

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, A., & Hidayat, A. (2017, Mei 31). *Baznas Sebut Potensi Zakat Nasional Rp 271 Triliun*. Dipetik Oktober 05, 2017, dari Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/880413/baznas-sebut-potensi-zakat-nasional-rp-271-triliun>
- Ahsan, A., Wiyono, N. H., & Hidayat, Z. (2009). *Laporan Penelitian: Pemetaan Mustahik, Muzakki, dan Potensi Pemberdayaan Indonesia*. Depok: Lembaga Demografi FEUI.
- Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press (Taylor & Francis).
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The Influence of Attitude on Behavior. *The handbook of attitudes* (hal. 173-221). Mahwah, NJ: in D. Albarracin, B.T. Johnson, and M.P. Zanna (Eds.).
- American Marketing Association. (2017). (American Marketing Association) Dipetik Oktober 17, 2017, dari AMA: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=C>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Amil Zakat Nasional. (2017, Mei 03). *Daftar Lembaga Amil Zakat*. Dipetik Maret 07, 2018, dari BAZNAS: pusat.baznas.go.id/lembaga-amil-zakat/daftar-lembaga-amil-zakat/
- Badan Amil Zakat Nasional. (2017). *Outlook Zakat Indonesia*. Jakarta: Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- Chandoko, C. C., & Dewanto, A. (2013). Perceived Behavioral Control merupakan Faktor Dominan yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Medical Check UP. *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Christian, J., & Armitage, C. J. (2004). *Planned Behavior: The Relationship Between Human Thought and Action*. London: Transaction Publisher.
- Churchill, G. A. (2005). *Dasar-Dasar Riset Pemasaran* (4 ed., Vol. 1). (Andrianti, D. K. Yahya, & E. Salim, Penerj.) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Churchill, G. A. (2005). *Dasar-Dasar Riset Pemasaran* (4th ed., Vol. 2). (D. K. Yahya, Penerj.) Jakarta: Penerbit Erlangga.

Ismail Raji Al Faruqi, 2018

ANALISIS THEORY OF PLANNED BEHAVIOR DALAM MENINGKATKAN MINAT DOSEN FPEB UPI UNTUK MEMBAYAR ZAKAT MELALUI ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Creswell, J. W. (2012). *Educational research : planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. Boston: Pearson Education, Inc.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). California: SAGE Publication, Inc. Dipetik November 11, 2017, dari <https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html?id=5900f384217e2015cf6522a5&assetKey=AS%3A487475249455105%401493234564396>
- Dandago, K. I., Muhammad, A. D., & Abba, S. A. (2016). Behavioral Intention to Pay Zakah on Employment Income Among Academicians in Kano State, Nigeria. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 2(1), 41-64. Dipetik Oktober 01, 2017, dari <http://journalbankindonesia.org/index.php/JIME/article/view/591>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, 982-1003. Dipetik November 27, 2017, dari <http://home.business.utah.edu/actme/7410/DavisBagozzi.pdf>
- Engel, F. G., Blackwell, D. R., & Miniard, P. W. (2000). *Consumer Behavior* (8th ed.). Ohio: Thomson.
- Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia. (2011). *Sumber Daya: Dosen / Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (FPEB) UPI*. Retrieved November 29, 2017, from Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia: <http://fpeb.upi.edu/sumber-daya-dosen-cari--4.html>
- Ferdinand, A. (2002). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: BP. Undip.
- Hafidhuddin, D. (2008). *Panduan Praktis Tentang Zakat, Infak, Sedekah*. Jakarta: Gema Insani.
- Hardinawati, L. U., & Hamzah, M. Z. (2017). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Intensi Donatur Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) Melalui Bank*. Universitas Indonesia, Kekhususan Ekonomi dan Keuangan. Jakarta: Research Gate. doi:10.13140/RG.2.2.20183.88484

