

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. N., Azmawani A. R., & Suhaimi A. R. (2015). Assessing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior towards Halal Food and Cosmetic Products. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5/1.
- Ahmad, Mahadi. (2019). *An Empirical Study of the Challenges Facing Zakat and Waqf Institutions in Northern Nigeria*. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11 (2), 338-356.
- Ajzen, I. (2012). *The Theory of Planned Behavior*. In P. A. M. Lange, A. W. Kruglanski & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology*. London, UK: Sage.
- Allah Pitchay, Anwar; Mohd Thas Thaker, Mohamed Asmy; Mydin, Al Amin; Azhar, Zubir; Abdul Latiff & Abdul Rais. (2018). *Cooperative Waqf Model: A Proposal to Develop Idle Waqf Lands in Malaysia*. *International Journal of Islamic Finance*, 10 (2), 225-236.
- Al Haq Muhamad Asni, Fathullah, Sulong & Jasni. (2017). Cash Waqf and Its Application in ASEAN Countries' Laws. *Jurnal Syariah*, 25 (2), 217-245.
- Al-Otoum, F. J. & Rawan. S. N. (2015). Antecedents of Consumers' Behavior towards Halal Food among Jordanian Customers: A Structural Equation Modeling (SEM) Approach. *Journal of Marketing and Consumer Research*.
- Ancok, D. & Suroso, F. N. (2011). *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Annisa, S. N. & Amalia. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology (Fintech) Syariah (Paytren) Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran (Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB)). *Jurnal Iqtishaduna*, 9 (1).
- Ariyanto, Debby. (2018). Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Repurchase Intention e-Money. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6 (4).
- Astogini, D. Wahyudin, & Siti. (2011). Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi tentang labelisasi halal pada produk makanan dan minuman kemasan). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 13 (1).

- Bayinah, A. Nur. (2012). Transformasi Paradigma Masyarakat Terhadap Dasar Hukum Wakaf Produktif di Indonesia. *Jurnal Hukum Islam dan Ekonomi Syariah*, 1 (1).
- Briliana, V., & Mursito, N. (2017). Exploring Antecedents and Consequences of Indonesian Muslim Youths' Attitude towards Halal Cosmetic Product: A Case Study in Jakarta. *Asia Pacific Management Review*, 22 (4), 176-184.
- Candra, Hari; Rahman & Asmak Ab. (2010). *Waqf Investment: A Case Study of Dompot Dhuafa Republika, Indonesia*. *Jurnal Syariah*, 18 (1), 163-190.
- Darmadi, Syamsul, Sukmawati & Affandi. (2018). Analysis of Factors Affecting People's Behavior in Using Electronic Payment Instruments. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 14 (2).
- Darnis. (2019). Pendayagunaan Dana Wakaf pada Program Water Action for People di Lembaga Badan Wakaf Al Quran Yogyakarta Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Studi Agama Millah*, 19 (1).
- Destriyanto, Setiawan. (2019). Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus Di Lembaga Amil Zakat Di Kabupaten Ponorogo). *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17 (1).
- Endah, N. H. (2014). Perilaku Pembelian Kosmetik Berlabel Halal oleh Konsumen Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 22 (1).
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Tentang Wakaf Uang Tanggal 11 Mei 2002.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 80 Tahun 2011 Tentang Penerapan Prinsip Syariah Dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas Di Pasar Reguler Bursa Efek Indonesia.
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ferinaldy, Muslikh & Huda. (2019). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kendali Perilaku, dan Religiusitas Terhadap Intensi Menggunakan Uang Elektronik. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi*, 2 (11).
- Fuadah, Mohammad, Syadiyah, Kalsom, Ridhwan, Nursilah, Zurina, Fauzi & Patmawati. (2015). Factors That Influence Repeat Contribution of Cash Waqf In Islamic Philanthropy. *Malaysian Accounting Review*, 14 (2).

