

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2004). Leveraging the corporate brand. *California management review*, 46(3), 6-18.
- Abbas, A. S. (2017). Zakat ketentuan dan pengelolaannya. *Bogor: CV. Anugrah Berkah Sentosa*.
- Adriza, A. (2015). Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi Yang Berbasis Vokasi. *Bandung: Deepublish*.
- Al Arif, M. N. R. (2021). Dasar-dasar pemasaran bank syariah. Bandung : Alfabeta
- Amalia, N., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh akuntabilitas, transparansi, dan kualitas pelayanan terhadap minat muzaki membayar zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1756-1769.
- Amir, M. T. (2005). Dinamika pemasaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anggara Putri, L. G. D., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). *Peran Kepercayaan Memediasi Citra Merek terhadap Niat Beli pada Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Anggita, A., & Yuliafitri, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan Dan Pelayanan Lembaga Amil Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat. *ISEI Accounting Review*, 4(1), 8-13.
- Aningsih, I. (2019). Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan terhadap Minat Membayar Zakat Maal melalui LAZ-UQ Jombang. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 99-109.
- Ardianto, Elvinaro. (2003). Public Relation Praktis. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Barata, A. A. (2006). Dasar-dasar pelayanan prima, Jakarta: PT. *Elex Media Komputindo*.
- Dajmarah, S. B. (2011). Psikologi Belajar Jakarta: Rineka Cipta.
- Daniar Paramita, R. W., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3.
- Departemen Agama, R. I. (2002). Al-Quran dan Terjemahnya. 2009. *Departemen Agama RI. Al-Qur'ān al-Karim dan Terjemahnya*.
- Didin, H., & Tanjung, H. (2003). Manajemen syariah dalam praktik. *Jakarta: Gema Insani*.
- Doll, J., & Ajzen, I. (1992). *Accessibility and stability of predictors in the theory of planned behavior*. *Journal of personality and social psychology*, 63(5), 754.
- Eljunasi, Rahman. dkk. (2002). Membangun Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Melalui Atribut Produk Komitmen Agama Kualitas Jasa dan Kepercayaan Pada Bank Syariah". Semarang : Universitas Diponegoro Press
- Gasperz, V. (2005). Total Quality Management (Terjemahan). *Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama*.
- Handayani, L., Putri, K. W., & Fahmi, M. Y. (2019, November). Factors Affecting Community Trust to Pay Zakat at the National Board of Zakat (BAZNAS)

- of South Kalimantan Province. In *International Conference of Zakat* (pp. 179-191).
- Haki, U. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Citra Lembaga terhadap minat Muzakki dalam membayar Zakat Fitrah. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1), 81-97.
- Hidayat, D. (2014). Media public relations. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Husna, N., & Farid, F. (2020). PENGARUH REPUTASI, KEPUASAN DALAM DISTRIBUSI ZAKAT, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN MUZAKKI PADA BAITUL MAL KOTA BANDA ACEH. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 456-468.
- Irawan, Handi. (2005). Customer Satisfaction. Yogyakarta : BPFE
- Jabid, A. W., SE, M., Suci, R. P., SE, M., Priyono, M. M., & Hasyim, A. W. (2022). *MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA INTERNASIONAL*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Jasfar, F. (2009). Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu (Edisi ke d). *Ghalia Indonesia*.
- Kartika, I. K. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 42-52.
- Kasali, R. (2003). Manajemen public relations dan aplikasinya di Indonesia. *Jakarta. PT. Gravity*.
- Kotler, Philip. dkk. (2012). Manajemen Pemasaran Edisi 12, Terjemahan Bab Sabran. Jakarta : Erlangga
- Latan, I.G. (2015). *Partial Least Squares , Konsep Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Edisi 2*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran.
- Miskan, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan Kepuasan dan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Wisatawan Pantai Lariti Kabupaten Bima)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Muhibbin, S. (2000). Psikologi pendidikan dengan suatu pendekatan baru. *Bandung: PT. Remaja Rosdakarya*.
- Nasution. (2015). Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) Edisi Ketiga. Bogor : Ghalia Indonesia
- Nguyen, N., Leclerc, A., & LeBlanc, G. (2013). The mediating role of customer trust on customer loyalty.
- Nova, Firsan. (2011). *CRISIS Public Relations : Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membangun Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta : Rajawali Pers
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh religiusitas, pendapatan, pengetahuan zakat terhadap minat membayar zakat profesi melalui Baznas

