

**PERSEPSI PEMBAYARAN ZAKAT INFAK DAN SEDEKAH
MENGGUNAKAN QRIS DENGAN IDENTITAS SOSIAL SEBAGAI
PEMODERASI**

(Studi Pada Anggota dan Korps Alumni FoSSEI Nasional 2022-2023)



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



**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
OLEH:
MURSYID AL FADHIL
NIM: 21208011008
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**

**PERSEPSI PEMBAYARAN ZAKAT INFAK DAN SEDEKAH
MENGGUNAKAN QRIS DENGAN IDENTITAS SOSIAL SEBAGAI
PEMODERASI**
(Studi Pada Anggota dan Korps Alumni FoSSEI Nasional 2022-2023)



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

OLEH:

**MURSYID AL FADHIL
NIM: 21208011008**

PEMBIMBING:

**Dr. Mukhamad Yazid Affandi, M.Ag
NIP. 19720913 200312 1 001**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**



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-618/Un.02/DEB/PP.00.9/04/2023

Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI PEMBAYARAN ZAKAT INFAK DAN SEDEKAH MENGGUNAKAN QRIS DENGAN IDENTITAS SOSIAL SEBAGAI PEMODERASI (Studi Pada Anggota dan Korps Alumni Fossei Nasional 2022-2023)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MURSYID AL FADHIL, S.E
Nomor Induk Mahasiswa : 21208011008
Telah diujikan pada : Jumat, 31 Maret 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 64339ff9af672



Pengaji I

Dr. Darmawan, SPd.,MAB
SIGNED

Valid ID: 6433be4faf602



Pengaji II

Dr. Miftakhlul Choiri, S.Sos.I., M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 642e4ecfeb4bf



Yogyakarta, 31 Maret 2023

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdaawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6434b6cc3ea73

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal: Tesis Saudara Mursyid Al Fadhl

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Tesis saudara:

Nama : Mursyid Al Fadhl
NIM : 21208011008
Judul Tesis : Persepsi Pembayaran Zakat Infak dan Sedekah Menggunakan QRIS Dengan Identitas Sosial Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Anggota dan Korps Alumni FoSSEI Nasional 2022-2023)

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 dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 17 maret 2023
Pembimbing,



Dr. Mukhammad Yazid Affandi, M.Ag
NIP. 19720913 200312 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mursyid Al Fadhil
NIM : 21208011008
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Kosan Muslim Putra, No. 666E, Gang Sawit, Caturtunggal,
Kec. Depok, Daerah Istimewa Yogyakarta, 555221

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul "**Persepsi Pembayaran Zakat Infak dan Sedekah Menggunakan QRIS Dengan Identitas Sosial Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Anggota dan Korps Alumni FoSSEI Nasional 2022-2023)**" adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam *bodynote* atau 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 dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 16 Maret 2023

Penulis

Mursyid Al Fadhil
NIM. 21208011008

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mursyid Al Fadhil
NIM : 21208011008
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Departemen : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
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-Ekclusive royalty*):

“Persepsi Pembayaran Zakat Infak dan Sedekah Menggunakan QRIS Dengan Identitas Sosial Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Anggota dan Korps Alumni FoSSEI Nasional 2022-2023)”

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan Tesis ke dalam Jurnal yang tersertifikasi 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 surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 18 Maret 2023

