

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiwijaja, Adrian Junio. Tarigan, Zeplin Jiwa Husada, (2017). *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse, Program Studi Manajemen Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya, Agora Vol 5, No:3, (2017).*
- Alditra, Fauzi Muhammad. (2018). Tesis: *Analisis Strategi PT Bank Maybank Indonesia TBK didalam Menghadapi Persaingan Industri Perbankan untukmeningkatkan Peringkat Perusahaan, Universitas Bhayangkara Jaya, 2018.*
- Andari, Popy Andari dan Sumiyarsih (2020). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek OXGNDW (OXY), Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Jurnal Manajemen dan Akuntansi p-ISSN : 1979-0643 Volume 16 Nomor 1 e-ISSN : 2685-7324*
- Armahadyani. (2016). *Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Makan Pa'Mur Karawang, Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang, Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*
- Atika Mudhofaroh,(2015). *Skripsi: Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Wajib Zakat Di Lazis Jateng Cabang Temanggung, Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Manajemen Dakwah, 2015, hal 30.*
- Bastian,Danny Alexander. *Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia, Program Manajemen Pemasaran, Universitas Kristen Petra, Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol. 2, No. 1, (2014) 1-9.*

- BAZNAS, (2020). *Out Look Zakat Indonesia 2020* (Jakarta: PUSKASBAZNAS),(2020). ISBN : 978-602-5708-50-3.
- BAZNAS, (2019). *Indeks Literasi Zakat 2019* (Jakarta: PUSKASBAZNAS), from <https://www.puskasbasnaz.com>
- BAZNAS, (2016). *Buku Stastik Zakat Nasional 2016 Pusat Kajian Strategis BAZNAS*, Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2016.
- Dewantara, Andika Agus. Nurcahy, I Ketut. (2017). *Peran Ekuitas Merek dalam Memediasi Bauran Promosi dengan Keputusan Pembelian. 2Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 6, No. 8, 2017: 4538-4568 ISSN : 2302-8912
- Dewi, Kusuma N. Gus, Andri, Yonaldi, Sepris. (2012). *Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand And Body Lotion diKota Padang*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3, Nomor 2, Mei 2012 ISSN : 2086 – 5031.
- Divisi Publikasi dan Jaringan Pusat Kajian Strategis (PUSKAS) BAZNAS, *Outlook Zakat*, Jakarta : BAZNAS, 2017.
- Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi .(2017). *Pengelolaan Zakat, Pemberdayaan Masyarakat Miskin* Jurnal RISALAH, Vol. 28, No. 2, Desember 2017: 55-68 Pekanbaru.
- Fadilah, Sri. Lestari, Rini dan Rosdiana, Yuni. (2017) *Organisasi Pengelolalaan Zakat dari Aspek Lembaga Zakat*, Vol.18 No.2 September 2017.
- Gain , Robert, Herdinata, Christian dan Sienatra, Krismi Budi. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt*, Jurusan Manajemen, Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 2, Juni 2017.

Harminingtayas, Rudika. (2012). *Analisis Faktor Pelayanan, Fasilitas, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Permata Putri Ngalian Semarang*, Jurnal STIE Semarang, Vol 4, No 3, Edisi Oktober 2012, (ISSN : 2252-7826).

Harminingtayas, Rudika. (2012). *Analisis Faktor Pelayanan, Fasilitas, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Penghuni Perumahan Permata Puri Ngalian Semarang*, Jurnal STIE Semarang, VOL 4, NO 3, Edisi Oktober 2012 (ISSN : 2252-7826).

Hendra Galuh Febrianto, Skripsi: *Strategi Pemasaran Pada Mini Market Ahad Dalam Peningkatan Volume Penjualan, Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Program Studi Muamalah*, 2008. hal. 23 5 <https://www.kbbi.web.id/implementasi> yang diakses pada tanggal 9 Oktober 2020 pukul 17:57.

Hery , Goh, Thomas Sumarsan dan Margery Errie .(2019). *Pengaruh Personal Selling dan Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan PT. Infiniti International Logistic Medan*, Alumni STIE Professional Manajemen College Indonesia, Vol. 5 No. 2. Des 2019 p-ISSN :2476-910X e- ISSN: 2621-8291.

Referensi zakat maal, yang diunduh dari <https://baznas.go.id/id/zakat-maal> pada tanggal 20 Januari 2021

Referensi infak, yang diunduh dari <https://baznas.go.id/infak> pada tanggal 20 Januari 2021.

Referensi profil, logo, visi dan misi BAZNAS Bekasi, yang diunduh dari <https://baznas.go.id/profil>.

Jajuli, Sulaeman . (2016) . *Strategi Pendayagunaan Zakat Produktif*. Vol 27, No 1 (2016). Sukabumi Jawa Barat.

Referensi zakat,yang diunduh dari <https://Jatim.kemenag.go.id> pada tanggal 28 Januari 2021.

