

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, & Mahalli , K. (2012). otensi dan peranan zakat dalam mengentaskan kemiskinan di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1, No.1, Desember 2012.*
- Aristiana, M., Waluyo, B., & Muchtasib , A. (2019). Factors that Influence People Interest in Using a Digital Platform as a ZIS Payment (Case Study Go-Pay). *INTERNATIONAL CONFERENCE OF ZAKAT 2019 PROCEEDINGS.*
- Baztala. (2020, Juni 15). *Perbedaan Infak Dan Sedekah.* Retrieved from Baznastala.or.id: <https://baznastala.or.id/perbedaan-infak-dan-sedekah/>
- Calvin, & Semuel, H. (2014). ANALISA PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST DAN ECONOMIC BENEFIT TERHADAP NIAT PEMBELIAN POLIS ASURANSI PT. SEQUISLIFE DI SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol 2, No 1 (2014), 2-3.*
- Fahlefi, R. (2019). Inklusi Keuangan Syariah Melalui Inovasi Fintech Di Sektor Filantropi. *Proceeding IAIN Batusangkar, 4(1).*
- Fitriani, H. (2018). Kontribusi Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada Pertanian (Studi Analisis Melalui Pendekatan Keuangan Syariah Dengan Situs Peer To Peer Lending Pada Pertanian Di Indonesia). *ELBARKA: Journal of Islamic Economics and Business. Vol. 1 No. 1, 2018.*
- Haniah, N. (2013). Uji Normalitas Dengan Metode. *StatistikaPendidikan.com.*
- Ichwan, A., & Ghofur, R. A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(02), 2020., 129-135.*
- Ilyas, R. (2015). KONSEP MASHLAHAH DALAM KONSUMSI DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *JURNAL PERSPEKTIF EKONOMI DARUSSALAM Volume 1 Nomor1, Maret 2015.*
- Irawan. (2015). Acceptance Analysis of Accounting Software User though Technology Acceptance. *Jurnal Ilmiah ESAI Volume 9, No.1, Januari 2015, 8-10.*

- Istikhomah, D., & Asrori. (2019). PENGARUH LITERASI TERHADAP KEPERCAYAAN MUZAKI PADA LEMBAGA PENGELOLA ZAKAT DENGAN AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Economic Education Analysis Journal* 8 (1) (2019).
- Iswandi, A. (2014). PENERAPAN KONSEP TAYSÎR DALAM SISTEM EKONOMI ISLAM. *Ahkam: Vol. XIV, No. 2, Juli 2014*, 249-250.
- Iswandi, A. (2014). PERAN ETIKA QUR'ANI TERHADAP SISTEM EKONOMI ISLAM. *Al-Iqtishad: Vol. VI No. 1, Januari 2014*, 148.
- Janti, S. (2014). ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN SKALA LIKERT TERHADAP PENGEMBANGAN SI/TI DALAM PENENTUAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENERAPAN STRATEGIC PLANNING PADA INDUSTRI GARMEN. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*.
- Karmanto, G. D., & Baskoro, B. D. (2020). PENGGUNAAN PLATFORM CROWDFUNDINGDALAM MENYALURKAN ZAKAT, INFAQ, DAN SHADAQAH(ZIS): STUDI INTENSI MASYARAKAT. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, POINT Vol. 2, No. 2*.
- 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(02), 2020,.
- 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, Vol. 16 No.1*.
- KNKS. (2019). umbuh Bersama, Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pemerataan Zakat. *Insight Buletin Ekonomi Syaria*.
- Kurniati. (2016). TEORI PERILAKU KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesiam, Juni 2016*.
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). INTENSI PERILAKU DAN RELIGIUSITAS GENERASI MILLENIALS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBAYARAN ZIS MELALUI PLATFORM DIGITAL. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 No. 2 September 2020*.