Penulis

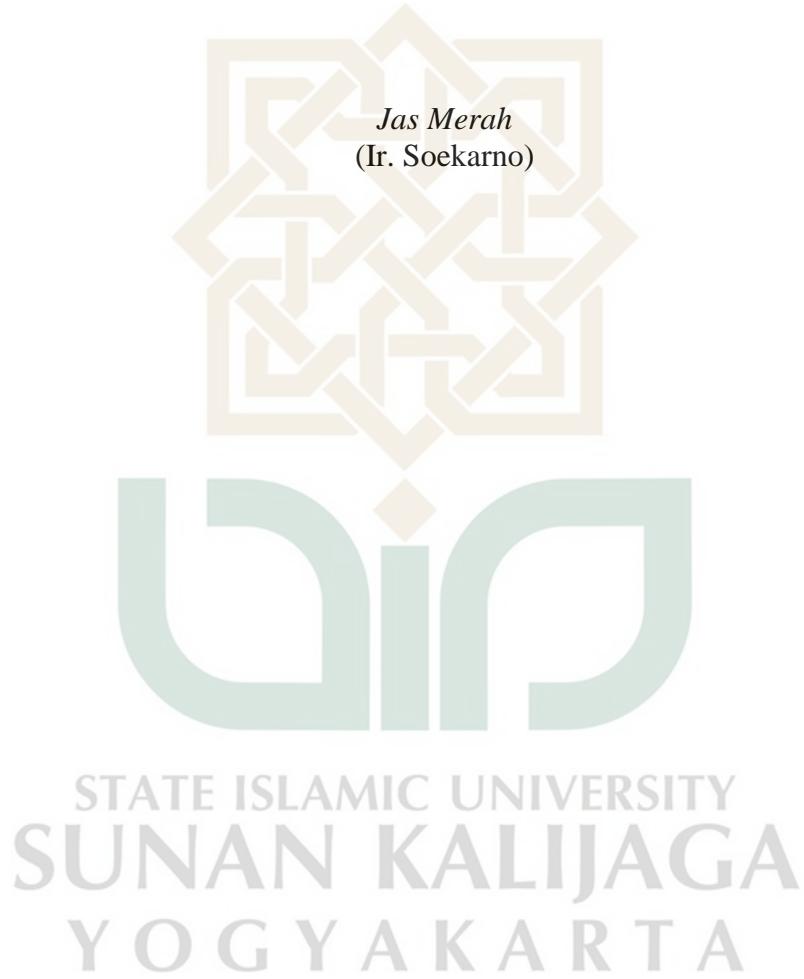


Mursyid Al Fadhil

NIM. 21208011008

MOTTO

Dan tolong-menolong lah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (QS Al-Maidah: 5: 2).



PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT
Karya ini saya persembahkan untuk:

yang aku sayangi kedua orangtuaku, ayahku Rambang dan ibuku Soniyati yang telah membekalkanku, mendidikku dan selalu memberikan semangat dan motivasi sehingga anakmu bisa sampai di tahap ini.

Adik-adiku tercinta adiku Annurrafiq Al Hariz dan Faiz Azriel Al Arkhan yang aku cintai, selalu memotivasi serta memberikan keceriaan dalam keluarga semoga Allah SWT selalu melimpahkan kebahagiaan kepada kalian Amin.

Almamater

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis 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
س	Śā'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ه	Hā'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Źāl	Ź	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zāi	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	es dan ye

ص	Şād	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Đād	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ŧā'	ŧ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	ڙ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik di atas
خ	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
ءـ	Hamzah	'	Apostrof
يـ	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة عذة	ditulis ditulis	<i>Muta 'addidah</i> <i>'iddah</i>
---------------	--------------------	---------------------------------------

C. Konsonan Tunggal

Semua *tā' marbūtah* 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.

حَكْمَةٌ	ditulis	<i>Hikmah</i>
عَلَةٌ	ditulis	<i>'illah</i>
كَرَامَةُ الْأُولِيَاءِ	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

—	Fathah	ditulis	A
— —	Kasrah	ditulis	I
— ’	Dammah	ditulis	u

فَعْلٌ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكْرٌ	Kasrah	ditulis	<i>żukira</i>
يَذْهَبٌ	Dammah	ditulis	<i>yażhabu</i>

E. Vokal Panjang

a. fathah + alif جَاهْلِيَّةٌ	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>	Ā
b. fathah + yā' mati تَنْسِي	ditulis		ā
c. Kasrah + yā' mati كَرِيمٌ	ditulis		ī

d. ڏammah + wāwu mati فروض	ditulis ditulis	U <i>furūd</i>
--------------------------------------	--------------------	--------------------------

F. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati بینکم	ditulis ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati قول	ditulis ditulis	<i>au</i> <i>qaул</i>

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

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أُدْعَتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

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

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

- b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى القروض	ditulis	<i>żawi al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil 'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan berbagai nikmat; nikmat Islam, iman, dan ihsan serta karunia, rahmat dan kemudahan dalam penulisan Tesis ini. Shalawat serta salam semoga selalu tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw. yang kita nantikan syafa'atnya di hari akhir nanti.