- Gunawan, C., S. & Pantja Djati. (2018). Pengaruh Personal Selling, Celebrity Endorser, dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk MI1 Global (Studi Kasus Pada PT MIOne Global Indonesia 'MI1'). *Jurnal Ilmiah: Bisnis, Pasar Modal & UMKM*, 1 (1).
- Handayani, Darwini, Eka & Imanuella. (2018). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Mlataram). *Jurnal Distribusi: Jurnal Ilmu Management dan Ilmu Bisnis*, 6 (2).
- Hasan, Rusni; Salleh, Safinar. (2017). Shariah Compliance of the Operation of Takaful under the Islamic Financial Services Act 2013. *Jurnal Syariah*, 25 (2), 247-266.
- Hasim, Lubis, & Ali. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penghimpunan Wakaf Uang di Indonesia (Pendekatan Analytical Network Process). *Jurnal Al-Muzara'ah*, 4 (2).
- Hermawan Tan & Ritzky Karina M.R. Brahmana. (2019). Pengaruh Perceived Value Terhadap Purchase Intention Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *Agora*, 7 (1).
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2016). *Entrepreneurship*, Tenth Edition.
- Huda, Anggraini, Rini, Hudori & Mardoni. (2014). Akuntabilitas Sebagai Sebuah Solusi Pengelolaan Wakaf. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5 (3), 485-497.
- Huda, Rini, Mardoni, Anggraini & Hudori. (2016). Manajemen Pengelolaan Wakaf Di Indonesia Timur. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. 20 (1), 1-17.
- Huda, Heykal. (2018). *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Cetakan ke-4. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Huda, Hulmansyah & Novarini. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Produk Halal Pada Kalangan Mahasiswa Muslim. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2 (2), 247-270.
- Huda, Hulmansyah & Zulihar. (2019). Wakaf Uang Untuk Pengembangan Operasional Kegiatan Masjid. *Jurnal Al-Ikhlas*, 4 (2), 147-160.
- Huda, Wahyu & Novarini. (2019). Persepsi Sivitas Akademika Muslim Terhadap Wakaf Uang. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi*, 11 (1), 77-86.
- Ika, Riyadi. (2014). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

- Iman, Abdul Hamid Mar; Mohammad & Mohammad Tahir Sabit Haji. (2017). Waqf as a Framework for Entrepreneurship. *Jurnal Humanomics*, 33 (4), 419-440.
- Imelda Saluza & Dewi Sartika. (2019). Pengembangan Model Keberlanjutan e-filing di Palembang Menggunakan Partial Least Square Structural Equation Models (PLS-SEM). *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*. 9 (1), 94-102.
- Ismail, Muhammad. (2014). *Strategi Pemasaran Untuk Membangun Citra dan Loyalitas Merek*. Cetakan Pertama. Kediri: IPB Press
- Johan, Suwinto. (2011). *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jusran, A. Kasim. (2017). Optimalisasi Penerapan Sistem Perwakafan Untuk Peningkatan Kesejahteraan Umat. *Jurnal Hukum Keluarga Islam*, 3 (1).
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2007). *Al-Quran dan Terjemahannya*. Jakarta: Syaamil.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2013). *Dinamika Perwakafan di Indonesia dan Berbagai Belahan Dunia*. Direktorat Pemberdayaan Wakaf Tunai.
- Khraim, H. (2010). Measuring Religiosity in Consumer Research from Islamic Perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 2 (2), 166-179.
- Kurniati. (2016). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 6 (1), 45-52.
- Laely, Nur. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT Telkomsel di Kota Kediri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 3 (2), 61-74.
- Lestari, Alfi Muflikhah. (2015). Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3 (1).
- Lestari, D. Mariana. (2019). Pengaruh Kelebihan Penghasilan dan Religiusitas Terhadap Intensi Masyarakat Desa Takeranklating Tikung Lamongan untuk Menjadi Nasabah di Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3 (2).
- Mahamood, Siti Mashitoh; Rahman, Asmak Ab & Seman, Azizi Che. (2018). The Establishment of a Waqf-Based Higher Educational Institution in Malaysia: Proposed Model for Implementation. *Jurnal Syariah*, 26 (1).

