

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fathunnisa, A. S. (2020). *Mukjizat Sedekah Lipat Ganda Sampai 700 Kali*. Buku Edukasi. Diakses 2 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Andriani, D. (2017). *Kampanye Sosial Di Media Sosial (Studi Kasus Computer Mediated Communication Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.COM)* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. Diakses 18 April 2021, dari [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35329/1/DIAN ANDRIANI-FDK.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/35329/1/DIAN%20ANDRIANI-FDK.pdf)
- Annisawati, A. A. (2020). *Pengaruh Brand Trust Kitabisa.Com Terhadap Niat Berdonasi Secara Online (Studi Kasus: Masyarakat Kota Bandung)*. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–10. Diakses 1 Maret 2021, dari <https://ejurnal.poltekpos.ac.id>
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis* (Edisi Revi). PT. Rineka Cipta.
- Asminar. (2017). *Pengaruh Pemahaman, Transparansi dan Keputusan Membayar Zakat Pada Kota Binjai*. *At-Tawassuth*, 111(3), 260–281. Diakses 18 April 2021, dari <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30821/ajei.v2i2.1222>
- Assagaf, M. A. (2016). *Pengaruh Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat* [UIN ALAUDDIN MAKASSAR]. Diakses 18 April 2021, dari <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/6182/>
- Barkah, Q., Azwari, P. C., Saprida, & Umari, Z. F. (2020). *Fikih Zakat, Sedekah, dan Wakaf*. *Prenada Media*. Diakses 18 April 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Batubara, K. (2020). *Buku Panduan Simpan, Pinjam & Pembiayaan Model MBI Syariah*. Elex Media Komputindo. Diakses 18 April 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Baznas. (2019). *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat*. *Pid.Baznas.Go.Id*. Diakses 18 April 2021, dari <https://pid.baznas.go.id/pengelolaan-zakat/>
- Bestari, R., & Rahadian, Y. (2020). *Motivation Analysis Of Crowdfunding Donation Based Disclosure*. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 277–289. Diakses 5 April 2021, dari <https://doi.org/10.31933/DIJDBM>
- Dwiyanto, A. (2014). *Mewujudkan Good Governance Melalui Pelayanan Publik*. Gadjah Mada University Press.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish. Diakses 2 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Deepublish. Diakses 2 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>

Nur Azizah, 2021

PENGARUH BRAND AWARENESS, TRANSPARANSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MENYALURKAN ZIS DI CROWDFUNDING KITABISA.COM

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Ekonomi Syariah S1
[www.upnvj.ac.id - www.library.upnvj.ac.id - www.repository.upnvj.ac.id]

- Foroudi, P. (2019). *Influence of brand signature, brand awareness, brand attitude, brand reputation on hotel industry's brand performance*. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 271–285. Diakses 5 April 2021, dari <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.05.016>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 (7th ed.)*. Undip.
- Gifari, M. H. (2020). *Analisis Keunggulan Bersaing Kopi Kenangan Di Jakarta Selatan*. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Diakses 6 Maret 2021, dari <http://www.upnvj.ac.id>
- Hildawati, Antong, & Ramadhan, A. (2021). *Pengaruh Pemahaman , Trust , Dan Transparansi Lembaga Zakat Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat Pada BAZNAS Kabupaten Luwu*. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 1–15. Diakses 18 April 2021, dari <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v21i02.1340>
- Ichwan, Afiful, Ghofur, R. A. (2020). *Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135. Diakses 5 2021, dari <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>
- Ikhwandha, M. F. (2018). *Pengaruh Transparansi, Akuntabilitas, Kepercayaan Efektif dan Kognitif Terhadap Minat Bayar Zakat Melalui Lembaga Zakat*. [Universitas Islam Indonesia Yogyakarta]. Diakses 2 Juni 2021, dari <http://hdl.handle.net/123456789/7684>
- Karmanto, G. D., Mahri, A. J. W., & Nurasyiah, A. (2021). *Society ' s Intention in Distribution of Zakat , Infaq and Shadaqah (ZIS) through the Use of Crowdfunding Platform*. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 30–44. Diakses 6 Maret 2021, dari <https://doi.org/10.22219/jes.v6i1.15133>
- Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). *Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia*. *Jurnal Ilmiah EKONOMI Islam*, 6(02), 284–293. Diakses 4 Maret 2021, dari <http://jurnal.stie-aas.ac.id>
- Kitabisa.com. (2018). *Syarat & Ketentuan*. Diakses 7 Juni 2021, dari <https://kitabisa.zendesk.com/hc/en-us/articles/360005344814-Syarat-Ketentuan>
- Kitabisa.com. (2019a). *Apa Perbedaan Infaq dan Shadaqah?*. Diakses 5 Maret 2021 dari, <https://blog.kitabisa.com/apa-perbedaan-infaq-dan-shadaqah/>
- _____. (2019b). *Kitabisa Rutin Melakukan Pembaruan Izin Pengumpulan Uang dan Barang (PUB) dari Kementerian Sosial*. Diakses 10 Juni 2021, dari <https://blog.kitabisa.com/kitabisa-rutin-melakukan-pembaruan-izin-pengumpulan-uang-dan-barang-pub-dari-kementerian-sosial/>
- Kitabisa.com. (2020). *Satu Wadah, Jutaan Kebaikan*. <https://kitabisa.com/about-us>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran (tiga belas)*. Salemba Empat.