Penyelesaian Tesis dengan judul “**Persepsi Pembayaran Zakat Infak dan Sedekah Menggunakan QRIS Dengan Identitas Sosial Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Anggota dan Korps Alumni Fossei Nasional 2022-2023)**” disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Magister Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menyadari penyelesaian Tesis ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. Selaku Ketua Prodi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Mukhammad Yazid Affandi, M.Ag selaku dosen pembimbing tesis yang telah dengan sabar membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran serta memberikan motivasi yang sangat berharga kepada penulis selama penyusunan Tesis ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
6. Seluruh pegawai dan staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

7. Kepada seluruh responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner penelitian ini sehingga saya dapat menyelesaikan Tesis ini.
8. Kepada kedua orang tuaku yang telah mendukung dan menjadi penasihat terbaik dalam setiap perjalananku. Segala doa, kasih sayang dan keikhlasannya semoga senantiasa menjadi pahala yang tiada terputus di sisi Allah Swt.
9. Adinda Teguh Romadiyanti, yang senantiasa menjadi teman diskusi selama ini. dia yang selalu punya jawab atas banyak pertanyaan memburu.
10. Teman-teman dan kerabat dari MES FEBI 2021

Semoga Allah Swt. membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat penulis hargai. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat. Aamiin.

Yogyakarta, 18 Maret 2023

Hormat Saya,



Mursyid Al Fadhl

Mursyid Al Fadhl
NIM. 21208011008

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xxii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Penelitian	12

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....	14
1. <i>Unified Theory of Acceptance of Technology 2 (UTAUT2)</i>	14
2. Perilaku Konsumen	20
3. Penghimpunan zakat, Infak dan Sedekah menggunakan QRIS (<i>Quick Response Code Indonesian Standard</i>)	23
4. Identitas Sosial (<i>Social Identity</i>)	27
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Hipotesis Penelitian	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Setting Penelitian	45
B. Desain Penelitian	45
C. Jenis dan Sumber Data	46
D. Populasi dan Sampel	47
E. Variabel Penelitian dan Definisi operasional Variabel	49
F. Instrumen Penelitian	52
G. Teknik Analisis Data	59
1. Analisis Deskriptif	60

2. Analisis Inferensial	60
-------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif	67
1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	68
2. Karakteristik Responden berdasarkan Asal Regional	69
3. Karakteristik Responden berdasarkan Posisi dalam Organisasi	71
4. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	72
5. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	73
6. Karakteristik Responden berdasarkan Pengalaman MenggunakanTeknologi QRIS	74
7. Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Menggunakan Teknologi QRIS	75
8. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Aplikasi yang Digunakan untuk mengakses QRIS	77
9. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Aplikasi yang Digunakan untuk mengakses QRIS Tiga Bulan Terakhir	78
B. Diagram Jalur	80
C. Evaluasi Model	81
1. Outer Model (Evaluasi Model Pengukuran)	82
2. Inner Model (Evaluasi Model Struktural)	91
D. Pembahasan Hasil Penelitian	101
1. (H1) Ekspektasi Kinerja (<i>performance expectancy</i>) berpengaruh positif terhadap niat perilaku anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah.	102
2. (H2) Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>) berpengaruh positif terhadap niat perilaku anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	104
3. (H3 A) Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>) berpengaruh positif terhadap niat perilaku anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	106
(H3 B) Identitas sosial memperkuat pengaruh sosial terhadap niat perilaku anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	108
4. (H4) Kondisi yang memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>) berpengaruh positif terhadap niat perilaku anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	111
5. (H5) Kondisi yang memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>) berpengaruh positif terhadap perilaku menggunakan (<i>use behavior</i>) anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	113
6. (H6) Motivasi hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>) berpengaruh positif terhadap niat perilaku anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	115

7. (H7 A) Nilai harga (<i>price value</i>) berpengaruh positif terhadap niat perilaku anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	118
(H7 B) Identitas sosial memperkuat pengaruh nilai harga terhadap niat perilaku anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	120
8. (H8 A) Kebiasaan (<i>habit</i>) berpengaruh positif terhadap niat perilaku anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	121
(H8 B) Identitas sosial memperkuat kebiasaan (<i>habit</i>) terhadap niat perilaku anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	123
9. (H9 A) Kebiasaan (<i>habit</i>) berpengaruh positif terhadap perilaku menggunakan anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	124
(H9 B) Identitas sosial memperkuat kebiasaan (<i>habit</i>) terhadap persepsi anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	126
10. (H10 A) Niat perilaku (<i>Behavioral intention</i>) berpengaruh positif terhadap perilaku menggunakan anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	127
(H10 B) Identitas sosial memperkuat niat perilaku (<i>Behavioral intention</i>) terhadap perilaku menggunakan anggota dan Ka FoSSEI menggunakan QRIS untuk membayar zakat infak dan sedekah	129
E. Temuan Variabel Identitas Sosial Sebagai Pemoderasi Niat dan Perilaku menggunakan QRIS Untuk Membayar Zakat, Infak dan Sedekah	130
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	135
B. Implikasi Penelitian	137
C. Desain Koseptual Optimalisasi Penghimpunan Zakat	139
D. Keterbatasan Penelitian	140
DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN	153

