

DAFTAR PUSTAKA

- A, Yusuf dkk. 2014. “*Pengaruh Nilai Pelanggan, Citra Merek (Brand Image) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan Kereta Api Kelas Ekonomi Tawang Jaya Jurusan Semarang-Jakarta*”, *Diponegoro Journal Of Social and Political Science*.
- Ahmad, Al-Imam Zainuddin. 2008. *Summarized Shahih Al-Bukhari*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Ali, Nuruddin Muhammad. 2006. *Zakat Sebagai Instrumen dalam Kebijakan Fiskal*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Al-Zuhaily, Wahbah. 1997. *Zakat: Kajian Berbagai Mazhab*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Anggito, Albi & Setiawan, Johan. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Suka Bumi: CV Jejak.
- Arief, Wibowo. 2006. *Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Skripsi Universitas Budi Luhur Jakarta.
- Arikunto, Suharsini. 2003. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asnaini. 2008. *Zakat Produktif dalam Perspektif Hukum Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Az-Zuhalyi, Wabah. 1995. *Al-Fiqh Al-Islami Adilath*, diterjemahkan oleh Agus Efendi dan Bahruddin Fannany dengan judul *Zakat Kajian dari Berbagai Madzhab*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Chalil, Rifyal Dahlawi dkk. 2020. *Brand, Islamic Branding, & Rebranding Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. Depok: Rajawali Pers.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

- Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam. 2015. *Standarisasi Amil Zakat di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada Cetakan Ke 2.
- F, Rangkuti. 2004. *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, Egi Arvian & Nurjannah, Fitria Atni. 2018. “*Citra Merek Serta Keputusan Pembelian Pada Cafe Warunk Upnormal cabang Dipatiukur*”, *Jurnal Dimensi*, Vol. 7, No. 1.
- Fudauli, Muhammad & Aziz, Mansur. 2022. “*Analisis Tingkat Kepercayaan Muzaki Dalam Berzakat di Lazisnu Kecamatan Sambit*”, *Journal of Islamic Philantropy and Disaster*, Vol. 2 No. 1.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hafizh, Fitriana & Aurinawati, Derista. 2020. “*Pengaruh Digital Marketing Pada Peningkatan Brand warness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coklat Monggo Di Yogyakarta*”, *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, Vol. 3, No. 3.
- Handayani, Ni Komang Ana Tri dkk. 2002. “*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Pembelian Produk Furniture Kayu Jati Bali Rahayu (Studi Penelitian UD Bali Rahayu Badung)*”, *Jurnal Emas* 3, No. 8.
- Hasan, M. Ali. 2008. *Zakat dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Hasbiyallah. 2017. *Fiqh dan Ushul Fiqh*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hassanah, Miftahul dkk. 2023. “*Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Kualitas produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Lingkungan Mahasiswi Universitas Persada Indonesia Y.A.I.*”, *Jurnal Ikraith-Ekonomika*, Vol. 6, No. 2.
- Herliza, Radita Herliza & Saputri, Marheni Eka. 2016. “*Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Zara di Mall PVJ Bandung*”, *Jurnal e-Proceeding of Management*, Vol. 3 No.2.
- <http://pusat.baznas.go.id/profil/>, diakses Pada tanggal 25 Maret 2024 Pukul 20.45
- <https://bakrie.ac.id/articles/557-ketahui-beda-brand-image-dan-brand-reputation-hanya-di-sini.html>, diakses Pada Hari Selasa, 5 November 2024 Pukul 13.48

[https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Targetkan_Pengumpulan_Zak at Nasional 2022 Rp 26 Triliun/954](https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Targetkan_Pengumpulan_Zak_at_Nasional_2022_Rp_26_Triliun/954), diakses Pada tanggal 16 Februari 2024 Pukul 22.54.

<https://mtarget.co/blog/cara-meningkatkan-brand-image/> diakses pada tanggal 16 Februari 2024 Pukul 21.21.

<https://plus.kapanlagi.com/pengertian-analisis-adalah-proses-penguraian-data-pahami-metode-metodenya-8c2419.html>, diakses Pada tanggal 31 Maret Pukul 14.38 WIB

<https://qontak.com/blog/cara-blast-whatsapp/>, diakses Pada tanggal 17 Februari 2024 Pukul 23.33

<https://raharja.ac.id/2020/11/14/analisis/>, diakses Pada tanggal 31 Maret 2024 Pukul 14.23 WIB

Huda, Miftahul. 2015. *Model-Model Pengajaran dan Pembelajaran*. Yogyakarta: Pustaka belajar.

Ilmi, Makhalul. 2002. *Teori dan Praktek Lembaga Keuangan Syari'ah*. Yogyakarta: UII Press.

