

**ANALISIS PENGGUNAAN MODEL AISAS SEBAGAI STRATEGI
PROMOSI E-MARKETING PADA PRODUK TABUNGAN WADI'AH
BANK SYARIAH INDONESIA**
*(Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah UIN SMDD Bukittinggi
Angkatan 2021)*

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi S1 Perbankan Syariah*



OLEH :

VIVI LATIVA
NIM : 3321.122

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SJECH M. DJAMIL DJAMBEK
BUKITTINGGI
2025 M / 1447 H**