

DAFTAR PUSTAKA

- Abdad, M. Z. (2003). *Lembaga perekonomian umat di dunia Islam*. Angkasa.
- Achmad, Y. (2021). *Peran dan Manfaat Zakat, Infak, Sedekah untuk Sosial Ekonomi*. <https://zakat.or.id/manfaat-zakat-dan-infak-dalam-perspektif-sosial-ekonomi/>
- Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1), 1–20. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0136>
- Al Arif, M. N. R., & Al Athar, M. D. (2021). The Intention of Millennial Generation in Paying Zakat through Digital Payments. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 5(1), 38. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v5i1.3675>
- Alawiyah, T., & Kamaluddin, N. (2022). *Faktor Penentu Pembayaran Zakat , Infaq , Shodaqoh*. 01(2019).
- Amalia, N., Lubis, D., & Muthohharoh, M. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Milenial Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform: Studi pada Kitabisa.com. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 08(02), 181–194.
- Angelica, L., & Soebiantoro, U. (2022). *Analisa menggunakan dompet digital*. 14(2), 268–274. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i2.11209>
- Aristiana, M., Waluyo, B., & Muchtasib, A. B. (2019). THE Factors that Influence People Interest in Using a Digital Platform as a ZIS Payment (Case Study Go-Pay). *International Conference of Zakat, 2017*, 50–59. <https://doi.org/10.37706/iconz.2019.156>
- Asnaini. (2008). *Zakat produktif dalam perspektif hukum Islam* (1st ed.). Pustaka Pelajar.
- Aviyah, E., & Farid, M. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja. *Persona Jurnal Psikologi Indonesia*, 2, 127.
- Bailey, J. M., & Sood, J. (1993). The effects of religious affiliation on consumer behavior: A preliminary investigation. *Journal of Managerial Issues*, 5(3), 328–352.
- Bank Indonesia. (2020). *APA ITU UANG ELEKTRONIK*. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx>
- Bayu, D. J. (2021). *Survei: Masyarakat yang Alami Penurunan Pendapatan Akibat*

Muhammad Fadhil, 2022

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MEMBAYAR ZIS MENGGUNAKAN GOPAY

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah

[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Covid-19* *Meningkat.* Katadata.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/23/survei-masyarakat-yang-alami-penurunan-pendapatan-akibat-covid-19-meningkat>
- Charities Aid Foundation. (2021). *CAF WORLD GIVING INDEX 2021*.
https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-research/cafworldgivingindex2021_report_web2_100621.pdf
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. Modern Methods for Business Research.
- Dalimunthe, R. P. (2010). *100 Kesalahan dalam Sedekah*. QultumMedia.
- Darmawanti, I. (2012). Hubungan antara Tingkat Religiusitas dengan Kemampuan dalam Mengatasi Stres (Coping Stress). *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 2(2), 102. <https://doi.org/10.26740/jptt.v2n2.p102-107>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Budiman, & Joki, L. (2010). *Brand Equity Ten : Strategy Memimpin Pasar*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Evandio, A. (2021). *Bank Indonesia Dorong Masyarakat Bayar Zakat via Digital*. <https://teknologi.bisnis.com/read/20210422/84/1385041/bank-indonesia-dorong-masyarakat-bayar-zakat-via-digital>
- Fachry, M. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat Dana Peduli Ummat Kalimantan Timur*. 1(1), 11–20.
- Fahrika, A. I., & Roy, J. (2020). Dampak pandemi covid 19 terhadap perkembangan makro ekonomi di indonesia dan respon kebijakan yang ditempuh. *Inovasi*, 16(2), 206–213.
- Faridho, M. Al, & Rini, D. W. S. (2019). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Sikap Dan Minat Sedekah Menggunakan Pembayaran Non Tunai. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 6(1), 40. <https://doi.org/10.18860/jpips.v6i1.7830>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Rand McNally.
- Gojek. (2022). *Apa itu GoPay?* <https://www.gojek.com/help/gopay/apa-itu-go-pay/>

- GoPay. (2019). *Bayar Zakat Online Pakai GoPay Lewat GoBills Lebih Gampang*. <https://www.gojek.com/blog/gopay/bayar-zakat-online/>
- Gopay Indonesia. (2020). *GOPAY DIGITAL DONATION OUTLOOK 2020*. <https://www.gojek.com/blog/gopay/riset-donasi-online/>
- Gusfahmi. (2011). *Pajak Menurut Syariah*. Rajawali Pers.
- Hafidhuddin, D. (2002). *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Gema Insani.
- Hafidhuddin, D. (2001). *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak, dan Sedekah*. Gema Insani Press.
- Hafidhuddin, D. (2012). ISLAM DAN PENANGGULANGAN KEMISKINAN. *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq*, 3(1), 25–32.
- Hasbi, A. F. (2008). *125 Masalah Zakat*. Tiga Serangkai.
- Hastuti, Q. W. (2016). Infaq Tidak Dapat Dikategorikan Sebagai Pungutan Liar. *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 3(1), 41–62. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Ziswaf/article/view/2282>
- Hendarsyah, D. (2016). Penggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai Di Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 5(1), 1–15. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v5i1.74>
- Hidayati, S., Nuryanti, I., Firmansyah, A., Fadly, A., & Darmawan, I. Y. (2006). *Operasional E-Money*. Bank Indonesia.
- Hosfiar, C. R., Astuti, M., & Iswanto, A. H. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan E-Wom Terhadap Minat Beli Obat Jamu Masuk Angin Bejo Jahe Merah Di Indonesia. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(10), 4920. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i10.4351>
- HUMAS BAZNAS. (2021a). *Masa Pandemi 2020, Penghimpunan BAZNAS Naik 30 Persen*. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/Masa_Pandemi_2020,_PENGHIMPUNAN_BAZNAS_Naik_30_Persen/689
- HUMAS BAZNAS. (2021b). *Target Kumpulkan Dana 503 Miliar, BAZNAS & GoPay Kolaborasi untuk Sukseskan Gerakan Cinta Zakat*. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/Target_Kumpulkan_Dana_503_Miliar,_BAZNAS_&_GoPay_Kolaborasi_untuk_Sukseskan_Gerakan_Cinta_Zakat/779
- Ichwan, A., & Ghofur, R. A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1011>
- Ilham, M., & Nurhadi. (2008). *Fikih Sunnah Wanita*. Pustaka Al-kautsar.

- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2016). *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif Dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, Dan Pendidikan* (2nd ed.). Refika Aditama.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Andi Offset.
- Katadata. (2022). *Riset: OVO Paling Banyak Digunakan di 2021, Kalahkan GoPay – ShopeePay*. <https://katadata.co.id/desyetyowati/digital/61de64e13a3cd/riset-ovo-paling-banyak-digunakan-di-2021-kalahkan-gopay-shopeepay>
- Kharisma, A. S., & Putri, N. K. (2020). Teori of Planned Behavior Terhadap Intensi Untuk Memberi Infaq Dan Shadaqah Melalui Aplikasi Financial Technology (Go-Pay). *Perada*, 3(2), 145. <https://doi.org/10.35961/perada.v3i2.181>
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 -13/E* (13th ed.). Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis* (W. Hardani (Ed.); 4th ed.). Erlangga.
- LIPI. (2020). *Survei Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Ekonomi Rumah Tangga Indonesia*. <http://lipi.go.id/siaranpress/survei-dampak-pandemi-covid-19-terhadap-ekonomi-rumah-tangga-indonesia/22123>
- Mappiere, A. (1994). *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*. Usana Offset Printing.
- Muslim Population By Country 2021*. (2021). <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-population-by-country>
- Nuryahya, E., Mahri, A. J. W., & Nurasyiah, A. (2019). Influencing Factors of Muzaki Use and Receive Zakat Payment Platform. *International Conference of Zakat*, 203–215. <https://doi.org/10.37706/iconz.2019.176>
- Puskas BAZNAS. (2019). *Pengaruh Zakat terhadap Perekonomian Makro Indonesia: Studi Kasus Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)*. Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- Puskas BAZNAS. (2022). *Outlook Zakat Indonesia 2022*. <https://puskasbaznas.com/publications/outlook/indonesia-zakat-outlook-2022>
- Putri, P. A., & Anwar, A. Z. (2022). Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam

- Menyalurkan Zakat, Infak, Sedekah Melalui Platform Crowdfunding. *Journal of Management & Business*, 4(2), 182–200. <https://doi.org/https://doi.org/10.26877/sta.v4i2.10975>
- Rahmani, H. F., & Erpurini, W. (2020). Pengaruh Kepercayaan Dan Penerapan Teknologi Aplikasi Zakat Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berzakat. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 639–648. <https://doi.org/10.22437/jssh.v4i2.11324>
- Rivai, V., Veithzal, A. P., & Idroes, F. N. (2007). *Bank and Financial Institution Management*. Raja Grafindo Persada.
- Rohim, A. N. (2019). Optimalisasi Penghimpunan Zakat Melalui Digital Fundraising. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 59. <https://doi.org/10.22515/balagh.v4i1.1556>
- Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, Dan Efektifitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqoh [The Influence of Perceived Ease of Donating, and Effectiveness of Distribution Using Fintech Crowdfunding on. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 42–51.
- S, M. S. A. A. (2005). *Fiqih Islam Lengkap pedoman Hukum Ibadah Umat Islam dengan Berbagai Permasalahannya*. Terbit Terang.
- Sabiq, S. (1988). *Fikih Sunnah* (6th ed.). Al- Ma'rif.
- Saputra, D. (2018). Pengaruh Manfaat, Modal, Motivasi dan Edukasi Terhadap Minat Dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Future Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 178–190.
- Sari, A. P., Anggraini, D., Zaenardi, A. K., & Eksekutif, R. (2020). Menjadi OPZ Penyintas di Masa Pandemi. *Policy Brief Puskas BAZNAS*, 1–8.
- Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Prenada Media.
- Shimp, T. . (2010). *Advertising, Promotion, & other aspects of Integrated Marketing Communication, 8th Edition*. Cengage Learning.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel* (1st ed.). Alfabeta.
- Tech In Asia. (2017). *[Flash] Perkuat GO-PAY, GO-JEK Akuisisi Tiga Perusahaan Fintech*. <https://id.techinasia.com/gojek-akuisisi-kartuku-midtrans-mapan>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>