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	50
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	54
Tabel 3.3 Evaluasi model pengukuran (<i>outer model</i>)	62
Tabel 3.4 Evaluasi Model Struktural (<i>inner model</i>).....	64
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Asal Regional.....	69
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Posisi Dalam Organisasi	71
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pendapatan	73
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan QRIS	74
Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan QRIS	75
Tabel 4.8 Data Responden Berdasarkan Jenis Aplikasi Yang Digunakan Untuk Mengakses QRIS	77
Tabel 4.9 Data Responden Berdasarkan Jenis Aplikasi Yang Digunakan Untuk Mengakses QRIS Tiga Bulan Terakhir	78
Tabel 4.10 <i>Loading Factor</i> Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectation</i>)	83
Tabel 4.11 Loading Factor Ekspektasi Usaha (Effort Expectation)	83
Tabel 4.12 <i>Loading Factor</i> Pengaruh Sosial (<i>Social Influence</i>)	84
Tabel 4.13 <i>Loading Factor</i> Kondisi Yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>).....	84
Tabel 4.14 <i>Loading Factor</i> Nilai Harga (<i>Price Value</i>)	85
Tabel 4.15 <i>Loading Factor</i> Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>)	85
Tabel 4.16 <i>Loading Factor</i> Kebiasaan (<i>Habit</i>)	86
Tabel 4.17 <i>Loading Factor</i> Niat Perilaku (Behavioral Intention)	86
Tabel 4.18 <i>Loading Factor</i> Perilaku menggunakan (<i>Use Behavior</i>)	87
Tabel 4.19 <i>Loading Factor</i> Identitas Sosial (<i>Social identity</i>)	87
Tabel 4.20 Nilai Convergent Validity Dilihat dari Nilai <i>Loading Factors</i> dan AVE	88
Tabel 4.21 Nilai Diskriminan Validitas (<i>Discriminant Validity</i>) dengan Akar AVE	89
Tabel 4.22 Uji Reliabilitas Dilihat dari <i>Composite Reliability</i> dan Cronbach's Alpha	90
Tabel 4.23 Statistik <i>Goodness of Fit</i> Dilihat Dari <i>R square</i> dan <i>R square adjusted</i>	93
Tabel 4.24 Tabel Koefisien Jalur	94
Tabel 4.25 Tabel Koefisien Jalur Variabel Moderasi	96
Tabel 4.26 Simpulan Hipotesis Penelitian	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah transaksi uang elektronik (2016 - Okt 2020)	2
Gambar 2.1 Model UTAUT	16
Gambar 2.2 Model UTAUT 2	17
Gambar 2.3 Model UTAUT 2 dengan Identitas Sosial	37
Gambar 4.1 Diagram Jalur Antar Variabel	81
Gambar 4.2 Diagram Jalur Hubungan Kausalitas Antar Variabel	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	153
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	154
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden	161
Lampiran 4 Tabulasi Data Jawaban Kuesioner Responden	191
Lampiran 5 Hasil Pengujian Olah Data	210
Lampiran 6 Daftar riwayat Hidup	218



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini guna menganalisis dan meramalkan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap niat perilaku dan perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS pada anggota dan korps alumni Forum Silaturahmi Studi Ekonomi Islam (FoSSEI) nasional tahun 2022-2023. UTAUT 2 dijadikan model guna menganalisis data penelitian. Pengembangan dilakukan dengan mengintegrasikan identitas sosial sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan koresponden sebanyak 294 individu. FoSSEI dipilih menjadi subjek penelitian didasarkan pada peran ormawa yang memfokuskan diri pada pengembangan ekonomi Islam dengan sebaran jaringan universitas di Indonesia. *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.0 digunakan guna menganalisis ini.

