

**STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC) UNTUK
MENINGKATKAN INKLUSI KEUANGAN SYARIAH MASYARAKAT
(Studi Kasus BMT Bina Ihsanul Fikri)**



Oleh:

Yunita Ratna Dwi Cahyowati

NIM 20150730140

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2019