

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Dkk. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2009), 94
- Agustin, H., Safitri, R. I., Mentari, A. F. B., & Fariha, N. F. (2024). Efektivitas Media Sosial Instagram sebagai Personal Branding pada Mahasiswa Fikomm di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 4(1), 26-34.
- Ajis Trigunawan, dkk, Regresi Linier Untuk Predikisi Jumlah Penjualan Terhadap Jumlah Permintaan, (Bandung: Kreatif,2020) hal. 29
- Akhamd, S. B. *Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Influencer endorsement Terhadap Keputusan Pembayaran Zakat, Infak Dan Sedekah* (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).
- Amiruddin and Ishak, R., Prediksi Jumlah Mahasiswa Registrasi Per Semester Menggunakan Linier Regresi pada Universitas Ichsan Gorontalo, *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 10(2), 2018, pp. 136–143.
- Amrullah, G.M. (2023). The Effect of Instagram Information Quality of BAZNAS RI Institution (@baznasindonesia) on the Practice of Zakat, Infaq, Sadaqah (ZIS) Followers
- Analisis Strategi Fundraising dalam Mengoptimalkan Penerimaan Zakat Di Baitul Mal Kabupaten Aceh Barat

- Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*. (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal 95
- Arikunto, Suharsimi. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Babadu, J.S dan Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan,2001), h.131
- BAPANG, S. H. (2022). *Dampak Media Sosial Marketing Instagram Pada Fundraising Di Baznas Kota Yogyakarta*.
- Basri, Achmad Hasan (2021) *Analisi Implementasi Dan Implikasi Digital Fundraising Sebagai Strategi Peningkatan Pendapatan Dana Zakat Infaq Sedekah Studi Pada Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Muhammadiyah Pusat*. Masters (S2) thesis, IAIN Kediri
- Buana, M. A. W., ZA, M. A. S., & Rijal, A. (2022). Strategic Management of Digital Technology in Increasing Zakat Fundraising. *Journal of Sharia Economics*, 4(1), 56-72.
- Danuri, M. (2019). *Perkembangan dan transformasi teknologi digital*. Jurnal Ilmiah Infokam, 15(2).
- Dr. Garaika, Darmanah, S.E., MM. *Metodologi Penelitian*. CV Hira Tech, 2019. Lampung Selatan. Hal 48
- Febiana, N., Tandjung, H., & Hakiem, H. (2022). Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Kepercayaan, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(2), 291-313.

- Hadziq, M. F. (2019). Modul 1 Fikih Zakat, Infaq dan Sedekah. Ekonomi Ziswaf, 1-27.
- Hartanto, A. (2016). Mengukur Keberhasilan Iklan Melalui Media Sosial. Suitmedia. <https://suitmedia.com/ideas/mengukur-keberhasilan-beriklan-di-media-sosial>
- Hasan, A. M. (2008). Zakat dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problem Sosial di Indonesia. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- <https://sudutteknokom.com/mengenal-lebih-dalam-apa-itu-follower-di-instagram-13065>
- Imam Ghazali, Aplikasi Analisis multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hal 160
- Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: PT.Syamilm Cipta Media,2015), Q.S At Taubah: 103
- Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: PT.Syamilm Cipta Media,2015), Q.S Al-Baqarah: 261
- Kotler dan Keller, 2012, Manajemen Pemasaran Edisi 14, Jakarta : Indeks
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Millenials terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 15-22.

- Kusniadji, S. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang). *Jurnal Komunikasi*, 8(1), 83–98.
- Leli, M. (2020). Urgensi Zakat Dalam Pemberdayaan Ekonomi di Masa Pandemi COVID Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal At-Tasyri'Iy*, 3(1), 8–23.
- Madyansyah, M. M. (2020). *Penyebaran Informasi Program Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat dalam Penerapan Citra yang Berlaku (Current Image)* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Maisiyah, M., & Rahman, M. (2022). Digital Marketing dan Digital Fundraising dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Membayar ZIS di Baznas Kabupaten Sumenep. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 54-6
- Mergel, I., Edelman, N., & Haug, N. (2019). Defining Digital Transformation: Result from Expert Interviews. *Government Information Quarterly* 36, 1-16.
- Moreau, E. (2022). What is Instagram, and why should you be using it? Lifewire. <https://www.lifewire.com/what-is-instagram-3486316>
- Muntazah, A., & Andhikasari, R. (2021). Peran Media Digital Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Lembaga Filantropi Islam Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 1(3), 1-7.

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Othman, N. S., Wahid, H., & Ismail, M. A. (2021). Peranan Instagram dalam Membentuk Kesedaran Milenial Kepada Pembayaran Zakat Pendapatan: The Role of Instagram in Forming Millennium Awareness in the Payment of Income Zakat. *e-Jurnal Penyelidikan dan Inovasi*, 171-190.
- Pius Abdillah & Danu Prasetya, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arloka), h. 256
- Prihartanto, Y., & Efendi, M. (2023). *Analisis Manajemen Strategi Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Zakat, Infaq dan Sedekah* (Doctoral dissertation, UIN Raden Mas Said Surakarta).
- PUSKAS BAZNAS. (2022) *Indeks Kesiapan Digital Organisasi Pengelola Zakat: Landasan Konseptual*. Jakarta : PUSKAS BAZNAS
- PUSKAS BAZNAS. (2022) *Outlook Zakat Indonesia 2022*. Jakarta : PUSKAS BAZNAS
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.
- Rami, P.W. (2023). *Strategi Fundraising dan Pendistribusian Zakat melalui Aplikasi Instagram di Badan Amil Zakat Nasional Kota Bandar Lampung* (Doctoral dissertation, UIN Raden Mas Intan Lampung).
- Ranti, M. G., Budiarti, I., & Trisna, B. N. (2017). Pengaruh kemandirian belajar (self regulated learning) terhadap hasil belajar mahasiswa pada

mata kuliah struktur aljabar. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(1), 75-83.

Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hal. 138

Slamet R Dkk, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Sleman : Deepublish 2020)

Statista. (2022). Leading countries based on Instagram audience size of january 2022. Statista Research Departemen.

[https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-](https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-Instagram-users)

[Instagram-users](https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-Instagram-users)

Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV. Alfabeta

Suhari, Y. (2012). *E-Commerce: Model Perilaku Konsumen*.

Tommy,U. (2024) Apa Itu 'Follower' Instagram?. *Sudut Tekno*.

Trianggana, D. A., Peramalan Jumlah Siswa-Siswi Melalui Pendekatan Metode Regresi Linear, *Jurnal Media Infotama*, 16(2), 2020, pp. 115–120

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2011. Pasal 6-7, PPID BAZNAS (JAKARTA)

Wahyuni, S., Nurbaiti, N., & Harahap, M. I. (2022). Efektifitas Penerapan Financial Technology (Fintech) dan Strategi Fundraising dalam Optimalisasi Penghimpunan ZISWAF (Zakat, Infak, Sedekah, Wakaf)(Studi Kasus Dompot Dhuafa Waspada Sumatera Utara). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 9925-9939.

Website BAZNAS Kabupaten Tulungagung, <https://kabtulungagung.baznas.go.id/>

diakses 15 oktober 2023

Website Instagram. Instagram Post Tips [https://business.instagram.com/instagram-](https://business.instagram.com/instagram-post-tips)

[post-tips](https://business.instagram.com/instagram-post-tips) di akses 20 Desember 2023

Zakiyyah, F. N., & Kurniasih, N. (2023). Pengetahuan pengguna tentang

kematangan karir ditinjau dari kualitas informasi pada Instagram@

glintsid. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 3(1),

17-32.