

DAFTAR PUSTAKA

- Agarwal, R., & J. Prasad. (1997). The Role of Innovation Characteristics and Perceived Voluntariness in the Acceptance of Information Technologies. *Journal of Decision Sciences*, 28 (3), 557-582.
- Ahmad, H., Bambang, T., Salman, A. P., Aisyah, A. I., & Maulidy, A. (2020). Sinergi Pengelolaan Zakat di Indonesia. *Journal Chem Phys*, 3(5), 1-160.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ardiansyah, M. (2018). Kontribusi Kitabisa.com sebagai Social Enterprise dalam Mewujudkan Falah Aspek Makro. *Jurnal Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia*, 10(3), 22-27.
- Arens, Alvin A., Randal J., Elder & Mark S. Beasley. (2015). *Auditing dan Jasa Assurance*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama
- Arief, Wibowo. (2008). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Sistem Informasi Universitas Budi Luhur Jakarta*, 8(3), 42-48.
- Astuti, W., & Prijanto. (2021). Faktor yang Memengaruhi Keputusan muzaki dalam Membayar Zakat melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance” *Jurnal Al-Muzara'ah*, 9(1), 22-25.
- Augusty, Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bahri, E. S., Suhaeti, A., & Nasution, N. (2021). Trust, Religiousity, Income, Quality of Accounting Information, and Muzaki Decision to Pay Zakat. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 9(1), 39–58.
- Barkah, Ahmad. (2021). Pengaruh Budaya, Kualitas Layanan Zakat, Kepercayaan dan Citra Lembaga terhadap Keputusan Muzaki dalam Membayar Zakat pada BMT Al Fath Ciputat. *Jurnal Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*, 6(1), 12-20.
- Davis, F. D., & Venkatesh. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Journal of Management Science*, 46 (2), 186-504.
- Davis, F. D., & Venkatesh (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Journal of MIS Quarterly*, 13 (5), 319-339.

- Darwin, Steven., & Yohanes Sondang Kunto. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2 (1), 1-12.
- Ekacahyanti, Fitriana Novi. (2020). Analisis Preferensi Muzakki dalam Membayar Zakat secara Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(2), 5-8.
- Elpina, Ade., & Haniah Lubis. (2022) Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas). *Journal of Sharia and Law*, 1(1), 20-27.
- Erwan, Aristyanto., & Agus Sarwo Edi. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Kualitas Layanan terhadap Minat dan Keputusan Masyarakat Membayar Zakat melalui Platform Digital pada Yayasan Pengelola Zakat di Surabaya. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 2(2), 186 -202.
- Fadilah, Cindy., & Ita Rodiah. (2022). Use of the Kitabisa.com Application in the Implementation (Crowdfunding) in Indonesia. *Al-Khanaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 4(2), 1-10.
- Febiana., Hendri Tanjung., & Hilman Hakiem. (2022). Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Kepercayaan, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia: Studi pada Mahasiwa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor pada Angkatan 2017-2018. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 292-296.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, & Ronald L. Tatham. 2014. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education.
- Halimatusadiah., Kholil, N., & Syarifah. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Muzaki untuk Membayar Zakat Selama Pandemi Covid-19 melalui Platform Media Online: Studi Kasus Laz Al-Bunya. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 775-776.
- Hamidah, Devi Nur. (2020). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Zakat dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Muzaki dalam Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat (Studi Masyarakat Kota Malang). *Jurnal Universitas Brawijaya*, 9(4), 125-131.
- Harrison, Shirley. (2007). *Marketers Guide To Public Relations*. NewYork: JohnWilly and Son.
- Hidayat, A. (2020). Analisis Pertumbuhan Zakat pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 675–684.

- Hudaifah, Ahmad. (2020). *Sinergi Pengelolaan Zakat di Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Hutami, Nur., & Irwansyah, I. (2019). Pemanfaatan Aplikasi *Mobile* Kitabisa dalam Pelaksanaan Crowdfunding di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 19-24.
- Kamaruddin, Andi Martina., Zamruddin Hasid., & Isna Yuningsih. (2015). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berzakat Profesi dan Loyalitas Muzaki terhadap LAZ Rumah Zakat Kota Samarinda. *Jurnal Eksekutif*, 12(2), 285-288.
- Kambali, M., & Rahman. (2021). Pengaruh Aplikasi Muzaki Corner Terhadap Minat Masyarakat Berzakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 10(2), 175-184.
- Karmanto, Gina Destrianti., & Bimmo. (2020). Penggunaan Platform Crowdfunding dalam Menyalurkan Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS): Studi Intensi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 2-3.
- Khairunnisa, Aziza Hanifa., Jahtu Widya Ningrum., Nurul Huda., & Nova Rini. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 284-287.
- Kitabisa.com-Indonesia's Fundraising Platform. Diakses pada 6 Juli 2023, dari <https://kitabisa.com/about-us>
- Mahri, A., Erwanda Nuryahya., & Aas Nurasyiah. (2019). Influencing Factors of Muzaki Use and Receive Zakat Payment Platform. *Proceedings Intertational Conference of Zakat*, 3(8), 204-206.
- McKnight. (2002). The Impact of Initial Consumer Trust on Intention to Transact with a Website: A Trusting Building Model. *Jurnal Sistem Strategi Informasi*, 11(5), 63-76.
- Muslih, Fadel Ruzikul. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas, dan Kredibilitas, dan Transparansi terhadap Preferensi Muzaki dalam Memilih Membayar Zakat Maal melalui Lembaga Amil Zakat (Analisis pada Kecamatan Banyuwangi, Banyuwangi). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 8(2), 5-10.
- Moore, G. C., dan Benbasat, I. (1991). Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation. *Journal of Information Systems Research*, (2)3, 192-222.
- Morgan, M. R. & Hunt, D. S (1994). The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing. *The Journal of Marketing*. Vol. 58, 20-38.
- Mowen., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga.
- Nafidzah, Insiyatun. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi di Kitabisa.com. *Jurnal Universitas Brawijaya*, 8(2), 17-23.

