

**DETERMINAN NIAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAK,
SEDEKAH SECARA DIGITAL BERDASARKAN *THEORY
COMBINED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* DAN
*THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (C - TAM TPB)***



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER EKONOMI ISLAM**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
OLEH:
WA'ADARRAHMAH, S.E
NIM. 20208012044**

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022

**DETERMINAN NIAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAK,
SEDEKAH SECARA DIGITAL BERDASARKAN *THEORY
COMBINED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* DAN
*THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (C - TAM TPB)***



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER EKONOMI ISLAM**

OLEH:

WA'ADARRAHMAH, S.E

NIM. 20208012044

PEMBIMBING:

Dr. ABDUL HARIS, M.Ag

NIP. 197104231999031001

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1583/Un.02/DEB/PP.00.9/12/2022

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN NIAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAK, SEDEKAH SECARA DIGITAL BERDASARKAN THEORY COMBINED TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR (C - TAM TPB)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WA'ADARRAHMAH, S.E
Nomor Induk Mahasiswa : 20208012044
Telah diujikan pada : Jumat, 16 Desember 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Abdul Haris, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 63a4383db3ac9



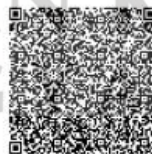
Penguji I
Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 63a3e8f8ca81b



Penguji II
Dr. Darmawan, SPd.,MAB
SIGNED

Valid ID: 63a28144e7bd8



Yogyakarta, 16 Desember 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 63a598a1a33d5

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudara/I Wa'adarramah, S.E.

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti memberikan petunjuk dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis saudara:

Nama : Wa'adarramah, S.E.

NIM : 20208012044

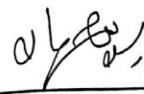
Judul Tesis : **Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital : Berdasarkan *Theory Combined Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behaviour (C - TAM TPB)***

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar Tesis saudara tersebut dapat segera di munaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 07 November 2022
Pembimbing,


Dr. Abdul Haris, M.Ag
NIP. 197104231999031001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wa'adarramah, S.E.

Nim : 20208012044

Jurusan / Program Studi : Ekonomi Syariah / Magister

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul "**Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital Berdasarkan *Theory Combined Technology Acceptance Model dan Theory Of Planned Behaviour (C - Tam Tpb)***" adalah benar-benar merupakan karya hasil penyusunan sendiri, bukan dipublikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Demikian surat pernyataan ini penulis buat agar dapat di maklumi dan dipergunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 07 November 2022

Penyusun



Wa'adarramah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Wa'adarramah
NIM : 20208012044
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital Berdasarkan *Theory Combined Technology Acceptance Model* dan *Theory Of Planned Behaviour (C - Tam Tpb)*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 07 November 2022

Penulis,



Wa'adarramah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Wa'adarramah
NIM : 20208012044
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:

“Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital Berdasarkan *Theory Combined Technology Acceptance Model* dan *Theory Of Planned Behaviour (C - Tam Tpb)*”

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan Tesis ke dalam Jurnal yang tersitasi Standard DOAJ (*Directory of Open Access Journals*), guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir/Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 07 November 2022

Penulis,



Wa'adarramah

HALAMAN MOTTO

Tidak ada kata terlambat untuk mengubah diri menjadi lebih baik, karena setiap orang punya kesempatan yang sama untuk sukses. Kuncinya berdo'a dan ikhtiar niscaya ketidakmungkinan akan menjadi mungkin.

Sejatinya Pengetahuan Adalah Kekuatan Dan Kekuatan Adalah Bekalmu Untuk Menghadapi Dunia.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan rahmat dan ridho Allah SWT, Tesis ini saya persembahkan untuk kedua orang tuaku tersayang Bapak Abdul Munir dan Ibu Hafidah, sosok malaikat tak sempurna yang telah menyempurnakan hidup saya, orang tua hebat yang telah mensupport dan mendidik saya hingga sampai dititik ini, karena berkat doa dan kontribusi luar biasa yang telah mereka berikan kepada saya membuat saya sadar akan ketulusan cinta yang sejati. kakak/adik ku dan keluarga besarku tercinta, Haryanto, Nurwahidah, Latifatul Asfi Warraihan, Halifatunnisa, Rafardhan Al-Faizan, Terimakasih atas cinta dan kasih kalian.

Teruntuk para dosen dan tenaga pengajar terkhusus bapak pembimbing yang sudah membimbing dan memberikan ilmu yang luar biasa. Teruntuk teman-teman seperjuangan ku MES- Genap 2021 HMPM FEBI Periode 2021-2022 Serta untuk Almamater tercinta UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Billahi Fii Sabililhaq Fastabiqul Khoirat

Wassalamu'alaikum Wr..Wb

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye

س	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	ء	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

—	Fathah	ditulis	<i>A</i>
—	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
—	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فعل	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يذهب	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
	ditulis	

2. fathah + yā' mati تَنَسَى	ditulis	<i>ā</i>
	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati كَرِيم	ditulis	<i>ī</i>
	ditulis	<i>karīm</i>
4. Dammah + wāwu mati فُرُوض	ditulis	<i>ū</i>
		<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Ai</i>
	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قَوْل	ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْنُ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءُ	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْسُ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawī al-furūḍ</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alḥamdulillāhirabbil'ālamīn, segala puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “**Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital Berdasarkan *Theory Combined Technology Acceptance Model* dan *Theory Of Planned Behavior (C - TAM TPB)*”**”. Salawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada suri tauladan bagi umat manusia yaitu Muhammad SAW, beserta para sahabat, tabi-tabiin dan seluruh umat muslim yang tetap istiqamah di jalan-Nya.

Dengan penuh kesadaran bahwa penulisan tesis ini tidak mampu diselesaikan tanpa ridha Allah SWT beserta bantuan dari semua pihak. Oleh sebab itu, sudah sepatutnya penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc., selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M.Sc., selaku Sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah
5. Bapak Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku dosen pembimbing Tesis yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, nasihat, kritik, saran serta motivasi dalam menyelesaikan naskah tesis ini.
6. Seluruh jajaran dosen dan pengajar di Program Studi Magister Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang senantiasa membimbing penulis semasa studi.

7. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.
8. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Abdul Munir dan Ibu Hafidah, yang selalu mencintai dan memberikan *support* terbaik.
9. Abang Ipar, Kakak dan adik-adik ku tersayang, Haryanto, Nur Wahidah, Latifatul Asfi Warraihan, Halifatun Nisah.
10. Sahabatku Eka Septi Anugeraheni, Asma'ul Husnah dan Zaitun, yang selalu setia menjadi tempat curhat ternyaman.
11. Kepada teman-teman seperjuangan MES 2021 Genap, terkhusus group healing dan bestie ku Laelani Rukmana, Wardatul Wahidah Rahman, Annessa Fadhillah, Nurul Wahidah Hidayat, Dia Purnama Sari, Nella Wahyuni, Siti Ena Aisyah Simbolon, Heni Hikmawati, Ahamad Afandi, Riko Riusdi, Miftahur Asror Suyoko. terimakasih atas kebersamaannya selama di Jogja.
12. Teman-teman seperjuangan HMPM FEBI 2021-2022 Lestari Etika Suci, Lina Wati, Febi Wulandari Sofian, Siti Ainunnisa, Nabila, Wiqayah Azmi, muhammad Isbad addainuri, Ilham Basrian Jasuma Putra, Zuhriyanto, Syarifuddin, Mayogi Arrafi, Askal Samiuddin, Maulana Ishaka, As'ad, Azam, Asmara.

Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Dan semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Amin Allahumma Amin

Yogyakarta, 07 November 2022

Penulis,

Wa'adarramah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
ABSTRACT	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
A. Landasan Teori	11
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	11

2.	<i>Theory Planned Behavior (TPB)</i>	15
3.	Model Penerimaan <i>Teknologi Gabungan dan Theory of Planned Behaviors</i> (Gabungan TAM dan TPB, C-TAM- TPB).....	22
4.	Kepercayaan	23
5.	Referensi Kelompok.....	25
6.	Niat.....	26
7.	Teknologi Digital	27
8.	Konsep Zakat, Infak, Sedekah (ZIS).....	28
B.	Kajian Pustaka.....	32
C.	Pengembangan Hipotesis	36
D.	Kerangka Pemikiran.....	44
BAB III METODE PENELITIAN		45
A.	Desain Penelitian.....	45
B.	Jenis data penelitian	45
C.	Definisi Operasional Variabel.....	46
D.	Populasi dan Sampel Penelitian	48
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	50
F.	Teknik Analisis Data.....	51
1.	Analisis Deskriptif.....	51
2.	<i>Partial Lest Square (PLS)</i>	51
3.	Analisis Inferensial.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		58
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	60
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	61
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan	63
B.	Hasil Penelitian	63
1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	63
2.	Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	69
C.	Pembahasan.....	79
1.	Persepsi Kegunaan Berpengaruh Terhadap Sikap Masyarakat Untuk Membayar ZIS Secara Digital.....	79
2.	Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Sikap Masyarakat Untuk Membayar ZIS Secara Digital.....	81
3.	Sikap Berpengaruh Terhadap Niat Masyarakat Untuk Membayar ZIS Secara Digital	83

4. Norma Subjektif Berpengaruh Terhadap Niat Masyarakat Untuk Membayar ZIS Secara Digital.....	85
5. Kontrol Perilaku Berpengaruh Terhadap Niat Masyarakat Untuk Membayar ZIS Secara Digital.....	87
6. Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Niat Masyarakat Untuk Membayar ZIS Secara Digital.....	89
7. Referensi Kelompok Berpengaruh Terhadap Niat Masyarakat Untuk Membayar ZIS Secara Digital.....	91
8. Persepsi Kegunaan Berpengaruh Terhadap Niat Masyarakat Untuk Membayar ZIS Secara Digital.....	92
9. Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Niat Masyarakat Untuk Membayar ZIS Secara Digital.....	94
10. Niat Berpengaruh Terhadap Perilaku Pengguna Untuk Membayar ZIS Secara Digital.....	95
BAB V PENUTUP	98
A. Kesimpulan	98
B. Implikasi Penelitian.....	99
C. Keterbatasan dan Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113
CURRICULUM VITAE	175

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3.2	Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	60
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	62
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan	63
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Sebelum Direduksi	64
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Setelah Direduksi	66
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i>	67
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Kolinearitas	69
Tabel 4.12	Hasil Uji Hipotesis	71
Tabel 4.13	Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	76
Tabel 4.14	Nilai <i>Effect Size</i> (f^2)	77
Tabel 4.15	Nilai Predictive Relevance Q^2	78

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Indikator Pemetaan Potensi Zakat Provinsi, Kabupaten, dan Kota Tahun 2022.....	3
Gambar 2.1	Model Penerimaan Teknologi	12
Gambar 2.2	Teori Perilaku Direncanakan (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	16
Gambar 2.3	Pengembangan <i>Combined- Theory Of Planned Behavior Technology Acceptance Model (C-TPB-TAM)</i>	23
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran Penelitian	44
Gambar 4.1	Model Analisis Jalur Dalam Penelitian.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2 Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial.....	120
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Kuesioner Responden.....	123
Lampiran 4 Hasil Uji Menggunakan WarpPLS 7.0.....	152
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	175



ABSTRAK

Kemajuan teknologi terus tumbuh dan berkembang dengan baik, namun demikian kesenjangan antara potensi dan realisasi dalam penghimpunan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) melalui platform digital membuat inovasi dalam pengelolaan Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) terus berkembang. Penelitian ini bertujuan menganalisis determinan niat pembayaran Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital berdasarkan *theory combined technology acceptance model* dan *theory of planned behavior (C - TAM TPB)* pada masyarakat di pulau Jawa. Studi ini menggunakan konstruk asli *C-TAM TPB* dengan menambahkan variabel kepercayaan dan referensi kelompok ke dalam model nya sebagai pembentuk niat berperilaku membayar ZIS secara digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer. Data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden masyarakat yang tinggal di seluruh provinsi di pulau Jawa dengan jumlah 174. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)* dengan bantuan *software WarpPLS Versi 7.0*. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital. Selanjutnya, variabel sikap, norma subjektif, referensi kelompok, berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital. Sedangkan variabel kontrol perilaku, kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan secara statistik tidak berpengaruh niat masyarakat untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital. Kemudian variabel referensi kelompok terhadap niat berperilaku terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital.

Kata Kunci: *C-TAM TPB*, Zakat, Infak, Sedekah, Digital.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Technological progress continues to grow and develop well, however, the gap between potential and realization in collecting zakat, infak and alms (ZIS) through digital platforms makes innovations in the management of zakat, infak and alms (ZIS) continue to grow. This study aims to analyze the determinants of intention to pay zakat, infak and alms (ZIS) by digital: based on the theory of combined technology acceptance model and theory of digital planned behavior (C - TAM TPB) in communities on the island of Java. This study uses the original C-TAM TPB construct by adding the trust and group reference variables into the model as a form of intention to behave in digitally paying ZIS. This study uses a quantitative approach with primary data. Data were obtained through questionnaires distributed to millennial generation respondents living in all provinces of Java with a total of 174. The data analysis tool used in this study was the Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM) with the help of WarpPLS Version 7.0 software. The results of this study indicate that the perceived usefulness variable, perceived convenience, has a positive and significant effect on people's attitudes to pay zakat, infak and alms (ZIS) digitally. Furthermore, the attitude variables, subjective norms, group references, have a positive and significant effect on people's intentions to pay zakat, infak and alms (ZIS) digitally. While the behavioral control variables, trust, perceived usefulness, perceived convenience statistically have no effect on people's intentions to pay zakat, infak and alms (ZIS) digitally. Then the group reference variable on behavioral intentions was proven to have a positive and significant effect on people's intentions to pay zakat, infak and alms (ZIS) digitally.