- Kusuma, A., Sudirman, A., Purnomo, A., Aisyah, S., Sahir, S., Rumondang, A., Salmiah, & Halim, F. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis. Diakses 4 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Muchson, M. (2017). *Statistik Deskriptif*. Gue pedia. Diakses 4 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Mulazid, A. M., & Mufliha, N. (2019). *The Effect Of Distribution Funds Of Zakat Infaq Shadaqah, Social Assistance Expenditure, And Subsidy Expenditure On Poverty In Indonesia*. A Research Journal on Islamic Economics, 5(1), 5. Diakses 17 Juni 2021, dari <https://doi.org/10.19109/https://doi.org/10.19109/ieconomics.v5i1.3689>
- Mutmainah, L. (2015). *The Influence of Accountability, Transparency, and Responsibility of Zakat Institution on Intention to Pay Zakat*. *Global Review of Islamic Economics and Business*. 3(2), 10–17. Diakses 18 April 2021, dari <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/grieb.2015.032-03>
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., & Rahayuningsih, R. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPPS*. Media Sains Indonesia. Diakses 5 April 2021, dari <https://www.google.co.id>
- Naniyah, E. N. (2019). *Analisis Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Lembaga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di BAZNAS Kota Semarang* [INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SALATIGA]. Diakses 20 Maret 2021, dari http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/7752/1/PDF_ESTI.pdf
- Naomi, P. E., Baraba, R., & Saputra, M. H. (2016). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudaha, Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Berbelanja Secara Online*. *SEGMENT Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 12(1D), 1–12. Diakses 7 April 2021 dari, <https://garuda.ristekbrin.go.id/>
- Napitupulu, L. (2017). *Pengaruh Komitmen Organisasional, Motivasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Manajerial Pada Rumah Sakit Swasta Di Kota Pekanbaru*. *Jom.Unri.Ac.Id*, 4(1), 338–352. Diakses 20 Februari 2021, dari <https://jom.unri.ac.id>
- Ningsih, P. A. (2020). *Pengaruh Religiusitas Dan Transparansi Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Daruut Tauhiid Peduli Jambi*. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Niswah, F. M., Mutmainah, L., & Legowati, D. A. (2019). *Muslim Millennial'S Intention of Donating for Charity Using Fintech Platform*. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 623–644. Diakses 4 Maret 2021, dari <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i3.1080>
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah (Cetakan 7)*. Kencana. Diakses 5 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>.
- OJK. (2018). *Layanan Urun Dana Melalui Penawaran Saham Berbasis Teknologi Informasi (Equity Crowdfunding)*. Diakses 2 Maret 2021, dari <https://www.ojk.go.id/id>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Kajian Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan : Perlindungan Konsumen Pada Fintech*. Diakses 4 Maret 2021, dari <https://konsumen.ojk.go.id>
- Pradana, D. A. (2016). *Pengaruh Brand Reputation, Brand Predictability, Brand Competence, Trust In Company, Dan Brand Liking terhadap Trust In Brand Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Motor Kawasaki Seri Ninja (Studi Pada Pengguna Motor Kawasaki seri Ninja di Wilayah Kediri)*. *Jurnal Ilmiah FEB*, 4(1), 12. Diakses 20 Maret 2021, dari <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2517>
- Qasim, M. (2020). The Role Of Zakat In Poverty Alleviation In Nigerian Society. *International Journal Of Zakat And Islamic Philanthropy*, 2(1), 193.
- R Raharjo, S. (2019). *Makna Koefisien Determinasi (R Square) dalam Analisis Regresi Linear Berganda*. www.Spssindonesia.Com. Diakses 20 Maret 2021, dari <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish. Diakses 6 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Rizqia, L. M. (2020). *Pengelolaan Zakat Berbasis Masjid Perkotaan : Pemahaman Fikih dan Hukum Positif*. EDU PUBLISHER. Diakses 15 April 2021, dari <https://www.google.co.id/books>
- Rohim, A. N. (2019). *Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising*. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 59. Diakses 5 Maret 2021, dari <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1556>
- Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). *Pengaruh Kemudahan Fintech*. *Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 42–51. Diakses 15 April 2021 /<http://dx.doi.org/10.32832/kasaba.v13i1.3397>
- Rokhmah, S., Utomo, C., & Muslihah, I. (2020). *Web Based Distribution of Zakat , Infaq , and shodaqoh (Case Study Of Surakarta City Region)*. *International Journal of Computer ...*, 01(01). Diakses 15 April 2021 <http://www.ijcis.net/index.php/ijcis/article/view/4>
- Romindo, Mutaqin, Saputra, D., & Purba, D. (2019). *E-Commerce: Implementasi, Strategi dan Inovasinya*. Yayasan Kita Menulis. Diakses 5 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Ronda, D., Maiaweng, P., Astika, M., Wijaya, H., & Th, M. (2016). *Metodologi Penelitian Pendidikan Teologi. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray*. Diakses 5 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Salsabila, N., & Hasbi, I. (2021). *Pengaruh Citramerek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Crowdfunding Platform Kitabisa.com*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(2), 171. Diakses 16 Juni 2021, dari <https://doi.org/10.31955/mea.vol5.iss2.pp162-176>

