

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *Al-Muzara'Ah*, 9(1), 21–44. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- BPS. (2022). *Jumlah Pemeluk Agama (Jiwa)*, 2020-2022. BPS. <https://semarangkota.bps.go.id/indicator/155/41/1/jumlah-pemeluk-agama.html>
- BPS. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin (Jiwa)*, 2021-2023. <https://semarangkota.bps.go.id/indicator/12/78/1/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin.html>
- BSI. (2022). Laporan Tahunan Bank Syariah Indonesia. *PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.*, 748. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/flipbook/reports/2021/213>
- Ditzawa. (2023, August 23). Potensi Mencapai 327 T, Ini Tiga Fokus Kemenag dalam Pengembangan Zakat. *Kementerian Agama RI*. <https://kemenag.go.id/nasional/potensi-mencapai-327-t-ini-tiga-fokus-kemenag-dalam-pengembangan-zakat-LobJF>
- Dr. Hamdani M. Syam, M., Azman, S.Sos.I., M. I. K., & Deni Yanuar, M. I. (2002). *Strategi menjaga Reputasi bagi Organisasi Pemerintah*. 1–64.
- Fadli. (2023, February 20). Gelar Rakornas Zakat 2023, Kemenag Ungkap Pengumpulan ZIS Capai 21 Triliun. *Kementerian Agama RI Provinsi DKI Jakarta*. <https://dki.kemenag.go.id/berita/gelar-rakornas-zakat-2023-kemenagungkap-pengumpulan-zis-capai-21-triliun-SyRKA>
- Ferdinand, A. (2006). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN* (First). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, D. I. (2002). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (P. Harto & D. Sukma (eds.); 2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grahesti, A., Sekar, A., Jundiyah, H., & Rohmah, M. (2023). *Pengaruh Akuntabilitas, Kredibilitas, dan Transparansi Terhadap Minat Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat di Surakarta*. 9(01), 1421–1429.
- Jajang, A., Mahri, W., Cupian, |, Nur, M., Al Arif, R., Arundina, T., & Widiastuti, T. (2021). *Ekonomi Pembangunan Islam* (M. Irfan, A. Sakti, S. Hidayat, & S.

Nurzaman (eds.); Edisi Pert). Bank Indonesia.

- Jayanto, P., & Munawaroh, S. (2019). The Influences of Reputation, Financial Statement Transpar-ency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in Paying Zakat of Profession. *JDA Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11(1), 59–69. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jda>
- Kasri, R. A., & Sosianti, M. W. (2023). Determinants of the Intention To Pay Zakat Online: the Case of Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(2), 275–294. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i2.1664>
- 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>
- Krina, L. L. (2003). *Indikator & Alat Ukur Prinsip Akuntabilitas, Transparansi, dan Partisipasi*. SCRIBD. <https://www.scribd.com/doc/147283654/Indikator-Dari-Lina-Lalolo-Krina>
- Kuncoro, M. (2001). *Metode Kuantitatif* (Edisi Pert). AMP YKPN.
- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2020). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 531–546. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>
- Mohamed Etab, M., Essam Eldin Salama, I., & Mohamed Elmenshawy, H. (2023). Determinants of Behavioral Intentions to Adopt Online Platforms to Pay Zakah and Sadaqah. 606–570, (3)14, *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*. <https://doi.org/10.21608/jces.2023.324353>
- Munir, Z. A. H. (2021). The Effect of Financial Report Transparency and Zakat Management on Muzakki Trust in BAZNAS Lombok Timur. *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum Dan Sosial Kemasyarakatan*, 21(2), 194–207. <https://doi.org/10.30631/al-risalah.v21i2.889>
- Nguyen, Y. T. H., Tapanainen, T., & Nguyen, H. T. T. (2022). Reputation and its consequences in Fintech services: the case of mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 40(7), 1364–1397. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2021-0371>
- Niswah, F. M., Mutmainah, L., & Legowati, D. A. (2019). Muslim Millennial ' S Intention of Donating for. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 623–644.
- Oliveira, T., Faria, M., Thomas, M. A., & Popović, A. (2014). Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM.

- International Journal of Information Management*, 34(5), 689–703.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.06.004>
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2018). *Microeconomics*. In P. Banerjee (Ed.), *Pearson Education Limited. Edinburgh Gate. Harlow. Essex CM20 2JE. England* (Ninth Edit). Pearson.
- PT Bank Syariah Indonesia, T. (2021). *Sejarah Perseroan BSI*. PT Bank Syariah Indonesia, Tbk. https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
- Ramadhani, R. Y., & Hapsari, M. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membayar Zakat Online Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 401–412.
<https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp401-412>
- Saibil, D. I., & Romadoni, M. F. (2023). Niat dan Perilaku Mahasiswa di Indonesia untuk Bertransaksi ZISWAF Secara Digital Melalui Layanan M-Banking Syariah. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 240.
<https://doi.org/10.29300/aij.v9i2.9890>
- Saputra, B. (2024, January 15). Bank Syariah Indonesia optimalisasi layanan pembayaran zakat. *ANTARA*. <https://www.antaranews.com/berita/3916647/bank-syariah-indonesia-optimalisasi-layanan-pembayaran-zakat>
- Semarang, P. K. (2018). *Profil Kota Semarang*.
https://semarangkota.go.id/p/33/profil_kota
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA.
- Utami, N. S., Muthohar, A. M., & Ridlo, M. (2021). Analisis Tingkat Pendapatan, Kepercayaan dan Reputasi terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderating. *Iqtishoduna*, 17(1), 1–16.
<https://doi.org/10.18860/iq.v17i1.10630>
- Wiharjo, B., & Hendratmi, A. (2019). PERSEPSI PENGGUNAAN ZAKAT ONLINE DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(2), 331–343.
- Yustika, A. (2006). *Ekonomi Kelembagaan: Definisi, Teori, & Strategi* (S. Wahyudi, Y. Setyorini, & I. Basuki (eds.)). Bayumedia Publishing.