- Huda, N., & Gofur, A. (2015). Analisis Intensi Muzakki dalam Membayar Zakat Profesi. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 4. doi:10.15408/aiq.v4i2.2098
- Huda, N., Rini, N., Mardoni, Y., & Putra, P. (2012, November). The Analysis of Attitudes, Subjective Norms, and Behavioral Control on Muzakki's Intention to Pay. *International Journal of Business and Social Sciences*, III(22), 271-279. Diambil kembali dari http://ijbssnet.com/journals/Vol_3_No_22_Special_Issue_November_2012/24.pdf
- Indonesia Magnificence of Zakat. (2011). *IMZ*. Dipetik Oktober 05, 2017, dari <http://www.imz.or.id/new/uncategorized/1123/zakat-masyarakat-dan-negara-dalam-pengentasan-kemiskinan/>
- Islamic Research and Training Institute. (2014). *Islamic Social Finance Report 2014*. Jeddah: IRTI-IDB.
- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran: Cara Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques*. New Delhi: New Age International.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip- Prinsip Pemasaran* (12th ed., Vol. I). (H. Teguh, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 ed.). Essex: Pearson Education, Inc.
- Lee, M.- Y., Kim, Y.- K., Pelton, L., Knight, D., & Forney, J. (2008). Factors affecting Mexican college students' purchase intention toward a US apparel brand. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12(3), 294-307. doi:10.1108/13612020810889263
- Luthans, F. (1995). *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Machrus, H., & Purwono, U. (2010, April). Pengukuran Perilaku Berdasarkan Theory of Planned Behavior. *INSAN*, II(01), 63-72. Dipetik November 08, 2017, dari <http://journal.unair.ac.id/downloadfull/INSAN4328-5d745df64bfullabstract.pdf>

- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid I.* (L. Salim, Penerj.) Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Muhammad, S. A., & Saad, R. A.-J. (2016). Moderating Effect of Attitude toward Zakat Payment on the Relationship between Moral Reasoning and Intention to Pay Zakat. *In Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 520-527. doi:10.1016/j.sbspro.2016.05.029.
- Na'im, A., & Syaputra, H. (2015). *Kewarganegaraan, Suku Bangsa, Agama dan Bahasa Sehari-hari Penduduk Indonesia Hasil Sensus Penduduk 2010*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Pride, & Farrel. (2005). *Marketing Principles*. Jakarta: Erlangga.
- Prihantoro, A. (2016, Oktober 27). *Baznas segera wajibkan seluruh PNS/TNI/Polri berzakat*. Dipetik November 23, 2017, dari ANTARANews: <https://www.antaranews.com/berita/592687/baznas-segera-wajibkan-seluruh-pns-tni-polri-berzakat>
- Sapingi, R., Ahmad, N., & Mohamad, M. (2011). A Study on Zakah of Employment Income: Factors That Influence Academics' Intention to Pay Zakah. *2nd International Conference On Business And Economic Research (2nd ICBER 2011) Proceeding* (hal. 2492-2507). Kuala Lumpur: ICBER.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2012). *Consumer Behaviour*. Essex: Pearson Education Limited.
- Sepryna, A., & Ratnasari, N. G. (2013). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan Terhadap Niat, serta Pengaruh Niat terhadap Kepatuhan Membayar Zakat Penghasilan.
- Septiana, V. A. (2014). Pengaruh Pelatihan dan Pengaruh Faktor Masa Kerja, Kompensasi, dan Pendidikan Terhadap Motivasi Kerja Pegawai Dinas Bina Marga Provinsi Jawa Tengah dengan Produktivitas Kerjas sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Universitas Pandanaran*.
- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Solomon, M. R., & Zaichkowsky, J. L. (2007). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Australia: Pearson.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Taylor, S., & Todd, P. (1997). Understanding the Determinants of Consumer Composting Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 27(7), 602-628. Dipetik November 27, 2017, dari <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1559-1816.1997.tb00651.x/pdf>

Watjatrakul, B. (2013). Intention to use a free voluntary service. *Journal of Systems and Information and Technology*, XV(2), 202-220. doi:10.1108/13287261311328903

Wu, C., & Luan, C.-C. (2007). Exploring Crowding Effects on Collectivist's Emotion and Purchase Intention of Durable and Non-Durable Goods in East Asian Night Market. *Journal of International Consumer Marketing*, I(20), 5-18. doi:10.1300/J046v20n01_02

Wu, S.-I., & Lo, C.-L. (2009). The Influence Of Core- Brand Attitude And Consumer Perception On Purchase Intention Towards Extended Product. *Asia Pasific Journal of Marketing and Logistics*, 21(1), 174-194. doi:10.1108/13555850910926317