Penelitian ini menemukan jika ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, nilai harga, kebiasaan memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Sedangkan, ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi dan motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh terhadap niat perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Untuk pengaruh secara langsung terhadap perilaku menggunakan diketahui bahwa niat perilaku dan kebiasaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Sedangkan kondisi yang memfasilitasi ditemukan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku menggunakan QRIS. Diketahui jika Identitas sosial mampu memperkuat pengaruh niat perilaku dan kebiasaan terhadap niat perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Sedangkan, identitas sosial ditemukan tidak mampu memperkuat pengaruh sosial dan nilai harga terhadap niat perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS.

Implikasi teoritis penelitian ini adalah memberikan masukan baru terkait pengembangan variabel perilaku konsumen secara umum dan secara spesifik terkait adopsi teknologi informasi QRIS untuk pembayaran zakat, infak dan sedekah. Implikasi kebijakan penelitian ini adalah dijadikan acuan para pemangku kebijakan seperti lembaga pengelola ZIS dan pemerintah untuk dapat menyusun kebijakan terkait yang dapat mengoptimalkan penghimpunan ZIS. Secara praktis juga penelitian ini menawarkan fitur baru yang bisa dijadikan alternatif dalam penggunaan model UTAUT 2 dikemudian hari.

Kata Kunci: UTAUT2, Identitas Sosial, QRIS, ZIS

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze and predict the factors that influence the intention and behavior of using QRIS to pay ZIS among members and alumni of the national Forum for Islamic Economics Study (FoSSEI) in 2022-2023. UTAUT 2 is used as the model to analyze the research data. Development is carried out by integrating social identity as a moderation variable.

This study uses 294 respondents. FoSSEI was chosen as the research subject based on the role of the organization in focusing on the development of Islamic economics with a network of universities in Indonesia. Structural Equation Model (SEM) with the help of SmartPLS 3.0 is used to analyze this.

This study found that performance expectation, social influence, price value, and habit have a significant influence on the intention to use QRIS to pay ZIS. On the other hand, effort expectancy, facilitating conditions, and hedonic motivation do not have an influence on the intention to use QRIS to pay ZIS. For the direct effect on behavior, it is known that intention and habit have a positive and significant influence on using QRIS to pay ZIS. Meanwhile, facilitating conditions are found to have no influence on using QRIS. It is known that social identity can strengthen the influence of intention and habit on the intention to use QRIS to pay ZIS. Meanwhile, social identity is found to be unable to strengthen the influence of social influence and price value on the intention to use QRIS to pay ZIS.

The theoretical implications of this research provide new insights related to the development of consumer behavior variables in general and specifically related to the adoption of QRIS information technology for ZIS payments. The policy implications of this research are to be used as a reference for policymakers such as ZIS management institutions and the government to develop policies that can optimize the collection of ZIS. Practically, this research offers new features that can be used as an alternative in using the UTAUT 2 model in the future.