- Maichum, K., Parichatnon, S., & Peng, K.-C. (2017). The Influence of Environmental Concern and Environmental Attitude on Purchase Intention towards Green Products: A Case Study of Young Consumers in Thailand. www.ijbmm.com. *International Journal of Business Marketing and Management*, 2 (3), 2456-4559.
- Malhotra, Neresh K. (2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research)*. Edisi 4 Jilid 1. New Jersey, Indonesia: PT Indeks.
- Mangkunegara, A.P. (2011). *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi Bandung: PT Refika Aditama.
- Mannan, A. (2010). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa.
- Manuarang, R. Nimrod. (2018). Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Intention (Survei pada Pengunjung Toko Buku UB Press, Kota Malang). *Jurnal Administrasi (JAB)*, 55 (33).
- Mardani. (2011). *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Masruchin. (2014). Wakaf Produktif dan Kemandirian Pesantren (Studi Tentang Pengelolaan Wakaf Produktif di Pondok Pesantren Modern Daarussalam Gontor Ponorogo). *Tesis*, UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Mauluddin, Muhammad Ikhwan, Rahman & Asmak A. (2018). Cash Waqf from The Perspective of Majelis Ulama Indonesia (MUI) and The Scholars of Aceh: An Analysis. *New Development in Islamic Economics*.
- Medias, Fahmi. (2017). *Solusi Pemberdayaan Sosial Ekonomi Indonesia*. *Indonesian Journal of Islamic Literature & Muslim Society*, 2 (1), 61-84.
- Mohd Thas Thaker, Mohamed Asmy; Thas Thaker & Hassanudin Mohd. (2015). Exploring the Contemporary Share Waqf Model in Malaysia with the Reference to the Waqf An-Nur Corporation Berhad. *Jurnal Pengurusan*, 45, 165-172.
- Mohsin, Magda & Ismail Abdel. (2013). Financing Trough Cash Waqf: A Revitalization to Finance Different Needs. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 6 (4), 304-321.
- Monintja, T. C. N. (2015). Hubungan antara Karakteristik Individu, Pengetahuan, dan Sikap dengan Tindakan PSN DBD Masyarakat Kelurahan Malalayang I Kecamatan Malalayang Manado. *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat Unsrat*, 5 (2b).

- Muljawan, D., Raditya Sukmana & Diana Yumanita. (2016). *Wakaf: Pengaturan dan Tata Kelola yang Efektif*. Edisi Pertama. Bank Indonesia & Universitas Airlangga.
- Munir, Zainal Arifin. (2013). Revitalisasi Manajemen Wakaf sebagai Penggerak Ekonomi Masyarakat. De Jure: *Jurnal Syariah dan Hukum*, 5 (2). Program Penelitian & Pengabdian Masyarakat (P3M) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- M, Nurfaidah. (2016). Wakaf dan Pemberdayaan Ekonomi Syariah. In: *Al-'Adl*, 9 (1), 147-161.
- Nasrulhak, "Wakaf Saham Dinilai Jadi Prospek Pertumbuhan Pasar Syariah", dalam www.finance.detik.com. 1 Desember 2019, 21:45 WIB.
- Norizah Mohamed @ Haji Daud; Ab Rahman, Asmak. (2015). Healthcare Waqf: Case Study in Hospital Waqaf An-Nur. *Jurnal Syariah*, 23 (3), 401-433.
- Nur'aini, Jeni & Khoirul. (2019). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Banyuwangi di Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*.
- Nuruddin, Norliza Md; Wahid, Hairunnizam; Abdul-Rahman, Aisyah. (2019). Development of Waqf Land Through Privatisation: A Study on Menara Imarah **Wakaf** Project By Wilayah Persekutuan Islamic Religious Council. *Jurnal Syariah*, 27 (1).
- Nur Azni Mohd Zeni; Noraina Mazuin Sapuan. (2018). The Determinants of Waqf Efficiency in Malaysia. *Global Business & Management Research. An International Journal (2018 Special Issue)*, 10 (3).
- Pace, Stefano. (2014). Effects of Intrinsic and Extrinsic Religiosity on Attitudes towards Products: Empirical Evidence of Value-Expensive and Social Adjustive Functions. *The Journal of Applied Business Research*, 30 (4).
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 15/POJK.04/2015 Tentang Penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 1977 Tentang Perwakafan Tanah.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2006 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 73 Tahun 2013 Tentang Tata Cara Perwakafan Benda Tidak Bergerak Dan Benda Bergerak Selain Uang.

- Rahman, Asmak Ab; Wan Ahmad, Wan Marhaini. (2011). The Concept of Waqf and Its Application in an Islamic Insurance Product: The Malaysian Experience. *Arab Law Quarterly*, 25 (2). DOI: 10.1163/157302511X553994.
- Rahmatsyah, Deni. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: Uang Elektronik Kartu Flazz BCA). *Tesis*. Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Manajemen Universitas Indonesia. Jakarta.
- Rahmawati, Yuke. (2010). Efektifitas Mekanisme Funding Wakaf Uang di Perbankan Syariah. *Laporan Penelitian di FSH Tidak Diterbitkan*. Jakarta: FSH UIN Syarif Hidayatullah.
- Ramli, Asharaf Mohd & Jalil, Abdullaah. (2014). Banking Model of Corporate Waqf: An Analysis of Wakaf Selangor Muamalat. *Jurnal Pengurusan*, 42, 159-167.
- Resmawa, I. Ningrum. (2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variable pada Produk The Body Shop di Surabaya. *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 1 (2), 2541-1438, 2550-0783.
- Ridwan, L. M., Ani Solihat & Andry Trijumansyah. (2018). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok. *Jurnal Pariwisata*, 5 (1), 2355-6587, 2528-2220.
- Rosele, Muhammad Ikhlas; Abdullah & Luqman Haji. (2018). Zakah on Shares. *Journal of Emerging Economies & Islamic Research*, 6 (2).
- Rozalinda. (2016). *Fikih Ekonomi Syariah: Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Said, Amiruddin. (2019). Wakaf Tunai Dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. Al-Mashrafiyah: *Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 3 (1).
- Sarwono, Jonathan. (2012). *Metode Riset Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Edisi Pertama. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Satyawan, Firdaus & Taufiq. (2018). Analisis Strategi Pengelolaan Wakaf Produktif Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*, 5 (2).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed) USA: Pearson.

