

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L., & Akutsu, S. (2009). Why do people give? The role of identity in giving. *Journal of Consumer Psychology*, 19(3), 267–270. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2009.05.010>
- Abu, Sabila, (2006) Dahsyatnya Keberkahan Tahajjud: Yogyakarta, Semesta Hikmah
- Abdus Sami, M. N. H. (2014). Dampak Shadaqah Pada Keberlangsungan Usaha. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1(3), 205–220.
- Affan Irhamsyah. (2019). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Yang Mempengaruhi Keputusan Metode Pembayaran Zakat Bagi Muzakki Di Era Digital. *Universitas Brawijaya*.
- Amanta, M. V., Rindayati, W., & Arsyianti, L. D. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Alokasi Infak Rumah Tangga : Studi Kasus di Desa Pasir Eurih , Kecamatan Tamansari , Kabupaten Bogor Analysis of Faktors Affecting the Charity Allocation of Household : Case Study in Pasir Eurih Village , Tamansari. *Jurnal Al-Muzara'ah*, 2(1), 35–48.
- Amri, K., & Marwiyati, M. (2019). Preferensi Muzakki Membayar Zakat Melalui Baitul Mal: Studi Empiris di Kota Banda Aceh. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 4(2), 386. <https://doi.org/10.33087/jmas.v4i2.123>
- Aprilia, Lady, & Wibowo, S. S. (2017). The Impact Of Social Capital On Crowdfunding Performance. In *The South East Asian Journal of Management* • (Vol. 11, Issue 1). <http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing.html>, Diakses 10 Mei 2020
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan paraktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Assael, H. 2001. *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th Edition. South Western College Publishing. California
- Asyaria, K. (2015). Preferensi dan keputusan muzaki dalam menyalurkan zakat profesi di kota malang. *Universitas Brawijaya*.
- Aufa, F. N., & Trapsila, A. P. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Donatur dalam Menyalurkan Infaq via Social Networking Site (SNS) (Studi Pada Masyarakat Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya*, 1–12.
- Awan, M. Y., & Hameed, F. (2014). The Effect of Demographic, Socio-economic and Other Characteristics on Donations. *Current Research Journal of Social Sciences*, 6(2), 55–76. <https://doi.org/10.19026/crjss.6.5567>

- Aziz, I.A. Nurwahidin, I. C. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah*, 5, 94–108.
- Beik, Irfan. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Tingkat Kepatuhan Membayar Zakat: Studi Kasus Kabupaten Bogor. *al-Muzara'ah*. Vol I. 84-106. 10.29244/jam.1.1.83-106.
- Budiman, T. (2019). Perlindungan Hukum Bagi Donatur dalam Kegiatan Donation Based Crowdfunding Secara Online. *Kertha Patrika*, 41(3), 222–237.
- Donsu, Jenita DT. (2017). Psikologi Keperawatan. Yogyakarta : Pustaka Baru Press
- Engel ,JF,Blackwell,RD,Miniard,PW,1994. Consumer Behaviour , 8th Ed Forth Worth,Texas The Dryden Press.
- Fadly Taher, A. M., Sarib, S., & Bukido, R. (2016). Institut Agama Islam Negeri (IAIN Manado) Sistem Pengelolaan Dana Kotak Infak Dan Sedekah Keliling Masjid Di Pasar 45 Manado. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 14(2), 52–68.
- Fariana, A., & Safii, A. (2018). Sinergi Fintech Dengan Perbankan Syariah Dalam Perspektif Hukum. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam Istinbâth*, 17, 259–475. <http://www.istinbath.or.id> Diakses 21 Mei 2020
- Frank, R. H. (2011). Microeconomics and Behavior, 8 th edition. New York: McGraw Hill International.
- Friantoro, D., & Zaki, K. (2018). Do We Need Financial Technology for Collecting Zakat? *Universitas Gadjah Mada*. www.rumahzakat.org
- Gierczak, M. M., Bretschneider, U., Haas, P., Blohm, I., & Leimeister, J. M. (2016). Crowdfunding: Outlining the new era of fundraising. *FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship*, January, 7–23. https://doi.org/10.1007/978-3-319-18017-5_2
- Haryadi, R., (2009). Pengaruh Strategi Green Marketing Terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix Studi Kasus pada The Body Shop Jakarta
- Hendratmi, R. N. A. (2019). Faktor Minat Berdonasi Pada Lembaga Amil Zakat Sahabat Mustahiq. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(5), 55.
- Hendryadi & Suryani. (2015). Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam.
- Howard, J. A., & Sheth, Jagdish N. Haines, G. H. (1970). The Theory of Buyer Behavior. In *Journal of the American Statistical Association* (Vol. 65, Issue 331). <https://doi.org/10.2307/2284311> Diakses 20 Juni 2020
- I Nyoman. (2014). Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika. Yogyakarta: Deepublish
- Indri Yuliafitri; Asma Nur Khoiriyah. (2016). Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(205–208).