Keywords: C-TAM TPB, Zakat, Infak, Alms, Digital.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, terdapat sekitar 84% atau 229 juta penduduk yang memeluk agama Islam (Agung, 2022). Kapasitas penduduk yang besar ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dari berbagai segi (Nurjamil & Siti Nurhayati, 2021). Salah satunya adalah potensi Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) yang sangat besar (Afandi, 2019). Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) menawarkan peluang yang sangat baik untuk memajukan lembaga keuangan syariah di Indonesia serta meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan bangsa (Abdullah & Qoyum, 2022). Berdasarkan data Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) pada tahun 2021 realisasi penghimpunan dana zakat di Indonesia mencapai Rp 14 triliun. Jumlah ini hanya sekitar 4,28 persen dari proyeksi potensi zakat dalam negeri yang mencapai Rp. 327 triliun (Novellino, 2022).

Pada kenyataannya dana zakat yang terkumpul belum terealisasi secara optimal. Hal ini dibuktikan dengan fakta bahwa pada akhir tahun 2020 penelitian bersama BAZNAS dan berbagai entitas, ada potensi zakat Rp 327,6 triliun. Namun baru terealisasi Rp 71,4 triliun atau sekitar 21,7 persen (Risky, 2021). Salah satu penyebab rendahnya penghimpunan ZIS di Indonesia adalah tidak adanya jaminan publik di Lembaga atau Badan Amil Zakat, sehingga masyarakat lebih memilih untuk menyalurkannya langsung kepada mustahik (Cahyani *et al.*, 2022). Yang dimana tanggung jawab

utamanya adalah mengawasi zakat dan sumbangan sosial lainnya sebagai entitas resmi negara (Haris *et al.*, 2020). Di era sekarang ini, inovasi digital adalah jawaban untuk strategi optimalisasi dalam rangka meningkatkan pengumpulan ZIS nasional (Admiral, 2021). Kemajuan teknologi Indonesia terus menjadi lebih baik, dan banyak organisasi kini bekerja untuk memasukkan teknologi ke dalam setiap aspek operasi sehari-hari mereka. Orang-orang secara alami bersemangat dengan kemajuan teknologi ini karena memungkinkan mereka memanfaatkan waktu mereka dengan lebih baik untuk tugas-tugas yang sering dilakukan dalam aktivitas sehari-hari. Lembaga Zakat, Infak, dan Sedekah saat ini berupaya memajukan teknologi di semua aspek bisnisnya, termasuk pengumpulan iuran zakat (Bara & Fariz, 2022).

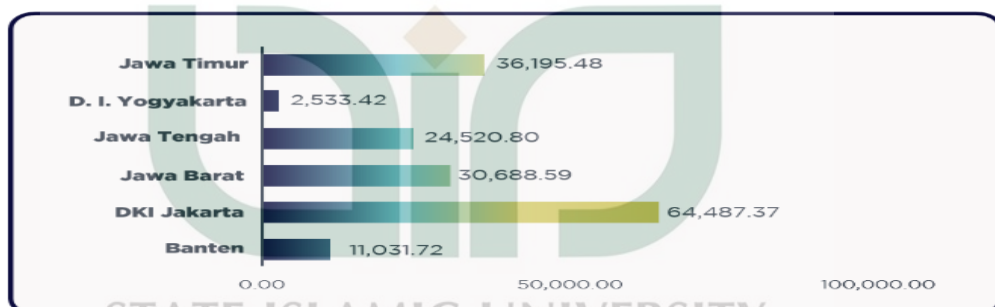
Badan Amil Zakat (BAZ) dan Lembaga Amil Zakat (LAZ) juga memberikan fasilitas pembayaran lainnya dengan menggandeng vendor aplikasi pembayaran digital seperti e-wallet (Go Pay, OVO, Dana, ShopeePay, LinkAja, dan lain-lain) melalui skema QRIS (*Quick Response Indonesian Standard*). Hal ini nantinya akan diperluas dengan kerjasama dengan lembaga keuangan, marketplace dan perusahaan dengan platform *fintech* lainnya. Melalui aplikasi PayPal misalnya bisa dilakukan dengan memilih kategori dan mengisi nominal, lalu klik “Bayar Sekarang”. Pengguna dikirim ke situs web PayPal untuk konfirmasi pembayaran (Afandi, 2019).

Di sisi lain, mulai pada akhir tahun 2019 telah terjadi gangguan terhadap situasi kesehatan nasional di Indonesia dan di seluruh dunia (Sulaeman *et al.*, 2021). Situasi ini disebabkan oleh virus baru yang dikenal sebagai Covid-19.

Terganggunya situasi kesehatan nasional akibat pandemi COVID-19 berdampak pada percepatan transformasi digital. Digitalisasi pembayaran zakat telah berkontribusi pada peningkatan penerimaan zakat di BAZNAS Nasional (P. Utami *et al.*, 2020).

Pulau Jawa merupakan salah satu pulau di Indonesia dengan persentase penduduk muslim tertinggi. terbukti dengan total potensi zakat kabupaten/kota di regional Jawa tercatat sebesar Rp.169,5 triliun, di mana provinsi DKI Jakarta menjadi yang tertinggi dengan nilai potensi sebesar Rp. 64,4 triliun disusul Jawa Timur dan Jawa Barat dengan nilai potensi masing-masing sebesar Rp. 36,1 triliun dan Rp. 30,6 triliun (Choirin *et al.*, 2022).

Gambar 1.1:



Gambar 1.1 Indikator Pemetaan Potensi Zakat Provinsi, Kabupaten, Dan Kota Tahun 2022

Fakta tersebut menunjukkan bahwasanya ZIS memiliki potensial yang sangat besar namun belum maksimal dalam pengumpulannya di Indonesia. Fakta tersebut menunjukkan bahwa masyarakat lebih mempercayai zakat secara langsung kepada mustahik daripada membayar secara digital. Namun demikian, niat merupakan karakteristik pribadi yang mengacu pada keinginan untuk melakukan aktivitas tertentu yang menentukan perilaku. Di

sini, perilaku mengacu pada suatu kegiatan atau perilaku nyata yang akan dilakukan seseorang. Tingkah laku seseorang dapat dinilai dengan menggunakan unsur-unsur dari *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Dalam TPB, perilaku dipengaruhi oleh niat, dan niat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Ketika orang memilih untuk membayar ZIS secara digital, ini adalah contoh perilaku (Mihartinah & Coryanata, 2019). Maka dari itu penulis melakukan penelitian mengenai niat membayar zakat, infak, sedekah secara digital dengan beberapa faktor. Penelitian ini merupakan pembaharuan dari penelitian Mukhammad Yazid Afandi tentang *Antecedents of Digitizing ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches potensi* (Afandi, 2019). Perbedaan penelitian ini terletak pada *Theory C- TAM TPB* dengan menambahkan dua variabel baru yaitu kepercayaan dan referensi kelompok.

Penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Penelitian ini menggabungkan pemodelan TAM dan TPB seperti yang telah dilakukan oleh Taylor & Todd (1995). Konstruk kuantitatif yang digunakan berdasarkan TAM dan TPB adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan niat (Niat membayar zakat). Beberapa studi empiris sebelumnya menunjukkan bahwa pemodelan TPB dan TAM, terbukti memiliki pengaruh terhadap niat pembayaran (Bulutoding *et al.*, 2019).

Namun demikian pada variabel-variabel yang menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* pada penelitian-penelitian sebelumnya itu masih terjadi inkonsistensi seperti penelitian yang dilakukan oleh Tyas & Darma (2017) dalam penelitiannya menerangkan bahwasanya variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap pengguna. Namun pada penelitian Qolbi & Sukmana (2022) Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan kemudahan penggunaan berhubungan signifikan terhadap niat berzakat secara online. Pada temuan penelitian yang menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)* ini memberikan gambaran tentang faktor-faktor perilaku dan sikap yang berpengaruh signifikan terhadap niat berzakat. Perilaku kepatuhan membayar ZIS secara signifikan dipengaruhi oleh niat untuk melakukannya. Meskipun norma subyektif tidak mempengaruhi keputusan membayar ZIS. Sikap, kontrol perilaku terkait zakat juga tidak secara langsung mempengaruhi perilaku kepatuhan pembayaran ZIS (Bulutoding *et al.*, 2019). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Arrosyid & Priyojadmiko (2022) menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan membayar ZIS.

Selanjutnya pada penelitian yang menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)* mengenai wakaf, Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks masyarakat muslim di Indonesia, pandangan dan norma subyektif memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menentukan keikutsertaan wakaf moneter (M. Faisal, 2019). Penelitian lain terkait ZIS

juga pernah dilakukan oleh Kharisma & Putri (2020), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subyektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh signifikan terhadap niat membayar ZIS. Penelitian terkait pengaruh kelompok referensi terhadap niat juga pernah dilakukan oleh Afifah (2018). Hasil menunjukkan ada pengaruh yang signifikan kelompok referensi terhadap niat berwirausaha.

Berdasarkan latar belakang di atas, menjadi dasar peneliti tertarik untuk meneliti dengan lebih mendalam terkait “Determinan Niat Membayar Zakat, Infak, Sedekah Secara Digital Berdasarkan *Theory Combined Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior (C - TAM TPB)*”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi latar belakang permasalahan diatas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap sikap masyarakat untuk membayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) secara digital?
2. Apakah sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, kepercayaan, referensi kelompok, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat masyarakat untuk membayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) secara digital?
3. Apakah niat berpengaruh terhadap perilaku pengguna untuk membayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) secara digital?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam melakukan penelitian ini antara lain:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap sikap masyarakat untuk membayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) secara digital.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, kepercayaan, referensi kelompok, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan terhadap niat masyarakat untuk membayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) secara digital.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh niat terhadap perilaku pengguna untuk membayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) secara digital.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin didapatkan pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dalam rangka meningkatkan pemahaman tentang zakat dan faktor-faktor yang mempengaruhi niat masyarakat untuk membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) secara digital, penelitian ini dimaksudkan untuk memajukan ekonomi dan keuangan Islam. Selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menyempurnakan penelitian-penelitian sebelumnya dan menjadi pedoman dan sumber inspirasi bagi penelitian-penelitian baru yang relevan.

2. Manfaat Praktis

Studi ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi sumber bagi semua pihak, khususnya pengelola ZIS di Indonesia, yang akan menggunakannya sebagai dasar refleksi dan panduan dalam mengembangkan program untuk mensosialisasikan masyarakat terhadap ZIS dan meningkatkan pengelolaan ZIS di Indonesia.

E. Sistematika Pembahasan

Penulis memberikan pembahasan yang sistematis sesuai dengan judulnya, antara lain untuk mencapai tujuan pembahasan dalam penelitian.

Latar belakang, rumusan masalah, tujuan kajian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan semuanya tercakup dalam pendahuluan bab pertama. Tujuan dari latar belakang topik dalam makalah ilmiah ini adalah untuk mengatasi pembenaran atas signifikansi masalah yang berkaitan dengan determinan niat membayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) secara digital Berdasarkan *Theory Combined Technology Acceptance Model* dan *Theory of Planned Behavior (C - TAM TPB)* untuk ditulis, kemudian diperkuat dengan sejumlah argumentasi berdasarkan fakta yang sebenarnya. Penulis kemudian memadatkan masalah ke dalam rumusan dan tujuan penelitian untuk mempersempitnya dan menentukan area penyelidikan utamanya. Untuk menentukan efek menguntungkan dari penelitian untuk badan tertentu, nilai penelitian juga ditawarkan. Pembahasan sistematis yang menyimpulkan bab satu memberikan ringkasan singkat tentang struktur dan komponen penelitian.

Penciptaan kerangka teoritis dan hipotesis tercakup dalam bab kedua, yang juga mencakup survei literatur. Penciptaan hipotesis merupakan aspek penting dari penelitian kuantitatif. Untuk memastikan sejauh mana logika hipotesis telah berkembang, referensi lebih lanjut ke studi sebelumnya diperlukan sebelum merumuskan hipotesis. Untuk membangun hipotesis, kerangka teori juga diperlukan karena berfungsi sebagai landasan penalaran dan menghubungkan banyak faktor penelitian. Penciptaan hipotesis adalah langkah selanjutnya dalam penulisan karya ilmiah ini setelah prasyarat penting untuk pengembangannya terpenuhi.

Bab ketiga dikhususkan untuk teknik penelitian. Penjelasan penelitian tentang jenis, strategi, populasi, sampel, dan alat analisis yang akan diterapkan pada analisis data disertakan pada bagian teknik penelitian. Teknik pengambilan sampel yang tepat diperlukan untuk memastikan bahwa sampel yang kami ambil secara akurat mencerminkan fenomena populasi yang sebenarnya dan bahwa generalisasi tidak bias. Untuk menentukan seberapa dekat model yang kita kembangkan menyerupai fenomena data yang telah kita kumpulkan, alat analisis sama pentingnya.

Bab keempat adalah hasil dari pembahasan dan penelitian. Ini akan mulai dengan menyajikan hasil statistik deskriptif, yang mencoba memberikan gambaran umum tentang fenomena data yang telah kami olah, sebelum menjelaskan analisis utama dari pengujian yang telah dijalankan. Hasil pengujian model disajikan selanjutnya bersama dengan analisis

mendalam tentang temuan, implikasi penelitian, dan ringkasan justifikasi temuan.

Bab kelima sebagai penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, penelitian ini melahirkan kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kegunaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima. Selanjutnya variabel persepsi kemudahan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima.
2. Variabel sikap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga, hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima. Selanjutnya, variabel norma subjektif (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini diterima. Kemudian variabel kontrol perilaku (X5) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini ditolak. Sementara variabel kepercayaan (X6) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Dengan demikian hipotesis keenam (H6) dalam penelitian ini ditolak.