- Shook, C. & Bratianu. (2010). Entrepreneurial Intent in a Transtional Economy: An Application of The Theory of Planned Behavior to Romanian Students. *International Entrepreneurship and Marketing Journal*, 6 (3).
- Shamsher, M., Muhamad Sori, Z., & Mohd Rashid, M. (2016). Challenges Facing Shariah Committees in the Malaysian Islamic Financial Institutions. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 12 (2), 59-71.
- Simanjuntak & Dewantara. (2014). The Effects of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students. *ASEAN Marketing Journal*, 6 (2), 65-76.
- Souiden, Nizar & Yors Jabeur. (2015). The Impact of Islamic Beliefs on Consumers' Attitude and Purchase Intentions of Life Insurance. *International Journal of Banking Marketing*, 33 (4).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhaimi, Farhana Mohamad; Rahman & Asmak Ab. (2017). Is Society Willing to Donate to Waqf? Opinions of the State Islamic Religious Councils in Malaysia. *Jurnal Syariah*, 25 (2), 267-288.
- Sulaiman, Syahnaz & Hasan, Aznan. (2016). The Strategy of Sustainable Waqf Development and Investment from the Perspective of Shariah. *Jurnal Syariah*, 24 (2), 237-270.
- Sulaiman, Syanaz, Hasan, Aznan. (2017). Dynamism of Waqf of Unit Trusts from Shariah Perspective. *Jurnal Syariah*, 25 (2), 157-185.
- Sulaiman, Syahnaz; Hasan, Aznan; Mohd Noor, Azman; Ismail, Muhd Issyam; Noordin & Nazrul Hazizi. (2019). *Proposed Models for Unit Trust Waqf and the Parameters for Their Application*. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11 (1), 62-81.
- Sungkar, I. (2010). Consumer Awareness: Thoughts and Trends Across the Globe. *The Halal Journal*, 2 (1), 22-28.
- Sunyoto, Danang. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan ke-2. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Syaifullah, Idrus. (2019). Manajemen Pengembangan Wakaf Produktif Era Digital Di Lembaga Wakaf Bani Umar. *Al-Khidmat: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (2).

Syakur, Abdul; Yuswadi, Hary; Sunarko, Bagus Sigit & Wahyudi, Edi. (2018). Tata Kelola Wakaf Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Jember. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial*, 13 (1).

Syamtinah & Hendar. (2015). Meningkatkan Pembelian Ulang Melalui Kepercayaan Dan Kepuasan Pada Pembelian Online. *2nd Conference in Business, Accounting, and Management*.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf.

Wan Ab Rahaman, Wan Mohd Al Faizee; Yaacob & Salmy Edawati. (2014). Endowment Takaful at the Syarikat Takaful Malaysia Berhad: A Literature Review. *Islamiyyat: International Journal of Islamic Studies*, 36 (2), 47-55.

Wardi, Mochammad Cholid. (2016). The Implementation of Cash Waqf in The Pesantren of Al-Amien Prenduan Sumenep Regency of Madura. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial*, 11 (1).

Widyatama, Rendra. (2011). *Teknik Menulis Naskah Iklan*. Yogyakarta: Cakrawala.

Younus, S., Rasheed, F., & Zia, A. (2015). Identifying the Factors Affecting Customer Purchase Intention. *Global Journal of Management and Business Research: An Administration and Management*, 15 (2), 9-13.

Yustati, Herlina. (2017). Efektifitas Pemanfaatan Sistem Online Trading Syariah Dalam Meningkatkan Investor Saham Di Pasar Modal Syariah. *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 1 (2).