- Kurniawati, H. A., Winarno, W. A., & Arif, A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, Volume IV (1)*.
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RESIKO DAN PERSEPSI KESESUAIAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 26 No. 2*.
- Malau, A. R. (2020). ANALISA PRODUK, PROMOSI DAN PROSES TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGGUNAKAN PLATFORM KREDIT ONLINE. *JEB Online Vol. 01 No. 02 April (2020)*, 81.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor, Vol.8, No.2, Desember 2020*, 143-144.
- Mathar, M. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF UNTUK ILMU PERPUSTAKAAN*. Samata: Alauddin.
- Mathar, M. Q. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu Perpustakaan*. Gowa: Alauddin University Press.
- Pasaribu, P. N. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 dalam Mengadopsi Mobile Banking Dikalangan . *Duconomic Sci-meet*, 403.
- Prastiani, N. F., Fasa, M. I., & Suharto. (2021). OPTIMALISASI PERKEMBANGAN ZAKAT INFAQ SHADAQAH MENGGUNAKAN PLATFROME-COMMERCE. *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*.
- Pratiwi, I. I. (2020). Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: . *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 478.
- Puskas BAZNAS. (2021). Outlook Zakat Indonesia 2021. In P. BAZNAS, *Outlook Zakat Indonesia 2021* (p. 29). Jakarta: www.puskasbaznas.com.
- Rauniar, R., Yang, J., & Johnson, B. (2014). Technology acceptance model (TAM) and social media usage an empirical study on Facebook. *Journal of Enterprise Information Management Vol. 27 No. 1, 2014*, 9-10.

- rzadmindevel. (2020, April 27). *APA BEDA ZAKAT, INFAK DAN SEDEKAH?* Retrieved from RumahZakat.org: [https://www.rumahzakat.org/id/apa-beda-zakat-infak-dan-sedekah/?gclid=EAIaIQobChMI9erPzZ249AIVk5NmAh1WXwi5EAAYASAAEgIQffD\\_BwE](https://www.rumahzakat.org/id/apa-beda-zakat-infak-dan-sedekah/?gclid=EAIaIQobChMI9erPzZ249AIVk5NmAh1WXwi5EAAYASAAEgIQffD_BwE)
- Salihu, A., Metin, H., Hajrizi, E., & Ahmeti, M. (2019). The Effect of Security and Ease of Use on reducing the problems/deficiencies of Electronic Banking Services. *IFAC (International Federation of Automatic Control)*, 160.
- Santoso, I. R. (2019). Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in AlleviationPoverty in the Era of Industrial Revolution 4.0. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Sari, A. P., Ridwan, M., & Sugianto. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Proyek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.Com. *Tansiq, Vol. 2, No. 1, Januari – Juni 2019*.
- Sari, N. (2012). MANAJEMEN MARKETING (PEMASARAN) PRODUK JASA KEUANGAN PERBANKAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM. *Media Syariah, Vol. XIV No. 2 Juli – Desember 2012*.
- Sari, N. E., & Oswari, T. (2019). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian pada Toko Online Tokopedia. *CREATIVE RESEARCH MANAGEMENT JOURNAL*, 45-46.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan . Bandung: Alfabeta*.
- Venkatesh, V. (1996). A Model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test. *Decision Sciences, Vol. 27 No. 3, (1996), 452*.
- Wedantha, P. M., & Widhiyani, N. S. (2016). PENGARUH KEMANFAATAN, KEMUDAHAN PEMAKAIAN DAN KOMPETENSI AUDITOR PADA KEBERHASILAN PENERAPAN TEKNIK AUDIT BERBANTU KOMPUTER. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol. 14.1, 2016, 403-404*.
- Wedhant, P. M., & Widhiyani, N. L. (2016). pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Pemakai dan Kompetensi Auditor pada Keberhasilan Penerapan Teknik

Audit Berbantu Komputer. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 14, No. 1 (2016) , 398.

Wong, D. (2017). PENGARUH ABILITY, BENEVOLENCE DAN INTEGRITY TERHADAP TRUST, SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP PARTISIPASI PELANGGAN E-COMMERCE : STUDI KASUS PADA PELANGGAN ECOMMERCE DI UBM. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT Vol.2, No.2, Juni 2017*, 156 .

Yuliawan , E. (2011). Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Cabang Bandung . *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil, Volume 1, Nomor 01, April 2011*.

Yusnidar , Samsir, & Restuti, S. (2014). pengaruh kepercayaan dan persepsi resiko terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion secara online di kota pekanbaru. *JURNAL SOSIAL EKONOMI PEMBANGUNAN Tahun IV No.12.*, 318-319.