Selanjutnya, Variabel referensi kelompok (X7) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga hipotesis ketujuh (H7) dalam penelitian ini diterima. Kemudian variabel persepsi kegunaan (X9) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Sehingga hipotesis kesembilan (H9) dalam penelitian ini ditolak. Sementara variabel persepsi kemudahan (X10) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Oleh karena itu, hipotesis kesepuluh (H10) dalam penelitian ini ditolak.

3. Variabel niat (X8) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna untuk membayar ZIS secara digital. Oleh karena itu, hipotesis kedelapan (H8) dalam penelitian ini diterima.

B. Implikasi Penelitian

Temuan ini berimplikasi pada pengembangan model perilaku konsumen, terutama dalam topik niat perilaku untuk membayar ZIS secara digital dengan penambahan fenomena luas lainnya yang terjadi, serta memberikan wawasan yang berguna bagi perspektif akademisi, khususnya dari sisi kacamata ekonomi Islam. Selain itu, implikasi secara teoritis dari penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan dijadikan literatur tambahan dalam memperluas validitas yang berkaitan dengan topik penelitian yang sama tentang determinan niat berperilaku untuk membayar ZIS secara digital. Penelitian ini menggunakan teori C TAM-TPB yang menjadi teori dasar yang tepat untuk memaparkan niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital.

Sehingga hasil penelitian ini dapat memberikan dampak positif untuk membuktikan niat masyarakat terhadap perilaku pengguna.

Terdapat pengaruh antara niat terhadap perilaku masyarakat pulau jawa untuk membayar ZIS secara digital menunjukkan bahwa masyarakat mempertimbangkan faktor utama dalam pembentukan niat seseorang hingga akhirnya akan menggunakan platform digital secara berkelanjutan. Kebaharuan penelitian ini adalah dengan menambahkan konstruk kepercayaan dan referensi kelompok sebagai variabel independen. Namun, hasil pengujian yang didapatkan menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memprediksi model perilaku yang lebih kompleks khususnya pada konteks niat membayar ZIS secara digital.

C. Keterbatasan dan Saran

Kekurangan serta keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Sampel sasaran dalam penelitian ini masih berbentuk kelompok (klaster) yaitu hanya fokus pada masyarakat pulau jawa. Sedangkan masyarakat di luar pulau jawa yang sudah tak asing lagi dengan teknologi dan sudah memiliki pengetahuan tentang ZIS secara umum tidak dimasukkan ke dalam sampel penelitian ini.
2. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian keperilakuan yang masih pada titik utama yaitu niat berperilaku (*intention behavior*). Sehingga, sampel dalam penelitian ini tidak seutuhnya melibatkan masyarakat

pulau jawa yang benar-benar sudah berperilaku dalam membayar ZIS secara digital.

Adapun saran yang disampaikan peneliti adalah:

1. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan menggunakan sampel yang tidak berkluster pada masyarakat pulau jawa dengan jangkauan yang lebih luas diseluruh wilayah Indonesia. Sehingga, hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan di seluruh Indonesia.
2. Jumlah responden dalam penelitian ini masih harus ditingkatkan lagi untuk dapat mencerminkan populasi yang sesungguhnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, Diharapkan juga untuk memperbaiki dan mengembangkan desain model penelitian dengan memasukan lebih banyak variabel atau melibatkan interaksi antar variabel yang ada. Analisis berbasis penelitian semacam ini akan memberikan wawasan lebih dalam terhadap niat masyarakat untuk membayar ZIS secara digital.
4. Untuk BAZNAS, Digital merupakan peluang sekaligus tantangan bagi BAZNAS. BAZNAS telah berhasil menjadi pionir dalam penerapan ZIS secara digital. Hal ini juga diharapkan dapat mendukung peran internal Audit dalam keuangan zakat digital. BAZNAS harus segera menyiapkan fungsi IT (Internal Audit) agar dapat menjalankan perannya secara optimal. Sebaiknya Unit Audit Internal memperhatikan aspek sumber daya manusia seperti hal pelatihan, pendidikan, dan pengalaman auditor mengenai TI.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Qoyum, A. (2022). The Effect of Macroeconomic Indicators on Collection of Zakat, Infaq, and Alms (ZIS): A Case of the National Zakat Amil Agency (BAZNAS) in Java 2013-2020. *Bulletin of Islamic Economics*, 1(1), 51–61. <https://doi.org/10.14421/bie.2022.011-05>
- Abdurrahman, A. F., & Herianingrum, S. (2019). Implementasi Pengelolaan Dana Zakat, Infak, Sedekah (Zis) Pada Rumah Singgah Pasien (Rsp) Lembaga Amil Zakat (Laz) Inisiatif Zakat Indonesia (Izi). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(9), 1909–1923.
- Afandi, M. Y. (2019). Antecedents of Digitizing ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 4(2), 9–25. <https://doi.org/10.22515/jfib.v4i2.4899>
- Afifah, S. (2018). Pengaruh Perilaku Pengambilan Resiko Dan Kelompok Referensi Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Nurul Huda Kabupaten Oku Timur. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 2(2), 111–128. <https://doi.org/10.30599/utility.v2i2.346>
- Agung. (2022). *Daftar 5 Negara Muslim Terbesar di Dunia, Indonesia Nomor Satu*. Katadata.Co.I. <https://katadata.co.id/agung/berita/6298603b1c4ef/daftar-5-negara-muslim-terbesar-di-dunia-indonesia-nomor-satu>
- Agung, A., & Tanamal, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kepuasan, Kualitas Sistem, dan Pemahaman Wajib Pajak Terhadap Minat Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) Dalam Penggunaan E-Filing. *Teknika*, 10(2), 128–136. <https://doi.org/10.34148/teknika.v10i2.368>
- Ahsan, F. M., & Sukmana, R. (2020). Pengumpulan Dan Pengelolaan Zakat, Infaq Dan Shodaqoh (Lazis Muhammadiyah Lamongan). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(12), 2393. <https://doi.org/10.20473/vol6iss201912pp2393-2408>
- Aini, Z. N., Budi, S., Yuli, C., & Hakim, R. (2018). Perilaku Muzakki dalam Membayar Zakat Melalui Transaksi Non-Tunai di Lembaga Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) Surabaya. *IQTISHODIA Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 39–57.
- Ajzen. (1991a). *The Theory of Planned Behavior* (211th ed.).
- Ajzen, I. (1991b). *The theory of planned behaviour, Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2), 179–211.
- Akbarini, Y. F. (2017). Pengaruh Kelompok Referensi, Diferensiasi Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan (Studi Pada