Keywords: UTAUT2, Social Identity, QRIS, ZIS

BAB I

PENDAHULUAN

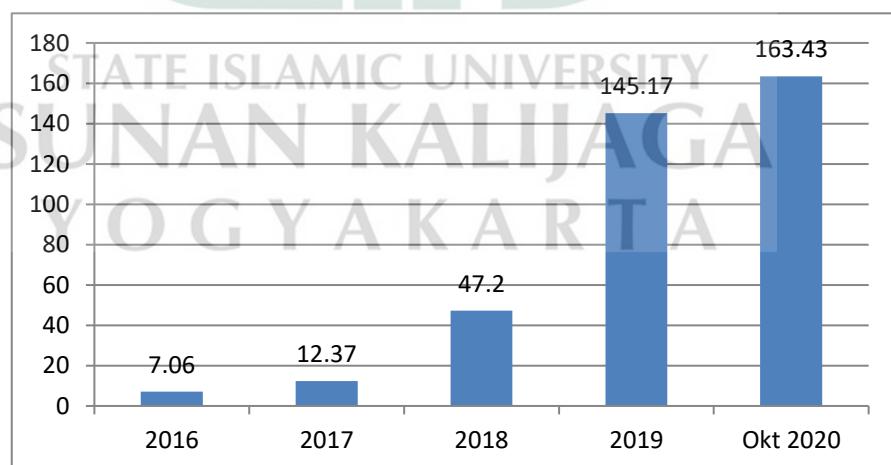
A. Latar Belakang Masalah

Adopsi terhadap inovasi teknologi diberbagai bidang menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan manusia, baik industri, sektor publik dan bidang lainnya. Maka, menjadi penting bagi kita untuk memahami elemen-elemen yang memengaruhi individu untuk mengadopsi sebuah teknologi. (Billanes & Enevoldsen, 2021). Dengan kemajuan teknologi saat ini, mesin telah mampu menggantikan peran manusia, baik pada pekerjaan fisik maupun dalam bidang yang membutuhkan kemampuan tinggi dengan pengetahuan luas atau harus melalui pelatihan spesifik (Weingarten *et al.*, 2020). Bresnahan (2010) melalui penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan teknologi memiliki hubungan yang erat dengan efektifitas dan efisiensi perekonomian.

Dalam bidang perekonomian pemanfaatan serta adopsi teknologi dilakukan dengan penggunaan teknologi keuangan atau yang dikenal dengan *financial technology*. Beberapa permasalahan dibidang keuangan dapat diselesaikan oleh *fintech* secara efektif dan efisien (Alt *et al.*, 2018). *Fintech* sendiri merupakan inovasi teknologi keuangan yang menawarkan berbagai keuntungan (*Financial stability board*, 2020). Efisiensi pelayanan keuangan dimungkinkan dalam penerapan *fintech* (Alshater & Othman, 2020). *Fintech* dalam perkembangannya telah menjangkau keuangan syariah, tadinya hanya digunakan dalam sistem keuangan konvensional (Nafis *et al.*, 2019). Dalam penelitiannya Alshater *et al.*, (2022) menemukan dalam rangka pembangunan

perekonomian yang berkelanjutan, pencarian solusi terhadap kemungkinan krisis keuangan, dan upaya inklusi keuangan implementasi *fintech* menjadi salah satu yang bisa dipertimbangkan. Syahril dan Rikumahu (2019) mengungkapkan bahwa perkembangan teknologi keuangan di dalam ekonomi telah menggeser pembayaran tunai ke pembayaran non-tunai yang didukung oleh besarnya jumlah pengguna gawai. Menurut Statista, sebuah *platform online* yang berspesialisasi dalam data pasar dan konsumen, melaporkan terdapat 5,6 miliar pengguna gawai diseluruh dunia pada tahun 2019. Adopsi gawai yang meluas ini mendorong orang-orang diseluruh dunia untuk beralih kepada transaksi non-tunai (Chris, 2021).

Bank Indonesia (2021) merilis nilai transaksi *e-money* di Indonesia dari 2016 hingga Oktober 2020 tumbuh mencapai 478,7%. Peningkatan nilai transaksi elektronik dari Januari hingga Oktober 2020 sebesar IDR 163,43 triliun.



Gambar 1. Jumlah transaksi uang elektronik (2016 - Okt 2020)

Sumber: Bank Indonesia, 2020

Grafik pada gambar satu menunjukkan adanya tren peningkatan yang signifikan transaksi pada e-money setiap tahunnya. Gerakan masyarakat untuk beralih ke transaksi non tunai "*cashless society*" yang didorong pemerintah melalui Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 dan Nomor 16/8/PBI/2014 menjadi salah satu faktor pendorong selain faktor-faktor lainnya. Transaksi digital semakin populer karena faktor kemudahan dan keamanan yang terjamin (Hadi & Novi, 2015). Contoh dari implementasi kebijakan tersebut adalah pengembangan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) yang diresmikan pada tanggal 17 Agustus 2019. QRIS yang menggunakan teknologi berbasis kode QR, kode tersebut adalah variasi dari kode matriks yang memudahkan transmisi antar data (Bernhard, 2003; Chen *et al.*, 2019; Hung *et al.*, 2020). Teknologi kode QR ini memungkinkan orang untuk melakukan transaksi hanya dengan menggunakan perangkat pribadi mereka yang terhubung ke internet (Chris, 2021).

