

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, E. H., Makkasau, Fitriani, Latifah, A., Eppang, M., Buraerah, S., Syatriani, S., Ilmiah, Wi. S., Suhartini, T., & Widia, L. (2023). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rizmedia Pustaka Indonesia.
- Anis, M. (2020). Zakat Solusi Pemberdayaan Masyarakat. *El-Iqtishady*, 2(1), 42–53.
- Arafah, M. (2021). Zakat sebagai Pemberdayaan Ekonomi Umat dalam Mengatasi Kemiskinan. *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, 13(2), 16–26.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Diambil 12 Juli 2024, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Badan Amil Zakat Nasional. (2020). Layanan Pembayaran Zakat, Infak, Sedekah. Diambil 15 Juli 2024, dari <https://baznas.go.id/layananpembayaran>
- Badan Pusat Statistik. (2024). Data Sensus Penduduk Indonesia. Diambil 1 Juli 2024, dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa.html>
- Bukhari, S. F. H., Woodside, F. M., & Hassan, R. (2019). Is religiosity an important consideration in Muslim consumer behavior Exploratory study in the context of western imported food in Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 10–14.
- Fauziyah, N. (2019). *Analisis Data Menggunakan Multiple Logistic Reggression Test di Bidang Kesehatan Masyarakat dan Klinis*. Polisteknik Kesehatan Kemenkes Bandung.
- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi ANalisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Efendi, M. B., Sudarso, A., Sisca, D. L., Permadi, H. M. P. S. L. A., & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa* (W. ROnal, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Herdian, Asiati, D. I., & AM, T. (2023). Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian E-PaperBisnis Indonesia dengan Karakteristik Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*, 4(2), 49–63.
- Herianingrum, S., & Maulidin, M. R. (2022). Pengaruh Digital Zakat terhadap Penghimpunan Zakat dan Kinerja Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(1), 47–58.
- Hudaefi, F. A., Beiq, I. S., Zaenal, M. H., Choirin, M., Farchatunnisa, H., & Junari, U. L. (2020). How Does Zakat Institution Respond to Fintech? Evidence from Baznas Indonesia. *IJZIP: International Journal of Zakat and Islamic Philanthropy*, 2(1), 2672–7471.
- Hudaifah, A., Tutuko, B., P. S. A., Ishaq, A. A., & Albar, M. (2020). *Sinergi Pengelolaan Zakat di Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh faktor budaya, faktor social, dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 99–107. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>
- Irwan, A. M. (2019). Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion secara (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2).
- Kasim, M. U. (2005). *Zakat Teori, Kutipan, dan Agihan*. Utusan Publications & Distributors.
- Khoirol Abror. (2019). *Fiqh Zakat dan Wakaf*. Permata.

- Kotler, Philip., Keller, K. Lane., Tan, C. Tiong., Ang, S. Hoon., & Leong, S. Meng. (2016). *Marketing management : an Asian perspective*. Pearson Education Limited.
- Kuncoro, A., & Sudarman. (2018). *Metodologi Penelitian Manajemen*.
- Marlindawaty. (2022). Analisis Faktor Sosial, Budaya, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di Modeshop Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi*, 13(2), 236–244. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v13i2.211>
- Mauludin, M. R., & Herianingrum, S. (2022). Pengaruh Digital Zakat terhadap Penghimpunan Zakat dan Kinerja Lembaga Amil Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(1), 47.
- Millah, Q., & Halizah, A. N. (2022). Peran Zakat dalam Mengurangi Kesmiskinan. *Kasbana: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2), 45–054.
- Mulia, M., Syariah, M. E., Masyarakat, D., & Muhammad, M. M. (2021). Sedekah sebagai Metode Membumikan. *El-Iqtishady*, 3(10), 1–8.
- Putri, H. A. (2022). *Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Suhermin Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Pendidikan*, 7(2), 144.
- Rahman, F., Ahmad, unku S. T., & Islam, Md. M. (2023). The Potential of Zakat and Sadaqah to Transform a Sustainable Development of Bangladesh: A Study on Moral Parenting Trust among Employment Opportunities. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 5 (1), 339–352.
- Rahmawaty, A. (2021). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam Konsep, Teori dan Analisis*. Idea Press Yogyakarta.
- Republik. (2022). Naik ke Peringkat 3 Global, Begini Prospek Fintech Syariah Indonesia. Diambil 5 September 2024, dari

<https://ekonomi.republika.co.id/berita/rfvwco349/naik-ke-peringkat-3-global-begini-prospek-fintech-syariah-indonesia?>

- Ridwan, M. R. S., & Fadilah, S. (2022). Pengaruh Pandemi Covid-19 terhadap Penghimpunan Dana Zakat Online di Badan Amil Zakat Nasional. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 2(1), 156–162.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Graha Ilmu.
- Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku Muzakki dalam Menyalurkan Zakat di Era Digital. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 45–64. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18479>
- Solopos Tekno. (2023). Aplikasi Ini Layani Bayar Zakat Online. Diambil 15 Juli 2024, dari <https://teknologi.solopos.com/aplikasi-ini-layani-bayar-zakat-online-1602170>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sukmawati, H., Iwan, W., & Kurniaputri, M. R. (2022). Acceptance and Use of Muzakki To Pay Non-Cash Zakat in West Java: Theory Extension of Technology of Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(4), 439–452.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia.
- Thifany, S. A., Corry, Y., & Basrah, S. (2021). *Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Langganan Provider Musik* (Vol. 2, Nomor 2).
- Wibowo, L. S. (2023). Pengaruh Faktor Pribadi Dan Sosial Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Kasus Pada Pembelian Tela-Tela Ubi di Bone Bolango). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 1016–1025.
- Widiawati, Y. (2023). Hukum Membayar Zakat Secara Online. *GUAUA: Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam*, 3(4), 220–230.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 1(1), 31.

Zaenal, M. H. (2022). *Hasil Pengukuran Indeks Kesiapan Digitalisasi Zakat 2022*. Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).