

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, K. (2001). *Cara menggunakan dan memaknai analisis asumsi klasik* (Ed. 1). Bandung: Alfabeta.
- Agus, W. (2010). *Analisis statistika multivariat terapan* (Ed. 1). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Aini, A. N. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam berdonasi (Studi kasus: Donasi untuk Palestina). *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Islam Indonesia.
- 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>
- 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)
- Alamona, J., Zakarias, J. D., & Kawung, E. J. R. (2017). Marginalisasi gender dalam pengambilan keputusan (Studi kualitatif kaum perempuan di lembaga legislatif Kota Manado). *Holistik*, 10(20), 1–19.
- Amelia, M., & Nasrulloh, N. (2024). Pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap pembayaran digital ZIS dengan kemudahan akses teknologi sebagai variabel moderating. *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 10(2), 405–422. <https://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/i-finance>
- Anam, C. (2020). Jenis uji statistik untuk analisis hasil penelitian. *Berkala Fisika*, 23(4), 115–117.
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (1995). *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Anjelina, E. D., Salsabila, R., & Fitriyanti, D. A. (2020). Peranan zakat, infak dan sedekah dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. *Jihbiz: Jurnal Ekonomi Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4(2), 136–147. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v4i2.859>
- Ath-Thayyar, A. bin M., Al-Muthlaq, A. bin M., & Ibrahim, M. bin. (2017). *Ensiklopedi fiqih muamalah dalam pandangan 4 madzhab*. Maktabah Al-Hanif.

- 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, N., & Chailis, I. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menyalurkan donasi melalui platform crowdfunding berbasis online. *Jurnal Syarikah*, 5(1), 94–108. <https://doi.org/10.30997/jsei.v5i1.1835>
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tanah Datar. (2022). *Informasi ketenagakerjaan Kabupaten Tanah Datar 2022*. Batusangkar.
- Badan Pusat Statistik Kota Semarang. (2025). *Kota Semarang dalam angka 2025*. Semarang.
- Becker, G. S. (1976). *The economic approach to human behavior*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Becker, G. S. (1981). *A treatise on the family*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Beik, I. S., & Arsyianti, L. D. (2017). *Ekonomi pembangunan syariah*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Bekkers, R. (2006). Traditional and health-related philanthropy: The role of resources and personality. *Social Psychology Quarterly*, 69(4), 349–366. <https://doi.org/10.1177/019027250606900404>
- Bennett, R. (2011). Why urban poor donate: A study of low-income charitable giving in London. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41(5), 870–891.
- Chetioui, Y., Satt, H., Lebdaoui, H., Baijou, M., Dassouli, S., & Katona, S. (2023). Antecedents of giving charitable donations (sadaqah) during the COVID-19 pandemic: Does Islamic religiosity matter?. *Journal of Islamic Marketing*, 14(5), 1169–1187. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0296>
- Charities Aid Foundation. (2024). *World giving index 2024*. https://www.cafonline.org/docs/default-source/inside-giving/wgi/wgi_2024_report.pdf
- DataIndonesia.id. (2025). *Data jumlah penduduk Indonesia menurut agama pada 2024*. <https://dataindonesia.id/varia/detail/data-jumlah-penduduk-indonesia-menurut-agama-pada-2024>

