

Daftar Pustaka

- Adyani, R. N. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Brand Trust Serta Dampaknya Terhadap Donation Decision Pada Crowdfunding Kitabisa.com Ditengah Pandemi Covid-19*. Skripsi pada Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Ahmaddien, I., & Syarkani, Y. (2019). *Statistika Terapan dengan Sistem SPSS*. ITB Press.
- Amrin. (2016). *Data Mining Dengan Regresi Linier Berganda Untuk Peramalan Tingkat Inflasi*. 8(1), 74–79.
- Annisawati, A. A., & Santoso, H. (2020). Pengaruh Brand Trust Kitabisa.com Terhadap Niat Berdonasi Secara Online (Studi Kasus: Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1).
- Aziz, I. A., Nurwahidin, N., & Chailis, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 94–108. <https://doi.org/10.30997/jsei.v5i1.1835>
- Ba, S., & Pavlou, P. (2002). Evidence Of the Effect of Trust Building Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior. *MIS Quarterly*, 26(3).
- Badir, M., & Andjarwati, A. L. (2020). The Effect of E-WOM, Ease of Use and Trust on Purchase Decisions (Study on Tokopedia Application Users). *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 7(1), 39–52.
- Bestari, R., & Rahadian, Y. (2020). Motivation Analysis Of Crowdfunding Donation Based Disclosure. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 1(2), 277–289.
- blog.kitabisa.com. (2018). *Kitabisa.com Online Giving Report 2018: Indonesia Negara Paling Dermawan di Dunia*. <https://blog.kitabisa.com/kitabisa-online-giving-report-2018-indonesia/>
- blog.kitabisa.com. (2019). *Kitabisa Raih Penghargaan dari Kementerian Sosial Republik Indonesia*. <https://blog.kitabisa.com/kitabisa-raih-penghargaan-dari-kementerian-sosial-republik-indonesia/>
- blog.kitabisa.com. (2020a). *Kitabisa Terpilih Sebagai Platform Fundraising Digital Terbaik*. <https://blog.kitabisa.com/kitabisa-terpilih-sebagai-platform-fundraising-digital-terbaik/>
- blog.kitabisa.com. (2020b). *Kitabisa Mendapat Opini Wajar Tanpa Pengecualian (WTP) di Tahun 2019*. <https://blog.kitabisa.com/kitabisa-mendapat-opini-wajar-tanpa-pengecualian-wtp-di-tahun-2019/>

- blog.kitabisa.com. (2021a). *Bantuan Palestina Hasil Galang Dana Fadil Jaidi Lebih Target!* <https://blog.kitabisa.com/bantuan-palestina-fadil-jaidi/>
- blog.kitabisa.com. (2021b). *Taqy Malik Salurkan Lebih Dari Rp 6 M Donasi Dana Bantuan Palestina.* <https://blog.kitabisa.com/bantuan-palestina-taqy-malik/>
- blog.kitabisa.com. (2021c). *Atta dan Aurel Berhasil Kumpulkan Rp 2 M Donasi Untuk Palestina.* <https://blog.kitabisa.com/donasi-untuk-palestina-atta-aurel/>
- bnpb.go.id. (2020a). *Awas Penipuan Mengatasnamakan Akun BNPB untuk Cari Donasi COVID – 19.* <https://bnpb.go.id/berita/awas-penipuan-mengatasnamakan-akun-bnpb-untuk-cari-donasi-covid-19>
- bnpb.go.id. (2020b). *Awas Penipuan Permintaan Donasi COVID-19 Mengatasnamakan Sekretaris Utama BNPB.* <https://bnpb.go.id/berita/awas-penipuan-permintaan-donasi-covid19-mengatasnamakan-sekretaris-utama-bnpb>
- Bradford, C. S. (2012). Crowdfunding and the Federal Securities Laws. *Columbia Business Law Review*.
- cnbcindonesia.com. (2020). *Korupsi Bansos Covid, Mensos Juliari Terima Rp 17 M.* <https://www.cnbcindonesia.com/news/20201206062729-4-207109/korupsi-bansos-covid-mensos-juliari-terima-rp-17-m>
- cnnindonesia.com. (2020). *Korupsi Bansos Corona dan Ancaman Hukuman Mati dari KPK.* <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20201207091312-12-578758/korupsi-bansos-corona-dan-ancaman-hukuman-mati-dari-kpk>
- cnnindonesia.com. (2021). *Data Pengguna Facebook, Instagram Hingga LinkedIn Bocor.* <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210114210113-185-593962/data-pengguna-facebook-instagram-hingga-linkedin-bocor>
- dailysocial.id. (2020). *Kekuatan Orang Baik, Kunci Tenarnya Platform “Social Crowdfunding.”* <https://dailysocial.id/post/kekuatan-orang-baik-kunci-tenarnya-platform-social-crowdfunding>
- Dibyani, S. B. (2019). *Pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Sistem Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding (Studi Kasus Pada Donatur Kitabisa.com di Kota Yogyakarta).* Skripsi pada Universitas Islam Indonesia.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS.* Deepublish.
- Dwiningtias, Y. D. P., & Mahmudah. (2019). Analisis Regresi Ordinal Untuk Mengidentifikasi Faktor yang Mempengaruhi Indeks Pembangunan Manusia. *Jurnal Biometrika Dan Kependudukan*, 8(2), 174–182.
- Fajery, & Firdaus, M. R. (2018). Pengaruh Social Marketing Terhadap Keputusan