- Juhari. (2018). *Persepektif Produk, Harga, Promosi dan Merek Dalam Keputusan Pembelian Smartphone Samsung*, Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pertiba Pangkalpinang, Journal of Applied Business and Economics Vol. 4 No. 4 (Jun 2018) 290-304.
- Khairani. (2018). *The Effect Of Brand Image and Food Safety On The Purchase Decision Of Samyang Noodles Product To The Students Of Faculty Of Economics And Business Of University Of North Sumatera Medan*, IJLRES - International Journal on Language, Research and Education Studies ISSN: 2580-6777 (p); 2580-6785 (e) DOI: 10.30575/2017/IJLRES-2018050810 Vol. 2, No. 2, 2018 Page: 266 – 280.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller. (2009). *Manajemen pemasaran. jilid 1. edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Hari Hironimus, *Pengaruh Perceived Quality Terhadap Brand Loyalty Melalui Mediasi Brand Image dan Brand Trust (Studi pada Brand Restoran McDonald's di Kota Malang)*, Kota Malang, Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.2, Juni 2017, p 228-239.
- Kusmayani, Desak Ketut Yunita. Zukhri, Anjuman, Indrayani, Luh. (2014). *Pengaruh Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame di Queneno Group Singaraja Tahun 2014*, Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia, Vol: 4 Nomor: 1 Tahun: 2014.
- Hedynata, Marceline Livia, Radianto Wirawan E.D.(2016). *Strategi Promosi dalam meningkatkan Penjualan Luscios Chocolate Potato Snack*, Jurusan Manajemen, Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 1, April 2016.
- Referensi dalil tentang zakat, yang diperoleh dari <https://pusat.baznas.go.id/berita-utama/prof-Dr-Kh-Didin-Hafidhuddin-Msc-Tokoh-Perbukuan-Islam-2014>.
[di akses pada tanggal 4](#) Februari 2021 pukul 14.00.

Mahuda, Fauziah Dewi. (2017). *Pengaruh Brand Personality Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Butik Meccanism)*, *Bisnis dan Manajemen Islam*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Islam Tazkia, Jurnal Ekonomi Islam, (p-ISSN: 2087-2178, e-ISSN: 2579-6453) Vol. 8 No. 2, December 2017

Majalah Baznas, (2019). From, <https://baznas.go.id/zakat>.

Majalah Zakat BAZNAS. 2016. “Kebangkitan Zakat Kurangi Kesenjangan Sosial” edisi Juni.

Mamahit, Philius. Soegoto, Agus Supandi dan Tumbuan, Willem Alfa Tumbuan. (2015). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris Pada PT HASJRAT ABADI MANADO*, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi Manado 95115, Indonesia, Volume 15 No. 05 Tahun 2015

Manampiring, Andrew F dan Trang, Irvan. (2016). *Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT ASTRA INTERNATIONAL TBK MALALAYANG*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado Jurnal EMBA 473 Vol.4 No.1 Maret 2016, Hal. 472-483.

Maulana, Ardhi dan Mulyana, Mumuh. (2020). *Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan, Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 8 No. 2, 2020 pp. 47-64 IBI Kesatuan ISSN 2337 – 7860 E-ISSN 2721 – 169X.

Mulyadi, Hari Mulyadi dan Saktiawati, Devi. (2003) *Pengaruh Brand Personality Terhadap Loyalitas Pelanggan Sampo Sunsilk (Survei pada Mahasiswa FPIPS UPI Bandung Angkatan 2004-2006)*, Jurnal Strategic, Volume 7, Nomor 13, Februari 2008.

Mulyono, H. (2016). *Brand awareness and brand image of decision making on university*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan , 18 (2), 163-173.

- Mutmainah, 1Lu'liyatul. (2015). *The Influence of Accountability, Transparency, and Responsibility of Zakat Institution on Intention to Pay Zakat*, *Global Review of Islamic Economics and Business*, Vol. 3, No.2 (2015) 108-119.
- Nenden, Mirawati. Tanjung, Hendri. Arif, Suyud. (2015). *Analisis faktor yang mempengaruhi minat muzakki untuk berzakat diBAZNAS*, *Jurnal Dinamika Penelitian: Media Komunikasi Sosial Keagamaan* Volume 19, Nomor 01, Juli 2019. Halaman 125-145 P-ISSN: 1412-2669; E-ISSN: 2549-4244, Bogor.
- Nugroho, Aditya Surya. Nurkhin , Ahmad. (2019). *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Se- sebagai Variabel Moderasi*, *EEAJ* 8 (3) (2019) 955-966, Semarang.
- Nurhasanah, Siti. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* Volume 11 (2), 2018: 327 - 348 P-ISSN: 1979-858X; E-ISSN: 2461-1190.
- Pratiwi, Fitri Asti. Universitas. Utama , Rd. Dian H dan Dirgantari , Puspo Dewi. (2018). *Gambaran Brand Communication Brand Trust dan Brand Loyalty Pelanggan Kosmetik Sariayu diIndonesia*, *Pendidikan Indonesia, Journal of Business Management Education*, Volume 3, Number 3, December 2018, page. 89-99.
- Pristi, Eka Destriyanti. Setiawan, Fery. (2019). *Analisis Faktor Pendapatan dan Religius Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat*, *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi* Vol. 17 No.1 (2019) pp. 32-43, Ponorogo.
- Purnomo, Puji dan Palupi Maria Sekar (2016). *Pengembangan tes hasil belajar Matematika Materi Menyelesaikan Masalah Yang Berkaitan Dengan Waktu, Jarak dan Kecepatan Untuk Siswa Kelas V, Dosen Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, FKIP, Universitas Ssanata Dharma Volume 20 No 2, Desember 2016 hlm, 151-157.
- Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional. (2019). *Outlook Zakat Indonesia 2020*. Badan Amil Zakat Nasional.

