

Daftar Pustaka

- Agustin, N., & Amron. (2022). Pengaruh *Influencer Marketing* dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare pada Tiktok Shop. *Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 49–61. <https://jurnal.uia.ac.id/index.php/Kinerja/article/view/2243/1227>
- 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)
- Al-Qur'an ku* (1st ed.). (2010). Lautan Lestari .
- Arif, M., & Yani, S. A. (2023). *Keputusan Pembelian Online* (Jufrizen, Ed.). Umsu Press.
- Azizah, N., Hasbi, S., & Yetty, F. (2021). Pengaruh *Brand awareness*, Transparansi Keputusan Menyalurkan ZIS di Kitabisa.com. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 111–125. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.241>
- Data, K. (2024, September). *How to Choose a 5% or 10% Margin of Error in Slovin's Formula | Calculating the Minimum Sample Size*. Kanda Data. <https://kandadata-com.translate.goog/how-to-choose-a-5-or-10-margin-of-error-in-slovins-formula/?>
- Dharma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. Guepedia.
- Dompét Dhuafa. (2022). *Dompét Dhuafa Jadi Platform Donasi Online Favorit Generasi Milenial dan Z*. Dompét Dhuafa. <https://www.dompetdhuafa.org/en/dompét-dhuafa-is-millennial-and-gen-zs-favorite-online-donation-platform/?>
- Fadmairza, J. (2021). *Pengaruh Influencer dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus: Remaja di Kota Pekanbaru)*. UIN Sultan Syarif Kasim.

- fazil, M., & Hafizh, M. (2024). The Influence of Trust, Security and *Brand* Image Factors on the Decision to Donate Online on the *Crowdfunding* Platform Kitabisa.com. *ECo-Fin: Economics and Financial*, 6(3). <https://doi.org/10.32877/ef.v6i3.1618>
- Hossain, M. Z., & Kibria, H. (2024). Exploring the Evolution of *Brand* Loyalty in the Age of Social Media. *Journal of Service Science and Management*, 17(03), 219–247. <https://doi.org/10.4236/jssm.2024.173011>
- Kaller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition*. Pearson.
- Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). Pengaruh *Brand awareness* dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 284. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.761>
- Kitabisa.com. (2025). *Tentang Kitabisa.com*. <https://kitabisa.com/about-us>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Pearson Education .
- Kristianti, L. (2024, January 31). *APJII sebut penetrasi internet Indonesia naik jadi 79,5 persen di 2024*. ANTARA. <https://www.antaranews.com/berita/3941181/apjii-sebut-penetrasi-internet-indonesia-naik-jadi-795-persen-di-2024>
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., & Klar, J. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studie*. John Wiley & Sons.
- Luthfiani, A. N., & Yazid, M. (2025). Kesejahteraan Sosial dalam Perspektif Ekonomi Islam: Teori dan Praktik. *Center of Economic Student Journal*, 8(1), 2621–8186. <https://doi.org/10.56750/csej.v8i1.1077>
- Maysarah. (2025, November 12). *5 Platform donasi terpopuler di Indonesia dengan unduhan terbanyak*. Topik.Id. <https://www.topik.id/2025/11/5-platform-donasi-terpopuler-di-indonesia-dengan-unduh-an-terbanyak.html>

- Nasution, I. F. (2023). *Determinan Keputusan Berdonasi Online Melalui Mobile Banking* [Skripsi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan]. <http://etd.uinsyahada.ac.id/9168/1/1740100262.pdf>
- Noor, Z. Z. (2024). *Buku Ajar Pemasaran Digital*. Deepublish.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Uji Regresi Liinier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. CV. Pradina Pustaka Grup.
- Nugroho, A. Y., & Rachmaniyah, F. (2019). Fenomena Perkembangan *Crowdfunding* Di Indonesia. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 4(1), 34. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.254>
- Pasaribu, B., Herawati, A., Utomo, K. W., & Aji, R. H. S. (2022). *Metodologi Penelitian* (1st ed.). Media Edu Pustaka.
- Putri, J. N. P., Listyorini, S., & Budiatmo, A. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Pond's di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 926.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press.
- Ramadhia, H. (2024). *Pengaruh E-Service Quality, Brand awareness, Literasi Digital Dan Akuntabilitas Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zis Online (Studi Empiris Pada Platform Digital Laz Al Azhar)* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/80794>
- Rohman, S. (2021). *Diorama Akal*. Haura Publishing.
- Salsabilla, W. A. (2024, March 2). *Siapa Generasi dengan Tingkat Penetrasi Internet Tertinggi di Indonesia?* Good Stats. <https://data.goodstats.id/statistic/siapa-generasi-dengan-tingkat-penetrasi-internet-tertinggi-di-indonesia-GYJY0?>

- Sari, A. R. P., & Yasa Ni Nyoman Kerti. (2020). *Kepercayaan Pelanggan Diantara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga dengan Loyalitas Pelanggan*. Lakeisha.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Sitoyo, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Syaekhu, A., & Suprianto. (2021). *Teori Pengambilan Keputusan*. Zahir Publishing.
- Syazili, A., & Gofar, N. (2025). *Dasar-Dasar Aplikasi Statistika SPSS dan Excel*. Widina Media Utama.
- Tehuayo, E., Tamher, E. R., Pelupessy, M. M., & Asnawi, A. (2024). *Mengenal Tren Pemasaran* (T. Yuwanda, Ed.; 1st ed.). Takaza Innovatix Labs.
- Waty, E., Anggraeni, A. F., Apriani, A., Ibrahim, H., Sari, A., Manafe, H. A., Juniarto, G., Nursanti, T. D., & Hadiyat, Y. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Widiastuti, K. (2011). Dampak Pertumbuhan Bangunan dalam Perkembangan Kota Banjarmasin. *Jurnal INTEKNA*, 1. <https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/article/download/47/37>
- Yacob, A. (2018). Kepercayaan dalam Perspektif Komunikasi Umum Dan Perspektif Komunikasi Islam. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial Dan Kebudayaan*, 2(9). <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/hikmah/article/view/1738>