- Parasuraman, Valarie A., Zeithaml., & Leonard L. (2013). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, 64(1), 12-37.
- Pfeffer, J. dan Gerald R. Salancik. (2003). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Puspita, Nuzulul Lailatul Bunga., Nur Diana., & Dewi Diah Fakhriyyah. (2023). Pengaruh Literasi Digital, Kesadaran Berzakat, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat melalui *E-commerce* Tokopedia (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto). *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 4(1), 187-189.
- Putri, Dwi Andini., & Siti Ernawati. (2023). Rancang Bangun Aplikasi Zakat Online Berbasis Web pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bogor. *Jurnal FTI Unmer*, 3(1), 2-4.
- Rostiana, Sekar Alfin. (2021). Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Muslim Milenial dalam Membayar Zakat secara *Online* melalui Platform Fintech (Studi Empiris pada Muzaki Milenial di Wilayah Jabodetabek). *Jurnal Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, 7(3), 124-130.
- Ruslan, Andi., Widyawati., & Aksi Hamzah. (2022). The Decision to Zakah: The Interacting Roles of Transparency, Service Quality, and Trust. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 9(1), 20-26.
- Salsabila, Nadia., & Imanuddin. (2021). Pengaruh Citra dan Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online pada Crowdfunding Platform Kitabisa.com. *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(2), 164-165.
- Salsabila, Zaida Rahma. (2022). Pengaruh Religiusitas, Akuntabilitas, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) melalui Digital Platform (Studi Empiris pada Muzaki dan Munfiq Wilayah Kabupaten Banyumas). *Jurnal Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*, 8(3), 231-235.
- Sanusi, Anwar. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Sejarah Pengelolaan Zakat Pada Masa Nabi Muhammad di Madinah. Diakses pada 5 Juli 2023, dari <https://www.dompethuafa.org/zakat-pada-masa-nabi-muhammad/>
- Sarwat, Ahmad. (2022). *Seri Fiqih Kehidupan 4: Zakat*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing.
- Sarwat, Ahmad. (2023). *Tafsir Al Mahfuzh: Jilid 1 Juz 1A Hal. 1-10 (Al-Fatihah 1-7 s/d Al-Baqarah 1-69)*. Jakarta Selatan: Rumah Fiqih Publishing.
- Soemirat, S., Ardianto., & Elvinaro, (2012). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Sofiyani, Iin., & Agus Kristiyono. (2021). Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan, dan Religiusitas terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat dengan

- Keputusan sebagai Variabel Moderating. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(1), 74-76.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharli., & Bahariska. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Muzaki menjadi Nasabah di BAZNAS Kota Makassar. *El-Iqtishod: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 5(1), 12-16.
- Syahputra, A., & Mukhtasar, M. (2021). Digitizing Zakat Collection through the E-payment System. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 13(1), 14-30.
- Teoh, Ming Yen. (2013). Factors Affecting Consumers' Perception of Electronic Payment: an Empirical Analysis Wendy Ming-Ye. *The International Journal of Logistics Management*, 20(1), 97-123.
- Tjiptono Fandy, & Chandra, G. (2006). *Manajemen Pelayanan Jasa*. Yogyakarta: ANDI
- Tri Yulianti, D., & Tri Prastowo, A. (2021). Pengembangan Digitalisasi Perawatan Kesehatan Pada Klink Pratama Sumber Mitra Bandar Lampung. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi (JTSI)*, 2(2), 32–39.
- Utami, S. (2020). The Law of Online Zakat Based on The Application Providing Easiness in Transaction of Zakat Payment. *Journal of Islamic Law*, 4(2), 164-178.
- Yazid, Azy Athoillah. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Menunaikan Zakat di Nurul Hayat Cabang Jember. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 8(2), 173-198.