

DAFTAR PUSTAKA

- Acai Sudirman et al. (2021). Pemasaran Kontemporer (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis). In D. R. Acai Sudirman, *Pemasaran Kontemporer (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*. Bandung: Penerbit Widina.
- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner dan Strategis*, 1-9.
- Ahmad, L. d. (n.d.). Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan. In *Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan*.
- Alip Pamungkas Rahardjo, A. M. (2019). Iuris Muda : Bunga Rampai Ilmu Hukum. In A. M. Alip Pamungkas Rahardjo, *Iuris Muda : Bunga Rampai Ilmu Hukum* (p. 53). Yogyakarta: Penerbit Harfeey.
- Alys. (2018, desember 31). *Influencer Inspiratif, 7 Hal Ini Bisa Kamu Teladani dari Rachel Vennya*. Retrieved from IDN TIMES: <https://www.idntimes.com/life/inspiration/adeliadwitas/influencer-inspiratif-7-hal-ini-bisa-kamu-teladani-dari-rachel-vennya-c1c2?page=all>
- Amirullah. (2022). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia.
- Arif Yuswanto Nugroho, F. R. (2019). Fenomena Perkembangan Crowdfunding di Indonesia. *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*, 38.
- Augusto Bargoni, C. G. (2022). The effects of influencer endorsement services on crowdfunding campaigns . *Journal of Services Marketing*.
- Bachtiar, A. (2022). THE MAGIC OF INFLUENCER Bagaimana Memberi Nilai pada Diri Sendiri dan Memikat Orang Lain. In A. Bachtiar, *THE MAGIC OF INFLUENCER Bagaimana Memberi Nilai pada Diri Sendiri dan Memikat Orang Lain* (p. 3). Yogyakarta: Araska.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan teknik SPSS*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Bisnis, B. (2022, Oktober 18). *6 Aplikasi Crowdfunding untuk Penggalangan Dana Secara Online*. Retrieved from Kumparan.com: <https://kumparan.com/berita-bisnis/6-aplikasi-crowdfunding-untuk-penggalangan-dana-secara-online-1z4E5wQAcy4/full>
- Bunyamin, S. M. (2021). Manajemen Pemasaran. In S. M. Bunyamin, *Manajemen Pemasaran* (p. 2). Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Chalil, R. D. (2021). *BRAND, ISLAMIC BRANDING, & RE-BRANDING - Rajawali Pers*. PT. RajaGrafindo Persada.
- Cholil, A. M. (2018). 101 Branding Ideas. In A. M. Cholil, *Strategi Jitu Memenangkan Hati Konsumen* (p. 179). Yogyakarta: Penerbit Yogyakarta.

- Chopra, A. A. (2021). Influencer Marketing: An Exploratory Study to Identify Antecedents of Consumer Behavior of Millennial. *Business Perspectives and Research*, 77-91.
- Detik.com. (2021, oktober 19). *Ironi Rachel Vennya: Galang Dana Corona, Kabur dari Karantina*. Retrieved from Detiknews: <https://news.detik.com/berita/d-5773452/ironi-rachel-vennya-galang-dana-corona-kabur-dari-karantina>
- Dewi, M. K. (2022). Kitabisa.com: Merajut Kebaikan Lewat Teknologi. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia*.
- Douglas Cumming, L. H. (2018). *The economics of crowdfunding: Startups, portals and investor behavior*. Switzerland: Springer International Publishing .
- Dr. Aditya Wardhana, S. M. (2022). Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi). In S. M. Dr. Aditya Wardhana, *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)* (pp. 7-8). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Dr. H. Muhammad Yusuf Saleh, S. M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In S. M. Dr. H. Muhammad Yusuf Saleh, *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: SAH Media.
- Dr. Hamzah B. Uno, M. (2023). *Teori Motivasi dan Pengukurannya (Analisis di Bidang pendidikan)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Dr. Muhammad Ramdhan, S. M. (2021). Metode Penelitian. In S. M. Dr. Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian* (p. 36). Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Dwi Irawan, A. A. (2022). Persepsi Keamanan, Kepercayaan, dan Akuntabilitas Perusahaan Terhadap Niat Berdonasi Melalui Fintech Crowdfunding. *Jurnal Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*.
- Dzulfaroh, A. N. (2023, Januari 29). *World Giving Index 2022, Indonesia Jadi Negara Paling Dermawan di Dunia*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2023/01/29/200500165/world-giving-index-2022-indonesia-jadi-negara-paling-dermawan-di-dunia?page=all>
- Eric pranata, S. N. (2022). Analisis Pengaruh Crowdfunding Pada Platform Aplikasi Teknologi Kitabisa.com Terhadap Masyarakat Indonesia Menggunakan Metode SEM. *Eric pranata, Syifa Nur Islami, Sugianto, Said Teguh, Junaidi*, 1-2.
- Erina Alimin, E. D. (2022). Manajemen Pemasaran. In E. D. Erina Alimin, *Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern* (pp. 2-3). Nusa Tenggara Barat: Penerbit SEVAL.
- Faadiyah Nisa., R. K. (2022). Kontribusi Influencer Pada Purchase Intention Dengan Sikap Terhadap Influencer Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Vol. 11*, 1249 - 1254.
- Ferdiansyah, R. (2023). Dakwah Era 4.0 Strategi Optimalisasi Instagram Menjadi Media Dakwah yang inovatif & inspiratif. In R. Ferdiansyah, *Dakwah Era 4.0*