- Desiana, R., Amri, K., & Maulida Yani, N. (2022). Faktor yang mempengaruhi minat masyarakat membayar ZIS (Studi di Baitul Mal Sigli). *JEKSYAH (Islamic Economics Journal)*, 2(2), 79–89. <https://doi.org/10.54045/jeksyah.v2i02.72>
- Dvorak, T., & Toubman, S. R. (2013). Are women more generous than men? Evidence from alumni donations. *Eastern Economic Journal*, 39(1), 121–131. <https://doi.org/10.1057/ej.2012.30>
- Faizin, M., Ubaidillah, M. F., & Akbar, M. I. F. (2023). Relevansi antara konsep pendidikan menurut Ki Hajar Dewantara dan konsep pendidikan Islam seumur hidup (Lifelong education). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(1), 12–19. <http://www.jpdk.org/index.php/jpdk/article/view/148>
- Fikri Izzuddin, F., & Rohman, I. K. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna media sosial membayar zakat infak sedekah non tunai. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 540–550. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).11250](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).11250)
- Fritz, J. (2013). *Charitable giving by the generations*. <http://nonprofit.about.com/od/fundraising/a/generationalgivingstudy.htm>
- Ghazaly, A. R., Ihsan, G., & Shidiq, S. (2010). *Fiqh muamalat* (Ed. 1). Jakarta: Kencana.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Ed. 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoPay, & Kopernik. (2020). *GoPay digital donation outlook 2020*. <https://www.gojek.com/blog/gopay/riset-donasi-online/>
- Guilford, J. P. (1956). *Fundamental statistics in psychology and education*. New York: McGraw-Hill.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Dasar-dasar ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hakim, L., Andriani, S., & Umami, N. N. (2021). Permodelan pola perencanaan keuangan berdasarkan status pernikahan. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 15(4), 773–784. <https://doi.org/10.30598/barekengvol15iss4pp773-784>
- Hany, I. H., Herianingrum, & Nurma, S. F. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berinfak secara online. *Islamic Economics, Finance, and Banking Review*, 3(2), 1–18.

- Hisan, D. G., & Haniatunnisa, S. (2023). Faktor konsumsi dalam ekonomi Islam. *An Nawawi*, 3(1), 13–30. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i1.28>
- Indriyani, D. A., & Sudaryati, E. (2020). Pengaruh keragaman gender dewan, industri dan ukuran perusahaan terhadap donasi corporate social responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(8), 2009-2004. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i08.p09>
- Irawati, N., & Fitriyani, E. N. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi minat sedekah non tunai. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 3(2), 179–188. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i2.4779>
- Izzuddin, F. F., & Rohman, I. K. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna media sosial membayar zakat, infak, sedekah non tunai. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 540–550. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\)](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2))
- Jalaluddin, & Khoerulloh, A. K. (2020). Prinsip konsumsi dalam Islam: Tinjauan terhadap perilaku konsumen Muslim dan non-Muslim. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 3(2), 148–160. <https://doi.org/10.31949/mr.v3i2.2434>
- Kasri, R. A. (2013). Giving behaviors in Indonesia: Motives and marketing implications for Islamic charities. *Journal of Islamic Marketing*, 4(3), 306–324. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2011-0044>
- Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019). Why do Indonesian Muslims donate through mosques? A theory of planned behaviour approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(5), 663–679. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2018-0399>
- Kasri, R. A., & Indriani, E. (2022). Empathy or perceived credibility? An empirical study of Muslim donating behaviour through online charitable crowdfunding in Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(5), 829–846. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-09-2020-0468>
- Khairina, N. (2019). Analisis pengelolaan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) untuk meningkatkan ekonomi duaifa (Studi kasus di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan). *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 160–184. <https://doi.org/10.30829/ajei.v4i1.4091>
- Khoiriyah, H. U. (2022). Pengaruh sikap, norma subjektif, perceived behavioral control, pelayanan dan kedekatan lokasi terhadap keputusan menabung di bank syariah. *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis & ekonomi: Bagaimana meneliti dan menulis tesis* (Ed 4). Jakarta: Erlangga.

- Kuncoro, M. (2018). *Metode Kuantitatif*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi perilaku dan religiusitas generasi milenial terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 15–22. <https://doi.org/10.2654-5837>
- Kurniati. (2016). Teori perilaku konsumen perspektif ekonomi Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 6(1), 45–52. <http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387>
- Lee, Y. K., & Chang, C. T. (2007). Who gives what to charity? Characteristics affecting donation behavior. *Social Behavior and Personality*, 35(9), 1173–1180. <https://doi.org/10.2224/sbp.2007.35.9.1173>
- Liao, L., Luo, L., & Tang, Q. (2015). Gender diversity, board independence, environmental committee, and greenhouse gas disclosure. *The British Accounting Review*, 47(4), 409–424. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2014.01.002>
- Liling, A. (2019). Konsep utility dalam perilaku konsumsi Muslim. *Balanca: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 1(1), 71–91. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1040>
- Lwin, M., dan Phau, I. (2010). Characteristics of Charitable Donors in Australia. *Proceedings of the Recent Advances in Retailing and Services Science Conference*. Curtin University of Technology, Australia. pp 1-22.
- Lwin, M., Phau, I., & Lim, A. (2013). Charitable donations: Empirical evidence from Brunei. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 5(3), 215–233. <https://doi.org/10.1108/APJBA-12-2012-0081>
- Maarif Institute. (2016). *Penelitian ungkap tiga kota paling Islami di Indonesia*. <https://maarifinstitute.org/penelitian-ungkap-tiga-kota-paling-islami-di-indonesia/>
- Mesch, D. J., Rooney, P. M., Steinberg, K. S., & Denton, B. (2006). The effects of race, gender, and marital status on giving and volunteering in Indiana. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 35(4), 565–587. <https://doi.org/10.1177/0899764006288288>
- Meyers, L. S., Gamst, G. C., dan Guarino, A. J. (2013). *Performing Data Analysis Using IBM SPSS*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Miladi, N., & Noviyanti, R. (2022). Konfigurasi filantropi Islam era digital: Studi peran sedekah pada aplikasi media sosial YouTube. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 6(2), 51–63. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v6i2.29866>

