

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, F., & Danial, E. (2015). Crowdfunding: Demokratisasi Akses Keuangan Dalam Mendukung Aksi Sosial Mahasiswa. In *Jurnal Ilmiah Mimbar Demokrasi* (Vol. 15, Issue 1). <https://doi.org/10.21009/jimd.v15i1.9108>
- Arifin, S. R., & Wisudanto. (2017). Crowdfunding Sebagai Alternatif Pembiayaan Infrastruktur. In *University Network for Indonesia Infrastructure Development* (Issue September).
- Ariyan, H. (2017). Pengaruh Brand Awareness Dan Kepercayaan Konsumen Atas Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua Di Kota Padang. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Boenigk, S., & Becker, A. (2016). Toward The Importance Of Nonprofit Brand Equity Result From A Study Of German Nonprofit Organizations. *Nonprofit Management and Leadership*, 20(4), 83–96. <https://doi.org/10.1002/nml>
- Chairunisa. (2018). *Pengetahuan,Kepercayaan, Informasi Dan Teknologi Yang Mempengaruhi Motivasi Masyarakat Dalam Investasi Menggunakan Crowdfunding* Syariah. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/41199/1/CHAIRUNISA-FEB.pdf>
- Cumming, D. (2015). *Signaling In Equity Crowdfunding*. 955–980. <https://doi.org/10.1111/etap.12157>
- Dibyani, S. B. (2019). *Pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Sistem Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding (Studi Kasus pada Donatur Kitabisa.com Di Kota Yogyakarta)*. <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Estrin, S., Gozman, D., & Khavul, S. (2018). The Evolution And Adoption Of Equity Crowdfunding: Entrepreneur and Investor Entry Into A New Market. *Small Business Economics*, 51(2), 425–439. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0009-5>
- Ghanimata, F. (2012). *Analisis pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembelian Produk Bandeng, Juwana Elrina Semarang)*.
- Hartono, H., & Hartomo, D. D. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 14, Issue 1). <https://doi.org/10.20961/jbm.v14i1.2678>
- Haryono, P. rahayu A. T., & H, L. B. (2017). *Analisis Sistem Informasi*,

Optimalisasi Waktu Dan Biaya, Kualitas Fungsional terhadap Kualitas Proyek Dan Kinerja Perusahaan CV Putra Tiga Sekawan (Vol. 2).
<http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/754>

Herve, F., & Schwienbacher, A. (2018). Crowdfunding And Innovation. *Journal of Economic Surveys*, 32(5), 1514–1530. <https://doi.org/10.1111/joes.12274>

Huang, H., & Liu, S. Q. (2020). “Donate To Help Combat Covid-19!” How Typeface Affects The Effectiveness Of CSR Marketing? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3315–3333. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2020-0462>

Korry, D. I. (2017). Pengaruh Status Kerja Ibu Rumah Tangga Terhadap Coping Stress. In *Repository Unika Sogijapranata*.
<http://repository.unika.ac.id/id/eprint/14757>

Kurniati. (2016). Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. In *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* (Vol. 6, Issue 1).
<http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387>

Mal, C. I., Davies, G., & Diers-Lawson, A. (2018). Through The Looking Glass: The Factors That Influence Consumer Trust And Distrust In Brands. *Psychology and Marketing*, 35(12), 936–947.
<https://doi.org/10.1002/mar.21146>

Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 22, Issue 2).

Massa Saluzzo, F., & Alegre, I. (2021). Supporting Entrepreneurs: The Role Of Third-Party Endorsement In Crowdfunding Platforms. *Technological Forecasting and Social Change*, 162(December 2019), 120402.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120402>

Mufli, M. (2017). *Tanimadani.Com: Rancang Bangun Model Bisnis Islamic Financial Technology Berbasis Crowdfunding Pembiayaan Usaha Mikro Sektor Pertanian*.

Nie, T., Wang, X., Zhu, Y., & Du, S. (2020). Crowdfunding Mechanism Comparison When Product Quality Is Uncertain. *International Transactions in Operational Research*, 27(5), 2616–2657.
<https://doi.org/10.1111/itor.12612>

Nugroho, A. Y., & Rachmaniyah, F. (2019). Fenomena Perkembangan Crowdfunding Di Indonesia. In *Ekonika : Jurnal ekonomi universitas kadiri* (Vol. 4, Issue 1). <https://doi.org/10.30737/ekonika.v4i1.254>

Nurasri, D. maulina. (2018). Analisis Pengaruh Venture Quality Dan Kesuksesan

- Pendanaan Umkm Pada Platform Crowdfunding. In *Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Nurmalita, L. (2020). Kebijakan Equity Crowdfunding Dalam Rangka Inovasi Pendanaan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). In *Airlangga Journal of Innovation Management* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.20473/ajim.v1i1.20179>
- Pradana, D. A. (2016). *Pengaruh Brand Reputation, Brand Predictability, Brand Competence, Trust In Company, Dan Brand Liking terhadap Trust In Brand Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Loyalty Pada Pengguna Motor Kawasaki Seri Ninja (Studi Pada Pengguna Motor Kawasaki seri Ninja di [Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya]*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/2517>
- Sari, A. P. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Proyek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com. In *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Sidharta, I., & Boy Suzanto. (2015). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-Commerce. In *Jurnal Computech & Bisnis: Vol. Vol.9, (Issue No.1, Juni 2015)*. <http://jurnal.stmik-mi.ac.id/index.php/jcb/article/download/124/148>
- Strohmaier, D., Zeng, J., & Hafeez, M. (2019). Trust, Distrust, And Crowdfunding: A Study On Perceptions Of Institutional Mechanisms. *Telematics and Informatics*, 43(July), 101252. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101252>
- Subianto, T. (2007). *Studi tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Suci, Y. R. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. In *Jurnal Ilmiah fakultasi Ekonomi* (Vol. 6, Issue 1).
- Tjajyadi, R. A. (2010). Brand Trust dalam Konteks Loyalitas Merek: Peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan, dan Karakteristik Hubungan Pelanggan-Merek. In *Jurnal Manajemen* (Vol. 6, Issue 1).
- Tripalupi, R. I. (2019). Equity Crowdfunding Syari'ah Dan Potensinya Sebagai Instrumen Keuangan Syari'ah Di Indonesia. In *'Adliya* (Vol. 13, Issue 2).
- Vulkan, N., Åstebro, T., & Sierra, M. F. (2016). Equity Crowdfunding: A new Phenomena. *Journal of Business Venturing Insights*, 5, 37–49. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2016.02.001>
- Waal Malefyt, T. (2018). Brands. *The International Encyclopedia of Anthropology*, 1–3. <https://doi.org/10.1002/9781118924396.wbiea1988>