maal Hidayatullah (BMH) Pusat Jakarta." *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2020): 100. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.619>.
- Nasution, Indah Fitri. "Determinan Keputusan Berdonasi Online Melalui Mobile Banking." UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2023.
- Natania, Ifa. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Donatur Infak Pada Lembaga Sosial Pesantren Tebuireng Jombang." IAIN Kediri, 2018.
- Nisa, Kholifatun. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Di BRI Syari'ah Kc Semarang. 2019.
- Pramita, Erta, Erfira Diah Asmawardani, and Alvine Syahrengga Putra. Implementasi Strategi Marketing Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Minat Calon Donatur Di Panti Asuhan Bilyatimi Surabaya. 5, no. 1 (2025): 1–28.
- Priambodo, Galih, and Mattheus Subyanto. "Peran Komunikasi Word of Mouth Tradisional Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Merek." *Jurnal Komunikologi* 14, no. 1 (2017): 8–17.

- Prinasdika, L A, and E Widiati. "Penerapan Strategi Word of Mouth Dan Brand Image Pada Keputusan Memilih Kampus Di Universitas Sahid." *Management and Accounting Expose* 7, no. 2 (2024): 11–21.
- Purnama, Yunus. "Analisis Strategi Pemasaran Word of Mouth Sttkd Training Center Yogyakarta." *Jurnal Manajemen Dirgantara* 16, no. 2 (2023): 491–99.
<https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i02.1030>.
- Qonita, Qonita. "Pengaruh Motivasi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Untuk Menjadi Donatur Di Kotak Amal Indonesia Cabang Kediri." IAIN Kediri, 2021.
- Rahim, Endang, and Roni Mohamad. "Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah." *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)* 2, no. 1 (2021): 15–26.
<https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>.
- Rahmat Hermawanto, Agus, Rina Indrayani, and Teguh Aprianto. "Strategi Peningkatan Keputusan Mahasiswa Kuliah Di Stt Bandung Melalui Pendekatan Word of Mouth Dan Direct Marketing." *Sistemik : Jurnal Ilmiah Nasional Bidang Ilmu Teknik* 9, no. 02 (2021): 1–8.
<https://doi.org/10.53580/sistemik.v9i02.57>.
- Rakib, Muhammad, Sitti Mujahida Baharuddin, and Sri Hastutik. *Strategi Pemasaran Bisnis*. n.d.
- Rambe, Dhea Nita Syafina, and Nuri Aslami. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global." *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (2021): 213–23.
- Saadah, Muftahatus, Yoga Catur Prasetyo, and Gismina Tri Rahmayati. "Strategi Dalam Menjaga Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif." *Al-'Adad: Jurnal Tadris Matematika* 1, no. 2 (2022): 54–64.

- Safika, Safika, and Rahayu Mardikaningsih. "Pengaruh Kepercayaan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Sedekah Online." *CURRENCY: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 3, no. 2 (2025): 442–67. <https://doi.org/10.32806/ccy.v3i2.641>.
- Saputra, Yusuf. Strategi Marketing Word Of Mouth Dalam Meningkatkan Penjualan Madu Galo Galo Awaludin Di Korong Sibaruas Nagari Pilubang Kecamatan Sungai Limau. uin mahmud yunus batusangkar, 2025.
- Setyoningsih, Sulis. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Donatur Infak Lembaga Amil Zakat (Studi Pada NU CARE--LAZISNU MWCNU Prambon)." IAIN Kediri, 2021.
- Shandi, Ivanna Frestilya Ari. "Persepsi Masyarakat Tentang Pergaulan Bebas Dimasa Peminangan." Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2020, 92.
- Sholikah, Siti Marfuatus. "Peran Donatur Lembaga Yatim Mandiri Cabang Kediri Dalam Meningkatkan Jumlah Donatur Melalui Penerapan Word Of Mouth." IAIN Kediri, 2015.
- Sidiq, Umar, Miftachul Choiri, and Anwar Mujahidin. No Title. n.d.
- Sitasari, Novendawati Wahyu. "Mengenal Analisa Konten Dan Analisa Tematik Dalam Penelitian Kualitatif." *Forum Ilmiah* 19, no. 1 (2022): 77–84.
- Suarmaja, Ida Bagus Koman, I Nengah Suarmanayasa, Gede Putu Agus Jana Susila, and Rahutama Atidira. "Word of Mouth Marketing Atau Social Media Marketing Yang Lebih Efektif Dalam Keputusan Memilih Program Studi S1 Manajemen Di Universitas Pendidikan Ganesha." *Bisma: Jurnal Manajemen* 9, no. 1 (2023): 32–37. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i1.60940>.
- Sujarweni, V Wiratna. "Metodelogi Penelitian." Yogyakarta: Pustaka Baru Perss, 2014.

Tjiptodjojo, Kartika Imasari, Surya Setyawan, Henky Lisan Suwarno, and Yolla Margaretha. "Pengaruh Word of Mouth Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Berbelanja Secara Online." Prosiding SENAPENMAS, 2021, 1407. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15212>.

Tjiptono, Fandy. "Strategi Pemasaran." Andi offset, 1995.

Toruan, Rialdo Rezeky M. L. "Proses Implementasi Word of Mouth Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran La Perla Plaza Senayan." Jurnal Pustaka Komunikasi 1, no. 1 (2018): 155–66.

Tunnufus, Zaet Zakiyah. "Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Berinfq Dan Sedekah Melalui Platfrom Kitabisa. Com." B.S. thesis, FEB UIN JAKARTA, n.d.

Wekke, Ismail Suardi. Metode Penelitian Sosial. (Yogyakarta: CV. Adi Karya Mandiri, 2019), 89.

Widianti, R. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Muzaki Terhadap Lembaga Amil Zakat Daarut Tauhid Peduli Di Kota Metro. 2021. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/4620/>.

Widyaningsih, Becti, Malichatuz Zahro', and Arivatu Ni'mati Rahmatika. "Analisis Peran Strategi Marketing Word of Mouth, Brand Trust Dan Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Minuman Teh 7 Tambakberas Jombang." JoEMS (Journal of Education and Management Studies) 7, no. 2 (2024): 41–50. <https://doi.org/10.32764/joems.v7i2.1124>.

Yacob, Anwar. Kepercayaan Dalam Perspektif Komunikasi Umum Dan Perspektif Islam. 2018.

Yustina, Hani, Titin Ningsih, and Syahril Ahmad. “Pengaruh Perilaku Konsumen , Word Of Mouth , Dan Labelisasi Halal Berdasarkan Konsep Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Grab-Food Di Kota Jambi.” Jurnal Ekonomi Dan Keuangan 2, no. 1 (2024).

Zaenal, Achmad Zulkarnaen, Jeni Kamase, and Serlin Serang. Analisis Digital Marketing dan Word of Mouth Sebagai Strategi Promosi Pariwisata. n.d.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A