- Konsumen Larissa Aesthetic Center Cabang Ponorogo). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 1–8.
- Alida, F. N. (2021). *Determinan Niat Berperilaku Dan Perilaku Penggunaan Aplikasi Pinjaman Daring. 1*.
- Amrial. (2021). *Adopsi Teknologi Digital untuk Meningkatkan Realisasi Pengumpulan ZIS Nasional*. Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah. <https://knks.go.id/isuutama/32/adopsi-teknologi-digital-untuk-meningkatkan-realisisasi-pengumpulan-zis-nasional>
- Apriyani, N., & Suharti, S. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Manajemen Dewantara*, 1(1), 21–34. <https://doi.org/10.26460/md.v1i1.45>
- Arrosyid, A., & Priyoadmiko, E. (2022). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Dengan Religiusitas Dan Niat Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat. *QURANOMIC: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*, 1(1), 15–37. <https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic/article/view/191/151>
- Asrida, A., Iska, S., & Putriana, V. T. (2019). Implementasi Indonesia Magnifence of Zakat Dalam Pengelolaan Zakat, Infak dan Sedekah di Indonesia. *IJMURHICA: International Journal of Multidisciplinary Research of Higher Education*, 2(2), 129.
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *AL-MUZARA'AH*, 9(1), 21–44. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- Azjen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior Second Edition*. Open University Press.
- Bahri, S., & Listiorini. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan dan Kerahasiaan dan Persepsi Kecepatan Terhadap Minat Wajib Pajak dalam Menggunakan E-Filing pada KPP Pratama Binjai. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 19(2), 159–170. <https://doi.org/10.30596/jrab.v19i2.4680>
- Bangkara, R. P., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi*, 3(16), 2408–2434. <https://doi.org/https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/21551>
- Bara, A. L., & Fariz, M. (2022). Peran Teknologi Digital Dalam Penghimpunan Dana Zis. *Proceeding International Seminar of Islamic ...*, 3(1), 823–827.

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/insis/article/view/9659>

- Baskoro, B. D., & Karmanto, G. D. (2020). Penggunaan Platform Crowdfunding Dalam Menyalurkan Zakat, Infaq, Dan Shadaqah (Zis): Studi Intensi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 95–109. <https://doi.org/10.46918/point.v2i2.748>
- Budiatin, E. A., & Rustiyaningsih, S. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Faktor Sosial, Dan Kondisi Yang Memfasilitasi Terhadap Minat Penggunaan E-Filing Di Kota Madiun. *JRMA | Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 9(2). <https://doi.org/10.33508/jrma.v9i2.1011>
- Bulutoding, Asse, A., Habbe, A. H., & Fattah, S. (2018). The influence of akhlaq to tax compliance behavior, and Niyyah as mediating variable of Moslem taxpayers in Malaysia. *Scirj Journal*, VI(1), 1–9. <https://scholar.google.com>
- Bulutoding, L., Parmitasari, R. D. A., & Suhartono. (2019). Perilaku Kepatuhan Para Wajib Zakat Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Laa Maisyir*, 6(2), 191–210. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/lamaisyir/article/view/11800>
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(1), 1–16. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Ziswaf/article/view/13330>
- Choirin, D. M., Farchatunnisa, H., Rarasocta, A. V., Hartono, N., Gustani, Anggraini, D., Tsabita, K., Siddiq, M. R., Arbi, D. S., Supriyadi, & Pusa. (2022). *Indeks Pemetaan Potensi Zakat Regional Jawa* (Issue June).
- Dahyar, C. P. (2018). Perilaku penggunaan alat pelindung diri pada pekerja pt. X. *Jurnal Promkes*, 6(2), 178–187.
- Fajri, H. M. (2017). *Pengaruh Efikasi Diri, Kelompok Referensi Dan Persepsi Mahasiswa Tentang Profesi Guru Terhadap Minat Menjadi Guru Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Farah, J. M. S., Othman, H. Y., & Omar, M. M. (2017). The Influence of Attitude , Religiosity , and Perception towards Law Enforcement on Intention towards Compliance Behaviour of Income Zakat among KUIN Staff in Kedah. *Malaysia*, 1, 9–31.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedomann Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Badan Penerbit UNDIP.
- Fikri, M. K., & Najib, A. A. (2021). Pengaruh kepercayaan, transparansi dan akuntabilitas terhadap minat dan keputusan muzakki menyalurkan zakat, di (lazisnu) kabupaten banyuwangi. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa)*, 1(2), 106–121.

- Fuad, Z., Nasution, Y. S. J., & Halimatussakdiyah. (2022). Analysis of the Efficiency of the Management of Zakat , Infaq , and Sadaqah Funds at BAZNAS SU. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 12841–12851.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (5th ed.). BP Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Thousand O). Sage.
- Haris, G., Islam, U., Sunan, N., & Yogyakarta, K. (2020). *The Application of Dynamic Zakat Percentage by Yusuf al-Qaradawy on the Professional Zakat in Indonesian BAZNAS Introduction The Indonesia National Zakat Board or Badan Amil Zakat Nasional Indonesia (BAZNAS) was established based on a Presidential Decree. 54(2).*
- Hasan, N., Marselina, A., & Ismail, N. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsi Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E- Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Akuntansi Universitas Flores Ende). *Jurnal Riset Ilmu Akuntansi*, 1(1), 1–11.
- Hasyim, F., & Nurohman, Y. A. (2021). Adopsi Teori Perilaku Berencana Dalam Menganalisis Niat Melakukan Wakaf Tunai. *Jurnal Among Makarti*, 14(1), 78–92.
- Hermawan, H. (2017). Sikap Konsumen Terhadap Belanja Online. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(1), 136. <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i1.6>
- Humairoh, H., Negara, A. K., & Immawati, S. A. (2020). Pertimbangan dan Sikap Milenial terhadap Minat Menggunakan E-Wallet: Pada Masa PSBB Pandemi Covid-19 di Kota Tangerang. *Organum: Jurnal Sainifik Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 64–81. <https://doi.org/10.35138/organum.v3i2.104>
- Idris, I., & Kasmu, A. B. P. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Kepemilikan Kartu Kredit. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(3), 306–332. <https://doi.org/10.31843/jmbi.v4i3.126>
- Ilimi, M., Setyo Liyundira, F., Rachmawati, A., Juliasari, D., & Habsari, P. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436–458. <https://doi.org/10.31967/relasi.v16i2.371>
- Jayanto, P. Y., & Munawaroh, S. (2019). The Influences of Reputation, Financial Statement Transparency, Accountability, Religiosity, and Trust on Interest in