Komaruddin, Ahmad. 2004. *Dasar-Dasar Manajemen Investasi dan Portofolio Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Kotler, Philip. 1998. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhallindo.

Lincoln, Suratno Arsyad. 1995. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP AMPYKPN.

Mahendra, Indrayani. 2018. "*Jurnal Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo*".

Mahendra, Indrayani. 2018. *Jurnal Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Mitra Perkasa Utomo*.

Mardalis. 2004. *Metode Penelitian: Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara Cetakan Ke 7

Mardiantari, A., Ismail, H., Santoso, H., & Muslih, M. (2019). Peranan zakat, infak dan sedekah (ZIS) dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat Kota Metro: Studi pada Lazisnu Kota Metro. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, 7(2).

- Marfu'ah, Usfiyatul & Sulthon, Moh. 2015. "*Komunikasi Brand Lembaga Dakwah: Studi pada Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat*", Jurnal Ilmu Dakwah, Vol. 35, No. 1.
- Moleong, Lexy J. 2019. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. 2007. *Aspek Hukum dalam Muamalat*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Mujayanah, Esti. 2020. *Strategi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam Meningkatkan Muzakki di Kabupaten Pesisir Barat*. Skripsi UIN Raden Intan.
- Nursamsi, Ahmad. *Manajemen Penghimpunan Dana ZIS pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Perkasa, Didin Hikmah & Putra, Wawas Bangun Tegar Sunaryo. 2020. "*Peran Kualitas Pendidikan, Biaya Pendidikan, Lokasi dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Minat Siswa*", Jurnal Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Universitas PGRI Palembang.
- Putri, Dr. Budi Rahayu Tanama, S.Pt., M.M. 2017. *Manajemen Pemasaran Denpasar*: Universitas Udayana.
- Qadir, Abdurrahman. 1998. *Zakat Dalam Dimensi Mahdah dan Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Qardhawi, Yusuf. 1999. *Hukum Zakat*. Bogor: Pustaka Litera Antar Nusa.
- Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) pada Mahasiswa Pengguna Telephon Seluler di Fakultas Ekonomi Leguler Universitas Diponegoro*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Rohman, Abd. 2017. *Dasar-Dasar Manajemen Zakat*. Malang: Inteligensi Media.
- Rustika, Atmawati Rustika & M, Wahyudin. 2007. "*Analisis Pengaruh Kualitas Pealayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departemen Store Di Solo Grand Mall*", Jurnal Daya Saing Program MM-UMS.
- Salim, Peter & Salim, Yeni. 2002. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. Jakarta: Modern English Press.

- Sanjiwani, Ni Made Dwi & I Gst. A. Kt. Gd. 2019. “*Suasana, Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*”, E-Jurnal Manajemen, Vol. 8 No. 11.
- Sari, Elsi Kartika. 2006. *Pengantar Hukum Zakat dan Wakaf*. Jakarta: PT Grasindo.
- Setiawan, Fery. 2018. “*Pengaruh Religiusitas dan Reputasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus di Kabupaten Ponorogo)*”, Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang, Vol. 8, No. 1.
- Setyoningrum, Nurul dkk. 2013. “*Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedap*”, Journal Of Social And Politic.
- Shiddieq, T.M. Hasby Ash. 1984. *Pedoman Zakat*. Jakarta: PT Bulan Bintang.
- Shihab, Quraish. 2002. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati.
- Sitorus, Sunday Ade. 2022. *Brand Marketing: The Art of Branding*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Susetyarsi. 2012. “*Membangun Brand Image Produk Melalui Promosi Event Sponsorship Dan Publisitas*”, Jurnal STIE Semarang, Vol. 4 No. 1.
- Syahrullah, Muhammad Anggi. 2018. *Strategi Fundraising dalam Upaya Meningkatkan Kepercayaan Muzakki pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Pusat*. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Taufiq, M. 2005. *Dinamika Pemasaran: Jelajahi & Rasakan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI.
- Undang-Undang Nomor 23 tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat Pasal 1 ayat (7)
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat Pasal 1 ayat (8)

- Wijaya, M. 2013. “*Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya terhadap Keputusan Pebelian Jasa Terminix Di Kota Manado*”, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol. 1, No. 4.
- Yazid, Azy Athoillah. 2017. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat di Nurul hayat Cabang Jember*. Skripsi Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember.
- Zaidani, Rizan & Sari. 2012. “*Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty The Botol Sosro*”, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, Vol. 3 No. 3.
- Zamili, M. 2015. “*Menghindari dari Bias: Praktik Triangulasi dan Kesahihan Riset Kualitatif*”, Jurnal Lisan Al-Hal Vol. 7, No. 2.
- Zuhri, Saefudin. 2000. *Zakat Kontekstual*. Semarang: Bima Sejati.