

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>