- Rares, Angelina dan Jorie, Rotinsulu Jopie. (2015). *Pengaruh Harga, Promotion, Location, Brand Image and Quality Product Towards The Purchase decision of Consumers at Bengkel GAOEL STORE MANADO TOWN SQUARE*, Faculty of Economics and Business, Department of Management Sam Ratulangi University Manado, Jurnal EMBA Vol.3 No.2 Juni 2015, Hal. 592-604.
- Rini, Endang Sulistya dan Dina Widya Astuti, 2012. *pengaruh Agnes Monica sebagai Celebrity Endorser terhadap pembentukan brand image Honda Vario*. Jurnal bisnis dan manajemen. 6(1): h: 1-12.
- Rompas, Celina A, Lengkong, Victor P.K. Karuntu, Merlyn M. (2017). *Analisis Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Ayla Pada PT. Astra International Tbk. Daihatsu Cabang Martadinata Manado*, Jurnal EMBA Vol.5 No.3 September 2017, Hal.4505-4514.
- Saidani, Basrah. (2017). *The Influence Of Perceived Quality, Brand Image, And Emotional Value Towards Purchase Intention Of Consina Backpack*, Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) | Vol 8, No. 1, 2017 e-ISSN: 2301-8313.
- Samuel, Hatane. Lianto, Suryanata, Adi. (2014) *Analisis Ewom, Brand Image, Brand Trust, dan Minat Beli Produk Smartphone diSurabaya*, Universitas Kristen Petra, Fakultas Ekonomi, Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 8, No. 2, Oktober 2014.
- Setiawan, Natasha Jessica dan Bernardus, Denny. (2018). *Pengaruh Faktor-faktor Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian Forte*, Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra, Surabaya, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 3, Nomor 3, Agustus 2018: 372-381.
- Sholehah, Nisrinah Arofahtus. Suprayogi, Noven. (2019). *Lembaga Amil Zakat Nasional (LAZNAS) Yayasan Nurul Hayat dalam Melakukan Manajeme Risiko Reputasi*; Sholehah, dalam Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 6 No. 2 Februari 2019: 198-21.

- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. (Bandung: Alfabeta).
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Afabeta.
- Suryani , Siti. Rosalina, Sylvia Sari.(2019). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Startup Business Unicorn Indonesia)*, Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta Issn: 2443-3837 ,Volume 04, No 1, 2019.
- Tulanggow,Sharen G. Tumbel, Tinneke M. Dan Walangitan, Olivia (2019) *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 9 no 3 2019 (p-ISSN 2338-9605; E-2665-206X).
- Triyani N, Beik IS, Baga LM. (2017). *Manajemen Risiko pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Risk Management at Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)*. Jurnal Al-Muzara'ah Vol. 5 No. 2, 2017 (ISSN p: 2337-6333).
- Viandhy, Aditya Okta (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Ulang dengan Menggunakan Produk Yang lain Melalui Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Boulevard diSurabaya*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, JESTT Vol. 1 No. 8 Agustus, 2014.
- Walukow, Agnes Ligia Pratisitia. Mananeke, Lisbeth. Sepang, Jantje. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen diBentenan Center Sonder Minahasa*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado,Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September 2014, Hal. 1737-1749.
- Wilujeng, Sri Rahayusih Wilujeng. (2013). *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame, Prodi*

Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.

Wulandari, Rahayu, Made, Ni. Nurcahya, Ketut. (2015). *Pengaruh Celebrity Endorses, Brand Image, Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo di Kota Denpasar*, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 11, 2015: 3909-3935.

Wulansari, Anette. (2013). *Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti, (Studi Pada Konsumen di Perumahan Gresik Kota Baru, Manyar Gresik)* ,Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Jurnal Ilmu Manajemen, Volume 1 Nomor 2 Maret 2013.