- dengan faktor usia sebagai variabel moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 955-966.
- Pakpahan, D. R., & Fadli, A. (2021). Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Sumut. *JURNAL EKUIVALENSI*, 7(2), 280-294.
- PERMATA, E. (2020). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN MUZAKKI DALAM BERZAKAT DI BAZNAS PROVINSI SUMATERA SELATAN* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Pertiwi, I. S. M. (2020). Pengaruh tingkat pendapatan, literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada baznas provinsi lampung. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(1), 1-9.
- Pristi, E. D., & Setiawan, F. (2019). Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), 32-43.
- Putri, Y. N., Fitriyah, N., & Lenap, I. P. (2022). PENGARUH KUALITAS INFORMASI AKUNTANSI, SUMBER DAYA MANUSIA DAN SOSIALISASI TERHADAP MINAT MUZAKKI DALAM MEMBAYAR ZAKAT DAN INFAK/SEDEKAH. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2(3), 542-555.
- Rahmah. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pada Lembaga Baitul Mal. UIN AR-Raniry Banda Aceh.
- Rahmani, H. F., & Erpurini, W. (2020). Pengaruh kepercayaan dan penerapan teknologi aplikasi zakat terhadap minat masyarakat dalam berzakat. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), 639-648.
- Rahyuda, I. K., & Atmaja, N. P. C. D. (2011). Pengaruh kewajaran harga, citra perusahaan terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna penerbangan domestik Gia di Denpasar. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 15(3), 370-395.
- Rambat, L. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Rendi, A. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP MINAT MASYARAKAT BERINFAQ DI LAZNAS DPU DT CABANG PALEMBANG* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Ruslan, R. (2003). *Manajemen PR dan Media Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Salmawati, S., & Fitri, M. (2018). Pengaruh tingkat pendapatan, religiusitas, akuntabilitas dan kualitas pelayanan terhadap minat muzakki membayar zakat di baitul mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 3(1), 54-66.
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*. Scopindo Media Pustaka.

- Slameto, B. (2010). Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Soekardono, R. (1983). Hukum Dagang Indonesia, Jilid 1, Cetakan ke-8. Jakarta: Dian Rakyat
- Sudarso, A. (2016). Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan. *Yogyakarta: Deepublish*.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, W. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Suryani, H. (2015). Metode riset kuantitatif: Teori dan aplikasi pada penelitian bidang manajemen dan ekonomi Islam.
- Swastha, Bayu. dkk. (2003). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Liberty
- Syahrir, D., Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*. PT Penerbit IPB Press.
- Teddy, Prawitra Sutisna. (2006). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran jasa-prinsip, penerapan, dan penelitian. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Umar, H. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- UNAIFI, A. R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA LEMBAGA DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus di BAZNAS Kabupaten Grobogan).
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). Structural equation modeling: Belajar lebih mudah teknik analisis data kuesioner dengan Lisrel-PLS. *Jakarta: Salemba Infotek*.
- Yusra, M., & Riyaldi, M. H. (2020). Faktor-Faktor Penentu Kepercayaan Muzakki Kepada Baitul Mal Aceh. *Al-Buhuts*, 16(1), 01-16.
- Zulkifli, Z. (2018). Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Unit Tanah Merah Cabang Pegadaian Soebrantas. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 1(1), 1-12.