- Minan, W., I., & Tamanni, L. (2021). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku sedekah harta pada karyawan PT Telkomsel Tbk. *Iltizam: Journal of Shariah Economics Research*, 5(2), 157–176. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v5i2.933>
- Muflih, M. (2006). *Perilaku konsumen dalam perspektif ilmu ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mufraini, M. A., Supriyono, & Maharani, B. T. (2019). *Lembaga keuangan syariah* (Ed. 1). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Muis, F. (2016). *Dikejar rezeki dari sedekah*. Solo: Taqiya Publishing.
- Muis, M. U. (2020). Pengaruh religiusitas terhadap perilaku bersedekah pegawai IAIN Palopo. *Journal of Institution and Sharia Finance*, 3(2), 113–133.
- Muttaqien, M. K., & Mas'ud, T. (2021). Kampanye infak di media sosial dan niat perilaku infak masyarakat saat pandemi COVID-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.446>
- Najtama, F. (2018). Religiusitas dan kehidupan sosial keagamaan. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, 9(2), 421–450. <https://doi.org/10.32489/tasamuh.214>
- Nareswari, O. A., & Handayani, N. U. (2023). Analisis regresi logistik faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian smartphone merek Samsung. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 18(3), 182–189. <https://doi.org/10.14710/jati.18.3.182-189>
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2012). *Microeconomic theory: Basic principles and extensions* (11th ed.). Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Nofiaturrahmah, F. (2018). Penanaman karakter dermawan melalui sedekah. *ZISWAF: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 4(2), 313–324. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i2.3048>
- Noor, A. H. B. M., Isa, N. A. M., Irpan, H. M., Bahrom, H. B., Salleh, A. B. M., & Ridzuan, A. R. B. (2015). Characteristics affecting charitable donation behavior: Empirical evidence from Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 31, 563–572. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01202-2](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01202-2)
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan perilaku kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nuari, R., & Hendratmi, A. (2019). Faktor minat berdonasi pada lembaga amil zakat Sahabat Mustahiq. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(11), 1–23. <https://doi.org/10.20473/vol6iss201911pp2272-2282>
- Nurhasanah, & Zuriatin. Gender dan kajian teori tentang wanita. *Edusociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 6(1), 282–291. <https://jurnal.stkipbima.ac.id/index.php/ES/article/view/1190/683>