- Paying Zakat of Profession. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 11(1), 59–69.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Andi (ed.); 1st ed.).
- Karnadi, Z., Zulkarnain, & Alwie, A. F. (2018). Pengaruh Persepsi Manfaat , Persepsi Kemudahan ,Sikap, Kontrol Prilaku , Dan Norma Subyektif Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Pada Bank BumN Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(3), 617–631.
- Karnawijaya, N., & Hadiningrum, L. P. (2018). Enhance the Attractiveness of LAZNAS Through a Quality Agricultural Empowerment Program in the Digital Era (Descriptive Analysis on LAZNAS Al-Azhar Indonesia). *International Conference of Zakat*. <https://doi.org/10.37706/iconz.2018.120>
- Karwur, J. M., Sondakh, J. J., & Kalangi, L. (2020). Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Dan Kepercayaan Pada Pemerintah Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Dengan Niat Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada KPP Pratama Manado). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "GOODWILL"*, 11(2), 113–130.
- Kharisma, A. S., & Putri, N. K. (2020). Teori of Planned Behavior Terhadap Intensi Untuk Memberi Infaq Dan Shadaqah Melalui Aplikasi Financial Technology (Go-Pay). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)*, 22. <https://doi.org/10.35961/perada.v3i2.181>
- Kurniawan, A., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Kelompok Refrerensi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon Pada Masyarakat Kabupaten Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1512–1522.
- Lina. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Artificial Intelligence Lily Bank J Trust. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*.
- Lukitoningsih, A., Maharani, B. D., & Islamiyah, R. S. (2015). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Fashion (Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Shopee Di.Kota Yogyakarta). *Syria Studies*, 7(1), 37–72. https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~renyal/Civil_wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625
- M. Faisal. (2019). Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, dan Partisipasi Terhadap Wakaf Tunai Muhammad. *Jurnal Sudi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 235–250.
- Mahmudah, & Rahmatika. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan

Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 419–441.

- Mahmudunnasir, S. (2005). *islam konsepsi dan sejarahnya* (cet. 4). RosdaKarya.
- Mahwadha, W. I. (2019). Behavioral Intention of Young Consumers Towards E-Wallet Adoption: an Empirical Study Among Indonesian Users. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 1(85), 79–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-01.09>
- Mardiantari, A., Ismail, H., Santoso, H., & Muslih, M. (2021). *Peranan Zakat, Infaq Dan Sedekah (ZIS) Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Metro (Studi Pada Lazisnu Kota Metro)*.
- Maulida, S., Amruzi, F. Al, & Hakim, B. R. (2021). Problems and Solutions in Digitalization Zakat: Early Study in South Kalimantan. *5th International Conference of Zakat Proceedings*, 163–188.
- Megasari, I., & Patrikha, F. D. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kelompok Referensi, dan Efikasi Diri Terhadap Keputusan Siswa Memilih SMK PGRI 13 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 03(03), 36–43.
- Melianty., N., Suratno, & Idrus, A. (2019). Pengaruh Iklan Dan Kelompok Referensi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Progam Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Batanghari. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 3(1), 29–44. <https://doi.org/10.30599/utility.v3i1.404>
- MG, N. A., Permata, P., & Aryo, B. (2019). The Impact of Zakat, Infaq, Shodaqoh (ZIS), Unemployment and Poverty on the Economic Growth in Indonesia (2011-2017). *International Conference on Islamic Economics and Business (ICONIES 2018)*, 101(Iconies 2018), 210–214. <https://doi.org/10.2991/iconies-18.2019.40>
- Mihartinah, D., & Coryanata, I. (2019). Pengaruh Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, Dan Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengambil Sertifikasi Chartered Accountant. *Jurnal Akuntansi*, 8(2), 77–88. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.8.2.77-88>
- Mudrikah, S. (2021). Determinan terhadap niat membayar wakaf uang. *El-Buhuth*, 4(1), 13–27.
- Mujahidah, A. S., Akbar, N., Aam, &, & Rusydia, S. (2021). Determinants of Intention to Accelerate Zakat Payment During the Covid-19 Pandemic: Empirical Insights from Muslim Youth Perspectives. *5 Th INTERNATIONAL CONFERENCE OF ZAKAT PROCEEDINGS*, 471–484.

- Mulyanto, A., Sumarsono, S., Niyartama, T. F., & Syaka, A. K. (2020). Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Aplikasi MasjidLink. *Semesta Teknika*, 23(1), 27–38. <https://doi.org/10.18196/st.231253>
- Munawar, A., & Supriatna, N. (2018). Pengaruh Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, II, 14–23. <https://doi.org/10.23969/oikos.v2i1.916>
- Mursyid. (2006). *mekanisme pengumpulan zakat, infak dan shadaqah menurut hukum syara' dan undang-undang*. Magistra Insania Press.
- Nasri, W., & Charfeddine, L. (2012). Factors Affecting The Adoption of Internet Banking in Tunisia: An Integration Theory of Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *The Journal of High Technology Management Research*, 1(23), 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.hitech.2012.03.001>
- Ningsih, I. S. P., & Zaky, A. (2014). Determinan Niat Mahasiswa Memilih Konsentrasi Akuntansi Dan Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1), 1–21.
- Novellno, A. (2022). *Realisasi Pengumpulan Zakat di RI Baru Rp14 T pada 2021*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20220412105424-532-783588/realisasi-pengumpulan-zakat-di-ri-baru-rp14-t-pada-2021>
- Nugraha, D. A. (2020). *Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan kepercayaan terhadap minat individu menggunakan go-pay di kota yogyakarta*.
- Nugroho, A. D., Akbar, M., Andini, E., & Hidayatulloh, A. (2020). Penerapan Technology Acceptance Model Untuk Menjelaskan Niat Pembelian Melalui Aplikasi Go-Food. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.35829/magisma.v1i1.62>
- Nurjamil, & Siti Nurhayati. (2021). Pengelolaan Wakaf Uang Melalui Aplikasi Fintech Pada Koperasi Syariah Di Kota Bandung. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(2), 205–212. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i2.435>
- Nursalimah, S., & Senjiati, I. H. (2021). Analisis Prioritas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Berzakat , Infaq dan Sedekah di Masa Pandemi Covid-19. *Journal Riset Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 47–58.
- Obaid, T., & Aldammagh, Z. (2020). *Memprediksi Adopsi Mobile Banking: Integrasi TAM Dan TPB Dengan Kepercayaan dan Risiko yang Dirasakan*.
- Obaid, T., & Aldammagh, Z. (2021). Predicting Mobile Banking Adoption: An Integration of TAM and TPB With Trust and Perceived Risk. *SSRN*

Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3761669>

- Paat, L. M. M., Moniharapon, S., & Rogi, M. H. (2020). Pengaruh Fasilitas, Word Of Mouth, Kelompok Referensi, Gaya Hidup Sehat Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pemilihan Tempat Berolahraga Pada Generasi Milenial Di Gpi Futsal Dan Sport Center Manado. *Jurnal EMBA*, 8(3), 1566–1577.
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135.
- Pulunggono, G. P. (2019). Pengaruh Atraksi Interpersonal, Kewajiban Moral dan Kontrol Perilaku Terhadap Sikap Ramah Lingkungan. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(4), 519–526. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i4.4826>
- Qolbi, A., & Sukmana, R. (2022). Determinan Niatan Mahasiswa Terhadap Wakaf Tunai Secara Online Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(1), 78. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20221pp78-91>
- Rachmawati, I. K., Bukhori, M., Nuryanti, F., & Hidayatullah, S. (2020). Model Penerimaan Teknologi Kolaborasi , Norma Subjektif , dan Inovasi Pribadi pada Minat Beli Online. *Jurnal Internasional Sains Dan Teknologi Penelitian Inovatif*, 5(11), 115–122.
- Rahmah, F. (2021). Factors Affecting the Society ' s Preference Using Zakat , Infaq and Alms Based Crowdfunding Platform. *Journal.Uinsi.Ac.Id*, 4(1). <http://journal.uinsi.ac.id/index.php/bijis/article/view/4162>
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>
- Ramadhani, R. Y., & Hapsari, M. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membayar Zakat Online Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 401–412. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp401-412>
- Risky, F. (2021). *Realisasi Baru 21,7 Persen, Wapres: Implementasi Zakat 2021 Perlu Ditingkatkan*. Izx Channel. <https://www.idxchannel.com/syariah/realisasi-baru-217-persen-wapres-implementasi-zakat-2021-perlu-ditingkatkan>
- Riyaldi, M. H., & Farah Maulida Sari. (2018). Analysis of The Determinant of Productive Zakat, Infaq and Shodaqah Recepients ' Welfare in Baitul Mal

Aceh. *International Conference of Zakat 2018 Proceedings*.