Strategi Optimalisasi Instagram Menjadi Media Dakwah yang inovatif & inspiratif (pp. 2 - 3). Indonesia: CV. Green Publisher Indonesia.

- H. Ahmad Luthfi, S. K. (2022). *Metodologi penelitian Ekonomi*. Nagari Koto Baru: Insan Cendikia Mandiri.
- Hapsara, V. W. (2021). ANALISIS PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK DAN EKSTRINSIK MASYARAKAT INDONESIA DALAM MELAKUKAN DONASI TERHADAP CHARITY-BASED CROWDFUNDING. *Fakultas Bisnis dan Ekonomika*.
- Hariyanti, N. T. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). In N. T. Hariyanti, *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. 141: Jurnal Eksekutif.
- Haryanto, A. T. (2023, Februari 2022). *Jumlah Pengguna Internet RI Tembus 212,9 Juta di Awal 2023*. Retrieved from detikInet: <https://inet.detik.com/telecommunication/d-6582738/jumlah-pengguna-internet-ri-tembus-2129-juta-di-awal-2023>
- Hendratmi, M. H. (2023). Moslem Millennials Donor Intention Through Donation-Based Crowdfunding in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 41.
- Hermawan. (2021, Oktober 6). *Ini Alasan Instagram jadi Medsos Favorit Kaum Hawa*. Retrieved from info bisnis: <https://infobisnis.id/2021/10/06/ini-alasan-instagram-jadi-medsos-favorit-kaum-hawa/>
- Indrasari, D. M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In D. M. Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (p. 2). Surabaya: Unitomo Press.
- Iqbal Arraniri, A. M. (2022). Manajemen Pemasaran. In A. M. Iqbal Arraniri, *Manajemen Pemasaran* (p. 7). Batam: Cendikian Mulia Mandiri.
- Ita Rahmawati, L. S. (2020). Efektivitas Penggunaan Media Sosial untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang. In L. S. Ita Rahmawati, *Efektivitas Penggunaan Media Sosial untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang* (pp. 10 - 11). Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Jemima Meisyah Lutia., I. D. (2019). Pengaruh New Media Terhadap Motivasi Berdonasi Melalui Rumah Zakat Kota Bandung The Influence Of New Media On Motivation To Donate Through Rumah Zakat. *e-Proceeding of Management* , 5170.
- Kamsidah. (2022, November 24). *Crowdfunding sebagai Instrumen Alternatif Pendorong Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. Retrieved from Kemenkeu.go.id: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/15643/Crowdfunding-sebagai-Instrumen-Alternatif-Pendorong-Pertumbuhan-Ekonomi-di-Indonesia.html>