- Othman, A., Hasan, Z. A., Ibrahim, K., Nurul, S., & Ibrahim, H. (2024). Factors influencing the intention to donate (Infaq and Sadaqah) among UiTMCM staff. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 16(2), 279–296.
- Pangestu, O., & Hasanah, L. N. E. (2023). Analisis pengaruh media sosial Instagram terhadap perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah coffee shop di Yogyakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 439–451.
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi penelitian untuk ekonomi dan bisnis*. UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi%20Penelitian.pdf>
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2013). *Microeconomics* (8th ed.). United States: Pearson Education, Inc.
- Pratama, D. F., & Chaniago, H. (2018). Pengaruh gender terhadap pengambilan keputusan di lingkungan kerja. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 3(3), 57–68. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v3i3.945>
- Purwatiningsih, A. P. (2023). *Motivasi intrinsik dan ekstrinsik berdonasi*. PT Nasya Expanding Management.
- Putri, Z. T. (2022). Perbandingan Dasar Keputusan Masyarakat dalam Berdonasi secara Online dan Offline, Skripsi, Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.
- Riantika, P. A., & Pane, N. (2023). Analisis keutamaan sedekah dan infak berdasarkan hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Imam Muslim. *Hibrul Ulama*, 5(2), 76–82. <https://doi.org/10.47662/hibrululama.v5i2.522>
- Safika, S., & Mardikaningsih, R. (2025). Pengaruh kepercayaan dan religiusitas terhadap keputusan sedekah online. *Currency: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(2), 442–467. <https://doi.org/10.32806/ccy.v3i2.641>
- Sakti, A. (2003). *Sistem ekonomi Islam: Filosofi dan bangunannya*. Jakarta: Taramedia
- Santoso, A., Sudarsono, H., & Hawariyuni, W. (2024). Young Muslim generations and sadaqah through digital platforms: Do sadaqah literacy and religiosity matter?. *Review of Islamic Social Finance and Entrepreneurship*, 3(1), 36–49. <https://doi.org/10.20885/risfe.vol3.iss1.art3>
- Sarwono, J. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Schlegelmilch, B. B., Love, A., & Diamantopoulos, A. (1997). Responses to different charity appeals: The impact of donor characteristics on the amount of donations. *European Journal of Marketing*, 31(8), 548–560. <https://doi.org/10.1108/03090569710176574>
- Subhan, H. A. (2023). Sedekah dan dampak sosial religius dalam kehidupan. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Ed. 2). Bandung: Alfabeta.
- Suharyono. (2018). Perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi Islam. *Al-Intaj*, 4(2), 1–12. <https://doi.org/10.29300/aij.v4i2.1216>
- Stern, K. (2013). Why the rich don't give to charity. *The Atlantic*. <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2013/04/why-the-rich-dont-give/309254/>
- Syafitri, O. Y., Wildan, N., Huda, N., & Rini, N. (2021). Tingkat religiusitas dan pendapatan: Analisis pengaruh terhadap keputusan membayar zakat, infak dan shadaqah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 34–46. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1915>
- Tanggap, A. C. (2021). *10 kota dermawan Indonesia selama pandemi, apakah kotamu termasuk?*. Kumparan. <https://kumparan.com/optimizer-act/10-kota-dermawan-indonesia-selama-pandemi-apakah-kotamu-termasuk-1v5jk5fkihD>
- Tho'in, M., & Marimin, A. (2019). Pengaruh tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan tingkat religiusitas terhadap minat muzakki membayar zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 225–236. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.678>
- Ubabuddin, & Nasikhah, U. (2021). Peran zakat, infak dan shadaqah dalam kehidupan. *Jurnal Ilmiah Al-Muttaqin*, 6(1), 60–76. <https://doi.org/10.37567/al-muttaqin.v6i1.368>
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- VanderWeele, T. J., Johnson, B. R., Bialowolski, P. T., Bonhag, R., Bradshaw, M., Breedlove, T., Case, B., Chen, Y., Chen, Z. J., Counted, V., Cowden, R. G., de la Rosa, P. A., Felton, C., Fogleman, A., Gibson, C., Grigoropoulou, N., Gundersen, C., Jang, S. J., Johnson, K. A., ... Yancey, G. (2025). The Global Flourishing Study: Study profile and initial results on flourishing. *Nature Mental Health*, 3(6), 636–653. <https://doi.org/10.1038/s44220-025-00423-5>
- Wanke, M. (Ed.). (2009). *Social psychology of consumer behavior*. New York, NY: Psychology Press.
- Wardani, A. K. W. (2020). The effect of the implementation of Islamic economics in shaping the character of an Islamic society. *At-Tamwil*, 2(2), 218–236. <https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1340>
- Webb, D. J., Green, C. L., & Brashear, T. G. (2016). Development and validation of scales to measure attitudes influencing monetary donations to charitable organizations. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 299–309. <https://doi.org/10.1177/0092070300282010>
- Wiepking, P., & Breeze, B. (2012). Feeling poor, acting stingy: The effect of money perceptions on charitable giving. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 17(1), 13–24. <https://doi.org/10.1002/nvsm.415>
- Yasril, & Kasjono, H. S. (2009). *Analisis multivariate untuk penelitian kesehatan*. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.