- Kholiq, A. (2012). Pendayagunaan zakat, infak dan sedekah untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat miskin di kota semarang. *Riptek*, 6(I), 39–47.
- Kuncoro, Mudrajad (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lichtenstein, S. & Slovic, Paul. (2006). The construction of preference: An overview. *The Construction of Preference*. 1-40.
- Lwin, M., & Phau, I. (2010). Characteristics of charity donors in Australia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Mahmud (2008) *Harta dalam islam Muhammad Mahmud Bably, Kedudukan Harta Menurut Pandangan Islam, Semarang : Kalam Mulia*
- Miswan, A. (2019). Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) terhadap Industri Keuangan Syariah di Jawa Tengah. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*.
- Morduch, J. (1999). The microfinance promise. *Journal of Economic Literature*, 37(4), 1569–1614. <https://doi.org/10.1257/jel.37.4.1569>
- Mowen , JC & Minor, 1998. *Consumer Behavior* ,5 th Edition. New Jersey : Prentice Hall
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., & Novalia, B. G. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM Di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1). <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Nachrowi dan Usman, (2006). *Autokorelasi Nachrowi, Djalal Nachrowi, Hardius Usman. 2006. “Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan”. Jakarta: Badan Penerbit Universitas Indonesia*
- Nafidzah, I. (2020). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online Di Kitabisa.Com. *Ekonomi Islam*.
- Noor, Mohd. Ali, Mohd, dkk., 2004. Kesadaran membayar zakat pendapatan di kalangan kakitangan profesional Universiti Kebangsaan Malaysia. *Jurnal Islamiyyat, Internasional Journal of Islamic Studies, UKM Malaysia, Volume 26, (No. 2). 1– 19*
- Pass, Christopher, Bryan Lowes.1994. *Kamus Lengkap Ekonomi Edisi Kedua. Alih Bahasa Tumpal Rumapea. Jakarta: Erlangga*
- Pangesti, I. R. (2018). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas Dan Lingkungan Terhadap Motivasi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Infaq Shadaqah (Studi Kasus Di Kecamatan Kedungkandang Kota Malang). *Jurnal Ilmiah*, 10(2), 1–94.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) *Kepuasan Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta*
- Poetz, Marion & Schreier, Martin. (2012). The Value of Crowdsourcing: Can Users Really Compete with Professionals in Generating New Product Ideas?. *Journal of Product Innovation Management*. 29. 245 - 256. 10.1111/j.1540-

5885.2011.00893.x.

- Rahardi, N., & Wiliasih. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Hotel Syariah Analysis Of Faktors Affecting Consumer Preferences Of The Hotel Syariah*.
- Rusydiana, A. (2019). Bagaimana Mengembangkan Industri Fintech Syariah di Indonesia? Pendekatan Interpretive Structural Model (ISM). *Al-Muzara'ah*, 6(2), 117–128. <https://doi.org/10.29244/jam.6.2.117-128>
- Santoso, I. R. (2013). Analisis Implementasi Penyaluran Dana Zis (Zakat, Infak Dan Sedekah) Di Bmt Bina Dhuafa Beringharjo. *Jurnal Akuntansi*, 18(1), 59–70.
- Samuelson, Nordhus.(2004).Ilmu Makroekonomi, Edisi17. Jakarta: PT. Medialglobal edukasi
- Sayyid Qutub (2003) Fi Dzilal Quran Quthb, Sayyid, Tafsir Fi Zhilalil Qur'an di Bawah Naungan Al-Qur'an Jilid VII, Jakarta: Gema Insani Press
- Sitanggang. (2018). Memahami Mekanisme Crowdfunding dan Motivasi Berpartisipasi dalam Platform Kitabisa.com. *E Journal UNDIP*, 23(3), 1–11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/20859/19553> Diakses pada 13 Januari 2020
- Schiffman ,LG, & Kanuk , LL 2000,Consumer Behaviour 7 th New Jersey: Prentice Hall
- Schlegelmilch, B. B., Diamantopoulos, A., & Love, A. (1997). Characteristics affecting charity donations: empirical evidence from Britain. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 3(1), 14–28. <https://doi.org/10.1108/eum000000004318>
- Solomon,MR,1999. Consumer Behavior: Buying, Having & Being, 4 th Edition.New Jersey 07548 :Prentice Hall
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Peter, Paul J dan Olson, Jerry C. 2000. Costumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Alih Bahasa: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Rohmatun Nafiah, & Ahmad Faih. (2019). Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah Rohmatun Nafiah Ahmad Faih. *Iqtishadia*, 6, 168–175. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v6i2>
- Tantriana, D., & Rahmawati, L. (n.d.). *The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method*. <http://izi.or.id>
- Umar, Husein, 2001. Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis Komprehensif, Edisi Kedua, Jakarta: Gramedia.
- Widiyanto, Ibnu. (2008). Pointers: Metodologi Penelitian. BP Undip, Semarang.

Wahyudi, T S. (2016), Konsep dan Penerapan Ekonometrika Menggunakan E-views, Edisi Pertama, Jakarta : Rajawali Pers

Wibowo, B. (2016). Analisa regulasi fintech dalam membangun perekonomian di indonesia. *Jurnal Magister Teknik Elektro Universitas Mercu Buana*, 1–9.

