

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, F. S., dkk (2024). Analisis Strategi Digital *Branding* Dalam Konten Media Sosial Terhadap Peningkatan Dampak Dan Jangkauan Pada Badan Pusat Statistik Kota Palu. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 4(04), 419-427.
- Arjanto, D. (2022). Kasus ACT, Ini Fakta-Fakta Dugaan Penyelewengan Dana Masyarakat“. Diakses pada 19 Oktober 2024, dari <https://www.tempo.co/politik/kasus-act-ini-fakta-fakta-dugaan-penyelewengan-dana-masyarakat-327875>
- As-Syahri, H. (2024). Peranan Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital 5.0. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(12).1.
- Chalil, R. D., dkk (2021). *Brand , Islamic Branding, & Re-Branding*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Delgado-Ballester, E., Munuera-Aleman, J. L., & Yague-Guillen, M. J. (2003). Development and validation of a *brand trust* scale. *International journal of market research*, 45(1), 35-54.
- Putri, D. L., Hardiyanto, Sari,. (2022). Profil ACT Dan Laporan Keuangannya. Diakses pada 20 Oktober 2024, dari <https://www.kompas.com/tren/read/2022/07/05/131000165/profil-act-dan-laporan-keuangannya?page=all>
- Hayani, N. S., dkk. (2024). Pengaruh *Brand Trust* Dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Asuransi Jiwa Pada Ajb Bumiputera 1912 Medan. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1252-1265.
- Hendrayanti, S., & Terini, U. (2021). The Impact Of *Brand Image*, *Brand Trust* And *Brand Awareness* On Aqua Loyalty Brand . *Jurnal Capital: Kebijakan Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 116-133.
- Human Initiative. (2024). Tentang Human Initaitive. Diakses pada 16 Oktober 2024, dari <https://human-initiative.org/tentang-kami/>
- Janah, U. R., Humaidi, M., & IRKH, M. (2021). *Filantropi Pada Masyarakat Multikultural*. Ponorogo: Nata Karya.

- Jenniviera, J., dkk. (2024). Tinjauan Terhadap Penyalahgunaan Dana Dalam Yayasan Kemanusiaan: Studi Kasus Pada Lembaga ACT. *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 2(1), 325-338.
- Kanellos, N., dkk. (2024). The Economic Dynamics Of Desktop And Mobile Customer Analytics In Advancing Digital *Branding* Strategies: Insights From The Agri-Food Industry. *Sustainability*, 16(14), 5845.
- Karsono, K., dkk. (2021). Strategi *Branding* Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 869-880.
- Kotler, P., dkk. (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective*. London: Pearson Education Limited.
- Mukhtarom, M. (2023). *Dampak Kasus Penyelewengan Dana Kemanusiaan Oleh Lembaga Filantropi Act Terhadap Lembaga Filantropi Islam Di Pekalongan Dalam Menjaga Kepercayaan Stakeholder* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri KH Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2023). Diakses dari, <http://etheses.uingusdur.ac.id/4537/1/5420010-Bab1%265.pdf>
- Nurhasanah, N., dkk. (2024). *Filantropi Islam: Fiqh dan regulasinya di Indonesia*. Bandung: Widina Media Utama
- Pramudita, D. A. (2024). *Strategi Branding Produk Lokal “Bir Pletok” Sebagai Identitas Budaya Betawi*. (Doctoral dissertation, Universitas Islam 45 Bekasi, 2024). Diakses dari, http://repository.unismabekasi.ac.id/cgi/users/login?target=http%3A%2F%2Frepository.unismabekasi.ac.id%2F6143%2F3%2FBAB%2520II_DIAH%2520AYU%2520PRAMUDITA.pdf
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono, P. D. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif Dan Konstruktif. *Edited By Y. Suryandari*. Bandung: Alfabeta.
- Tifani, D. F. (2023). *Brand Awareness Human Initiative Pada Konten Media Sosial Instagram*. (Doctoral dissertation, Universitas Islam Hidayatullah Jakarta, 2023). Diakses dari, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74946/1/DINDA%20FAKHRIYYAH%20TIFANI%20P-FDK.pdf>

Van Gelder, S. (2003). *Global brand strategy: unlocking brand potential across countries, cultures & markets*. Kogan Page Publishers.

Yunus, U. (2020). *Digital Branding Teori Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media