- Kitabisa.com. (2021). *Kitabisa.com*. Retrieved from Rachel Vennya Campaign: <https://galangdana.kitabisa.com/partners/rachelvennya>
- Kitabisa.com. (2021). *Tentang Kitabisa.com*. Retrieved from Kitabisa.com: <https://kitabisa.com/about-us>
- Kitabisa.com Logo Vector*. (2022, November 24). Retrieved from Vector Studio: <https://vectrostudio.com/kitabisa-com-logo-vector/>
- Kitabisacom. (n.d.). *Instagram Kitabisa.com*. Retrieved from Instagram Kitabisa.com: <https://www.instagram.com/kitabisacom/>
- Kompas.com. (2021, 10 11). *Senang Ajak Berdonasi, Rachel Vennya: Bisa Mengubah Hidup Banyak Orang*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/hype/read/2021/10/11/192903766/senang-ajak-berdonasi-rachel-vennya-bisa-mengubah-hidup-banyak-orang?page=all>
- Kotler, d. K. (2016). Marketing Management. In K. L. Philip Kotler, *Marketing Management* (pp. 179-186). England: Pearson Education.
- Laela, M. A. (2022). Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan. In L. d. Ahmad, *Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan* (p. 58). Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Maranatha, H. D. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk, dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*.
- Mirginingsih, R. (2021, april 1). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 57. Retrieved from Jurnal Akuntansi dan Keuangan: <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/9903-29674-2-PB.pdf>
- Muhammad Darwin, M. R. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Musnaini, H. W. (2021). *UMKM digital era new normal*. Insan Cendekia Mandiri.
- Nora Anisa Br. Sinulingga, H. T. (2021). Perilaku Konsumen. In H. T. Nora Anisa Br. Sinulingga, *Perilaku dan Konsumen; Strategi dan Teori* (p. 3). Indonesia: IOCS Publisher.
- Nursayinah, F. (2021, Oktober 14). *Profil Rachel Vennya, Selebgram Tanah Air yang Jadi Sorotan*. Retrieved from Kompas.com: <https://entertainment.kompas.com/read/2021/10/14/105202066/profil-rachel-vennya-selebgram-tanah-air-yang-jadi-sorotan?page=all>
- Ririn Indriani, D. R. (2018, September 24). *Kisah Sukses Alfatih Timur, Pendiri Kitabisa.com*. Retrieved from Suara.com: <https://www.suara.com/lifestyle/2018/09/24/120626/kisah-sukses-alfatih-timur-pendiri-kitabisacom?page=2>

- Rizaty, M. A. (2023, May 3). *Pengguna Instagram di Indonesia Capai 109,3 Juta per April 2023*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulasm, E. (2021). *Manajemen dan Kepemimpinan - Rajawali Pers*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sumardi, D. A. (2020). PENGARUH SELF CONGRUITY DAN PERCEIVED CONGRUENCE TERHADAP BRAND EQUITY DAN KONSEKUENSINYA . *MEDIA RISET BISNIS & MANAJEMEN* , 76.
- Sunday Ade Sitorus, M., & dkk. (2022). Brand Marketing: The Art Of Branding. In B. M. Branding, *Brand Marketing: The Art Of Branding* (pp. 70 - 73). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Temanbaik.rachelvennya. (n.d.). *Instagram Teman Baik Rachel Vennya*. Retrieved from Instagram Teman Baik Rachel Vennya: <https://www.instagram.com/temanbaik.rachelvennya/>
- Tionardus, M. (2021, Agustus 2021). *7 Macam Penggalangan Dana Rachel Vennya, dari Covid-19 hingga UMKM Perempuan*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/hype/read/2021/08/02/085538066/7-macam-penggalangan-dana-rachel-vennya-dari-covid-19-hingga-umkm-perempuan?page=all>
- Ulya, F. N. (2019, November 9). *Kisah Timmy Pendiri Kitabisa.com, Terinspirasi Sang Ayah hingga Raih Penghargaan Forbes*. Retrieved from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2019/11/09/143800726/kisah-timmy-pendiri-kitabisa.com-terinspirasi-sang-ayah-hingga-raih?page=all>
- Vahda, A. e. (2020). Acceptance Model, Social Factors, and Purchase Intention. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 1-10.
- Vera Selvina Adoe, S. M. (2022). Buku Ajar E-Commers. In S. M. Vera Selvina Adoe, *Buku Ajar E-Commers* (p. 44). Feniks Muda Sejahtera.
- Veronica, & Rodhiah. (2021). PENGARUH PRIVACY, SOCIAL INFLUENCE TERHADAP ONLINE PURCHASE INTENTION: TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*.
- Wiwin Via Wulan Sari, d. (2020). *Terpenjara Komodifikasi Media*. Malang: Intrans Publishing Group.
- Yuangao Chen, R. D. (2021). Exploring donor's intention in charitable crowdfunding: intrinsic and extrinsic motivations. *Industrial Management & Data Systems* , 1664.

- Yulya Puspita Bakti, R. I. (2021). Sistem Investasi Equity Crowdfunding Pada Umkm Di Indonesia Studi Pada Platform Bhizare Pt. Investasi Digital Nusantara. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 310.
- Zagenczyk, T. J. (2006). A social influence analysis of perceived organizational. *Disertasi*, 3.
- Zhang, Y. T. (2020). Why do people patronize donation based crowdfunding platforms? An activity perspective of critical success factors. *Computers in Human Behavior*, 112.
- Zulfikar. (2023). Hukum Bisnis, Keuangan Negara Dan Pasar Modal, Edisi 2. In S. M. Dr. Arry Zulfikar, *Hukum Bisnis, Keuangan Negara Dan Pasar Modal, Edisi 2* (pp. 290-291). Indonesia: Penerbit Alumni.

<https://youtu.be/U5Sr6Ts48Zc?si=MMsl5f6BKilmj0H4>