Penelitian Yan *et al.* (2021) menemukan jika penggunaan kode QR dipengaruhi oleh kemudahan, keuntungan yang ditawarkan pada *user*. Kemudahan dalam penggunaan kode QR juga menjadi salah satu keuntungan yang sangat dihargai oleh pengguna karena dapat menghemat waktu ketika melakukan pembayaran dan memungkinkan mereka untuk melakukan kegiatan lainnya tanpa perlu menunggu antrean. Selain itu, Risma dan Sri (2021) menemukan harapan performa, kondisi infrastruktur yang memadai juga berperan besar terhadap niat menggunakan QRIS. Saputri (2020) menambahkan bahwa faktor persepsi secara keseluruhan juga berpengaruh

terhadap preferensi pengguna untuk menggunakan QRIS. Fleksibilitas QRIS dalam memfasilitasi pembayaran digital semakin memudahkan masyarakat bermigrasi ke transaksi digital (Mardiyono *et al.*, 2021). Atas dasar keunggulan tersebut, QRIS juga menarik perhatian untuk kemudian diadopsi dalam konteks pengumpulan dana ZIS oleh LAZIS dan organisasi sejenis lainnya.

Uang elektronik sebagai alat pembayaran diizinkan dengan ketentuan yang berlaku, ini merujuk pada Fatwa DSN MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah. Adanya QRIS saat ini memungkinkan muzaki dan donatur bisa membayar ZIS dari mana saja selama memiliki gawai yang terkoneksi dengan internet. Pusat Kajian Strategis BAZNAS (2022) mencatat adanya perubahan cara berdonasi sejak pandemi Covid-19, terjadi peningkatan 9% cara berdonasi secara digital dan 10% secara konvensional di semua kelompok umur. Sumardi *et al.* (2022) menunjukkan mahasiswa (diasumsikan generasi Z dan millennial) cenderung memanfaatkan *fintech* secara berkelanjutan karena merasa mendapat manfaat dari transaksi yang tanpa batas. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, diketahui paling menerima munculnya teknologi kecerdasan buatan dan semua risikonya (Monica & Jingjing, 2018; Stolzenberg *et al.*, 2020).

Organisasi pengelola zakat dapat memanfaatkan bonus demografi penduduk dengan melakukan sinergi antara zakat, infak dan sedekah dengan cara digitalisasi dalam menghimpun dana ZIS. Sebuah laporan dari *Charities Aid Foundation* (2021) melaporkan jika Indonesia adalah negara paling dermawan di dunia Hal ini tentu merupakan kabar baik dan menjadi modal

mengingat penghimpunan dana ZIS di Indonesia belum optimal. Terjadi ketimpangan antara perolehan dan keseluruhan potensi yang ada, dimana data menunjukan ZIS yang dikumpulkan oleh organisasi pengelola tahun 2021 sebesar Rp12,4 triliun, atau hanya sekitar 3,9% dari potensinya Rp327,6 triliun (Pusat Kajian Strategis BAZNAS, 2022).

Pemanfaatan teknologi dalam penghimpunan dana ZIS menggunakan transaksi digital berkaitan dengan infrastruktur teknologi informasi dan sumber daya manusia yang tersedia. Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya oleh Billanes dan Enevoldsen (2021) penting untuk memahami penyebab individu dalam menerima dan mengadopsi teknologi. Maka diperlukan analisis yang komprehensif terkait efektifitas QRIS untuk penghimpunan dana ZIS. Guna menguji apakah teknologi QRIS dalam peranannya sebagai metode dalam penghimpunan ZIS, dilakukanlah studi ini menggunakan model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2). Model UTAUT2 merupakan pengembangan teori perilaku konsumen terkait adopsi dan penerimaan teknologi sebelumnya dan mengintegrasikan karakteristik terbaik dari delapan teori yang telah dijelaskan sebelumnya. Tujuan dari UTAUT2 adalah untuk meramalkan dan mengetahui besaran niat terhadap adopsi teknologi dari sisi konsumen. (Venkatesh & Davis, 2000).

Dalam pembayaran zakat, infak dan sedekah dengan QRIS, persepsi individu yang positif terhadap penggunaan teknologi tersebut memiliki peranan yang penting karena akan mempengaruhi niat dan minat dalam mengadopsi teknologi tersebut. Persepsi positif dapat terbentuk apabila individu merasa

bawa QRIS memberikan manfaat yang signifikan, mudah digunakan, memiliki infrastruktur pendukung yang memadai, didukung oleh lingkungan sosial yang positif, memberikan kepuasan, terlihat lebih menguntungkan dari pada biaya yang dikeluarkan, dan diharapkan dapat menjadi sebuah kebiasaan.