- Santoso, S., & Agustino, R. (2018). *Zakat Sebagai Ketahanan Nasional*. Deepublish. Diakses 3 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Sari, A. P., Ridwan, M., & Sugianto. (2019). *Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Proyek, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com*. TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam, 2 (1). Diakses 25 Maret 2021, dari <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tansiq/article/view/4142>
- Sari, F. (2018). *Metode dalam Pengambilan Keputusan*. Deepublish. Diakses 5 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Selykurniasih. (2019). *Mengenal Crowdfunding Lebih Dekat, Pengertian, Jenis, Cara Kerja, dan Manfaatnya*. Zirka.Id. Diakses 25 Maret 2021, dari <https://zirka.id/blog/pengertian-crowdfunding-adalah/>
- Shin, M. H., & Lee, Y. M. (2020). *The effects of consumption value and consumer trust on crowdfunding participation intention*. Journal of Distribution Science, 18(6), 93–101. Diakses 7 April 2021, dari <https://doi.org/10.15722/jds.18.6.202006.93>
- Sholikhah, I. (2019). *Implementasi Prinsip Good Corporate Governance Pada Pengelolaan Dana Zakat Di Lembaga Manajemen Infaq Madiun [IAIN Ponorogo]*. Diakses 6 Maret 2021, dari <http://etheses.iainponorogo.ac.id>
- Sitanggang, M. H. A. (2018). *Memahami Mekanisme Crowdfunding dan Motivasi Berpartisipasi dalam Platform Kitabisa.com*. E Journal UNDIP, 23(3), 1–11. Diakses 1 Maret 2021, dari <https://ejournal3.undip.ac.id>.
- Sobandi, A., & Somantri, B. (2020). *Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*. Winter Journal: Imwi Student Research Journal, 1(1), 41–52. Diakses 5 Maret 2021, dari <http://winter.imwi.ac.id>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suwatno. (2019). *Pemimpin dan Kepemimpinan: dalam Organisasi Publik dan Bisnis*. Bumi aksara. Diakses 1 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>.
- Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). *The Effect of Religiosity and Trust on Intention To Pay in Ziswaf Collection Through Digital Payments*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business), 6(1), 98. Diakses 16 Juni 2021, dari <https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.17293>
- Tampubolon, L. P. D. (2018). *Contribution of the Social Media and Transpare sparency Needed on Crowd funding Website*. International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT), 9(1), 91–100. Diakses 19 Maret 2021, dari <http://ijpsat.es>
- Tripalupi, R. I. (2019). *Equity Crowdfunding Syari'ah Dan Potensinya Sebagai Instrumen Keuangan Syari'ah Di Indonesia*. ADLIYA: Jurnal Hukum Dan Kemanusiaan, 13(2), 243. Diakses 3 Maret 2021, dari <https://core.ac.uk>

- Umrati, & Wijaya, H. (2020). *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray*. Diakses 5 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- VIVA.co.id. (2021). *PROFIL TOKOH*. Diakses 16 Juni 2021, dari <https://www.viva.co.id/siapa/read/156-m-alfatih-timur>
- Wasil, M. (2018). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Percieved Quality. Forum Ekonomi*. 19(2), 137. Diakses 5 Maret 2021, dari <https://doi.org/10.29264/jfor.v19i2.2120>
- Widioatmodjo, S. (2016). *New Business Model in Digital Age*. Elex Media Komputindo. Diakses 2 Maret 2021, dari <https://books.google.co.id>
- Yusuf, M., & Daris, L. (2019). *Analisis Data Penelitian : Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. PT Penerbit IPB Press. Diakses 16 Juni 2021, dari <https://www.google.co.id/books>
- Zulfian, D. M. (2020). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online Melalui Platform Financial Technology Crowdfunding*. Diakses 4 Maret 2021, dari <https://dspace.uui.ac.id>