- Rizanata, M. F. (2014). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Word of Mouth, Niat Beli Dan Retensi Pelanggan Gerai Indomaret Di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 31–42.
- Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan berdonasi, dan efektifitas penyaluran Menggunakan fintech crowdfunding terhadap minat membayar zakat, infaq, shadaqoh. *KASABA: JURNAL EKONOMI ISLAM*, 1.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i3.163>
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 92–102. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Salisa, N. R., Aeni, I. N., & Chamid, A. A. (2019). Analisis Faktor-faktor Penerimaan Penggunaan Sistem Keuangan Desa: Pendekatan TAM dan TPB. *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 34–53. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i1.829>
- Salma, S. H. S. (2021). Pengaruh Persepsi Aparatur Sipil Negara Sekretaris Daerah Kabupaten Bandung Barat terhadap Minat Membayar Zakat Profesi. *Journal Riset Ekonomi Syariah*, 1(2), 104–111.
- Salsabila, A., Sya'ban, M., & Maharani, R. (2021). Pengaruh Motivasi, Pemahaman, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Persepsian Terhadap Niat Mahasiswa Akuntansi Untuk Mengikuti Sertifikasi Akuntan Profesional Chartered Accountant (Ca). *Jurnal Sustainable*, 01(1), 84–103.
- Samudra, T. B., Maslichah, & Sudaryanti, D. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Dan Kontrol Keperilakuan Yang Dipersepsikan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Di Kota Batu. *E-Jra*, 08(03), 12–28.
- Santi, N., Hamzah, A., & Rahmawati, T. (2017). Pengaruh Efikasi Diri , Norma Subjektif , Sikap Berperilaku , dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 63–74.
- Saputro, E. G., & Sidiq, S. (2020). The Role of Zakat, Infaq and Shadaqah (ZIS) in Reducing Poverty in Aceh Province. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 3(3), 63–94. <https://doi.org/10.18196/ijief.3234>

- Sari, D. N. P., & Astutiningsih, S. E. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha, Popularitas Merek, Variasi Produk, Kepercayaan, Gaya Hidup terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Aliyah Scraf Tulungagung melalui Budaya. *Sang Pencerah: Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, 363–384.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach Seventh Edition*. John Wiley & Sons.
- Setyowati, D., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh sensitivitas etis, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat mengungkapkan kecurangan.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan Nonlinier dalam penelitian sosial dan Bisnis. *andi*.
- Sianadewi, J. H., Widyarini, L. A., & Wibowo, W. (2017). Pengaruh Perceived Social Presence, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Attitude Towards Online Shopping terhadap Niat Beli pada Jakarta Notebook.Com. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 2(6), 104–115. <https://doi.org/http://journal.wima.ac.id/index.php/KAMMA/article/view/1778/1626>
- Sucianti, I. (2017). Pengaruh Pemahaman, Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku persepsian Terhadap Niat Mahasiswa Untuk Mengambil Sertifikasi Akuntan CA, ACCA dan CPA. 149.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukesih, S., Usman, U., Budi, S., & Sari, D. N. A. (2020). Pengetahuan Dan Sikap Mahasiswa Kesehatan Tentang Pencegahan Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Keperawatan Dan Kebidanan*, 11(2), 258. <https://doi.org/10.26751/jikk.v11i2.835>
- Sulaeman, Majid, R., & Widiastuti, T. (2021). The Impact of Zakat on Socio-Economic Welfare before COVID-19 Pandemic in Indonesia: A Quantitative Study. *International Journal of Zakat*, 6(2), 75–90. <https://doi.org/https://doi.org/10.37706/ijaz.v6i2.301>
- Suyadi, N., Museliza, V., & Nurani, R. (2022). Interest In Paying Zakat Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kampar Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1672–1683.
- Trisliatanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian (Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah)*. CV. Andi Offset.
- Tyas, E. I., & Darma, E. S. (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan

Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 1(1), 25–35. <https://doi.org/10.18196/rab.010103>

- Ulum, R. F., & Cahyono, E. F. (2020). Evaluasi Persepsi Muzakki Tenaga Kependidikan Universitas Airlangga Tentang Keimanan, Pendapatan, Kepercayaan Dan Citra Lembaga Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(10), 1961. <https://doi.org/10.20473/vol7iss202010pp1961-1976>
- Uqdi, A. N., Rachmi, A., Niaga, A., & Malang, P. N. (2018). Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Pemutar Musik Online Spotify. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(1), 177–181.
- Utami, A. R. H. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, kegunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan e-commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79–93.
- Utami, P., Suryanto, T., Nesor, M., & Ghofur, R. A. (2020). The Effect Digitalization Zakat Payment Against Potential of Zakat Acceptance in National Amil Zakat Agency. *IQTISHADIA*, 13(2), 216–239.
- Utomo, I. C., Rokhmah, S., Muqorobin, M., & Muslihah, I. (2020). Web Based Distribution of Zakat, Infaq, and shodaqoh (Case Study Of Surakarta City Region). *International Journal of Computer and Information System (IJCIS)*, 1(1), 16–21. <https://doi.org/10.29040/ijcis.v1i1.4>
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bni Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(1), 88–96. <https://doi.org/10.22487/jimut.v6i1.175>
- Wiyono, & Gendro. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat analisis SPSS dan Smart PLS 2.0* ((Pertama)). STIM YKPN.
- Yuniar, V. P., & Asiati, D. I. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Dengan Kepercayaan Dan Pengetahuan Sebagai Variabel Intervening Di Lembaga Amil Zakat Infaq Dan Shadaqahmuhamadiyah (Lazismu) Sumatera Selatan. *Prima Ekonomika*, 13(1), 28–40.
- Zulkefli, Z., Ahmad, N., Haji Alias, M., Abdul Rahman, A., Mohd Orip, N. M., Ibrahim, P., Abu-Hussin, M. F., Abdul Shukor, S., Johari, F., Abd Wahab, K., & Kefeli. (2019). Trust on awqaf institutions: evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 511–524. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2017-0054>