- Berdonasi Melalui Kitabisa.com. *Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 22–23.
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.
- finansial.bisnis.com. (2020). *Donasi Digital Meningkatkan Selama Pandemi Covid-19*. <https://finansial.bisnis.com/read/20200519/563/1242695/donasi-digital-meningkat-selama-pandemi-covid-19>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasna, S., & Irwansyah. (2019). Pengaruh Inovasi Crowdfunding Terhadap Keputusan Berdonasi. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(2), 144–156. <https://doi.org/10.31849/digitalzone.v10i2.2719>
- Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi, & Putri, A. A. (2019). Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs Online Kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17(2), 146–156.
- Hossain, M., & Oparaocha, G. O. (2017). Crowdfunding: Motives, Definitions, Typology and Ethical Challenges. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0045>
- Huang, S. L., & Ku, H. H. (2016). Brand image management for nonprofit organizations: Exploring the relationships between websites, brand images and donations. *Journal of Electronic Commerce Research*, 17(1), 80–96.
- Hutami, N., & Irwansyah. (2019). Pemanfaatan Aplikasi Mobile Kitabisa Dalam Rowdfunding Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, XIII(02), 183–194.
- Kambali, I., & Puspitasari, E. (2019). Pengaruh Personal Selling Produk Indihome Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Telekomunikasi Indonesia Rajawali Witel Bandung Barat. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1).
- katadata.co.id. (2020). *Semangat Gotong Royong Indonesia Meningkatkan di Masa Pandemi Corona*. <https://katadata.co.id/yuliawati/berita/5eaa1368ecf96/semangat-gotong-royong-indonesia-meningkat-di-masa-pandemi-corona>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education, Inc.
- 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), 284–293.
- kitabisa.com. (2021). *Tentang Kitabisa*. <https://kitabisa.com/about-us>

- kompas.com. (2020). *Namanya Dicatut Saat Pandemi Covid-19, Anne Avantie: Sangat Tidak Manusiawi*.
<https://www.kompas.com/hype/read/2020/03/28/114728166/namanya-dicatut-saat-pandemi-covid-19-anne-avantie-sangat-tidak-manusiawi>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)* (Vol. 15E). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35, 3–12.
- lawancorona.kitabisa.com. (2021). *Data Target Penyaluran*.
<https://lawancorona.kitabisa.com/>
- Lindawati, L. (2018). Kekuatan Cerita dalam Bisnis Sosial. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 100–110.
- Lusiah, Noviantoro, D., & Halim, L. T. (2017). The Effect of Endorsement and Brand Image on Purchase Decision of Online Culinary Product. *Proceedings of the 1st Economics and Business International Conference 2017 (EBIC 2017)*, 46, 530–533.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). Developing And Validating Trust Measure for e-Commerce: An Integrative Typology. *Information Systems Research*, 13(3), 334–359.
- metro.sindonews.com. (2020). *Waspadai Kejahatan Berkedok Misi Sosial*.
<https://metro.sindonews.com/read/224788/170/waspadai-kejahatan-berkedok-misi-sosial-1604880683?showpage=all>
- Nafidzah, I. (2020). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online di Kitabisa.com. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8.
- nasional.kompas.com. (2020). *Kilas Balik Saat Kasus Covid-19 Perdana Diumumkan di Indonesia*. <https://nasional.kompas.com/read/2020/09/02/06240631/kilas-balik-saat-kasus-covid-19-perdana-diumumkan-di-indonesia?page=all>
- news.detik.com. (2017). *Kitabisa Tutup Halaman Penggalangan Dana Cak Budi*.
<https://news.detik.com/berita/d-3488940/kitabisa-tutup-halaman-penggalangan-dana-cak-budi>
- news.detik.com. (2020). *Pandemi dan Pahlawan Milenial*.
<https://news.detik.com/kolom/d-5248823/pandemi-dan-pahlawan-milenial>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53.
- Niswah, F. M., Mutmainah, L., & Legowati, D. A. (2019). Muslim Millennial’S

- Intention of Donating for Charity Using Fintech Platform. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(3), 623–644. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i3.1080>
- Nurudin, M., Mara, M. N., & Kusnandar, D. (2014). Ukuran Sampel dan Distribusi Sampling dari Beberapa Variabel Random Kontinu. *Bimaster : Buletin Ilmiah Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 03(1), 1–6.
- Prasetyo, K. A. (2018). The Influence of Trust, Security and Service Quality toward Purchase Decision at Lazada. *Journal of Research in Management*, 1(2), 18–22.
- Ramadhani, M. D., & Maskur, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Layanan Website Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Stikubank Semarang). 978–979.
- Ramadhani, M., & Mulyowahyudi, A. (2020). Analysis of Brand Awareness, Quality Service Program, dan Social Media Advertising towards Customer Campaign Use Decision at the Crowdfunding of BawaBerkah.org. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 665–671.
- republika.co.id. (2016). Lewat Kitabisa.com, Alfatih Masuk Daftar Calon Pemimpin Asia versi Forbes. <https://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/16/03/01/o3bvx5394-lewat-kitabisacom-alfatih-masuk-daftar-calon-pemimpin-asia-versi-forbes>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif (Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen)*. Deepublish.
- Santosa, A. D., Bintari, V. I., & Hamzah, R. A. (2019). Peran Kepercayaan dan Brand Image Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online di Instagram. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(1), 60–68.
- 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: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 2(1).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. Wiley.
- Siregar, S. (2017). *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Kencana.
- Sitanggang, M. H. A. (2018). Memahami Mekanisme Crowdfunding dan Motivasi Berpartisipasi dalam Platform Kitabisa.com. *E Journal UNDIP*, 6(3), 1–11. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/20859/19553>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Sujarweni, V. W. (2018). *Statistik untuk Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- tribunnews.com. (2021). *KitaBisa.com Berhasil Galang Dana Rp 6,4 Miliar untuk Korban Bencana NTT*.
<https://www.tribunnews.com/nasional/2021/04/08/kitabisacom-berhasil-galang-dana-rp-64-miliar-untuk-korban-bencana-ntt>
- Trigunawan, A., Rahayu, W. I., & Andarsyah, R. (2020). *Regresi Linier Untuk Prediksi Jumlah Penjualan Terhadap Jumlah Permintaan*. Kreatif.
- Ulfa, M., & Suyanto. (2020). Efektivitas Komunikasi Website Kitabisa.com Sebagai Media Menggalang Dana dan Berdonasi Online (Crowdfunding). *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 7.
<https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/26618>
- wearesocial.com. (2020). *Digital Use Around The World in July 2020*.
<https://wearesocial.com/blog/2020/07/digital-use-around-the-world-in-july-2020>
- Widhiarso, W. (2010). *Pengembangan Skala Psikologi : Lima Kategori Respons ataukah Empat Kategori Respons ?*
http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/widhiarso_2010_-_respon_alternatif_tengah_pada_skala_likert.pdf
- Yulianingsih, A. (2020). *Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality Terhadap Proses Keputusan Pembelian Pada Tiket.com*. Skripsi pada Universitas Telkom.
- Zacharias, T., Wenno, I.H., & Laurens, S. (2019). *Metode Penelitian Sosial Teori dan Aplikasi*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Zamrudi, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Secara Online. *Jurnal Komunikasi, Bisnis, Dan Manajemen*, 4(2), 132–144.
- Zulfian, D. M. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online Melalui Platform Financial Technology Crowdfunding*. Skripsi pada Universitas Islam Indonesia.