Tujuan studi ini adalah untuk memeriksa pengaruh teori identitas sosial sebagai pemoderasi pada hubungan antara persepsi, niat, dan perilaku dalam penggunaan QRIS untuk membayar ZIS. Sebelumnya, He et al. (2012) menemukan identitas sosial mempengaruhi motif perilaku konsumen, termasuk ekspresi diri, peningkatan diri, dan loyalitas merek. Beranjak dari perhatian konsumen terhadap merek, penelitian terbaru menemukan pengaruh etnosentrisme konsumen menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen (Ivanova *et al.*, 2022). Etnosentrisme adalah kecenderungan konsumen untuk membeli atau memilih barang buatan lokal daripada produk luar negeri berdasarkan nilai sosial dan standar budaya sendiri (Terence A. Shimp & Sharma, 1987). Etnosentrisme pada mulanya merupakan konsep sosiologis, dan menunjukkan hubungan antara kelompok yang menjadi milik individu (*in-group*) dan kelompok (*out-group*) yang bukan milik individu (Ruyter *et al.*, 1998). Kelompok disini tidak terbatas pada segregasi sosial atau rasial tetapi juga bisa menjadi organisasi lain seperti jenis kelamin, etnis, agama, preferensi musik, maupun gaya berpakaian (Hornstein, 1972; Levine *et al.*, 2005; Stürmer *et al.*, 2006; He *et al.*, 2009).

Identitas sosial menjadi konteks yang akan dianalisis pada anggota organisasi yang bergelut dalam ekonomi Islam yaitu Forum Silaturahmi Studi

Ekonomi Islam (FoSSEI). Merujuk pada kanal resminya, terdapat sekitar 17.000 lebih kader FoSSEI yang mencakup 196 KSEI di 15 Regional di Indonesia. Beberapa kegiatan FoSSEI yang dilakukan meliputi peningkatan dan pengembangan literasi di dalam internal FoSSEI dengan melakukan temu ilmiah yang dilakukan di setiap regional dan tingkat nasional serta melakukan kampanye dan sosialisasi berskala nasional terkait ekonomi Islam. Sebagai salah satu organisasi terbesar yang mewadahi mahasiswa ekonomi islam, FoSSEI memiliki latar belakang anggota yang heterogen yang tersebar diseluruh regional. keberagaman yang ada menjadikan kader FoSSEI meskipun tergabung dalam satu organisasi yang sama tidak menutup kemungkinan memiliki preferensi yang berbeda terkait adopsi sebuah teknologi.

Dalam konteks FoSSEI, analisis tentang etnosentrisme konsumen dapat dihubungkan dengan upaya FoSSEI dalam mengkampanyekan ekonomi Islam pada skala nasional. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, etnosentrisme mendorong individu untuk memilih produk yang sesuai dengan kelompok mereka. Dengan pemahaman yang tinggi terkait ekonomi islam sebagai akibat menjadi anggota FoSSEI, dapat diartikan jika kecenderungan untuk memilih produk yang berbasis ekonomi Islam juga akan tinggi. Keunggulan tersebut yang dimanfaatkan *stakeholder* terkait untuk menyediakan berbagai fasilitas dan infrastruktur untuk memperkecil jarak antara jumlah potensi dana ZIS yang besar dengan perolehan penghimpunan dana ZIS yang masih sangat kecil. Dengan demikian, upaya FoSSEI dalam mengkampanyekan ekonomi Islam ditandai meningkatnya kesadaran konsumen akan pentingnya memilih dan

mendukung produk-produk lokal yang berbasis ekonomi Islam direspon dengan baik oleh pemangku kebijakan untuk dapat meningkatkan sarana dan prasarana terkait penghimpunan dana ZIS.

Secara keseluruhan, analisis tentang etnosentrisme dan motif konsumen dapat menjadi landasan bagi pihak terkait seperti badan amil dan pemerintah dalam mengembangkan strategi-strategi yang lebih efektif dalam mempromosikan ekonomi Islam di Indonesia khususnya penghimpunan dana ZIS. Dalam hal ini, pihak terkait dapat memanfaatkan konsep-konsep tersebut untuk meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap produk-produk lokal yang berbasis ekonomi Islam serta meningkatkan penghimpunan zakat, infak dan sedekah melalui organisasi sejenis lainnya.

Secara spesifik penelitian tesis ini akan membahas topik yang berkaitan dengan "**Persepsi Pembayaran Zakat Infak dan Sedekah Menggunakan QRIS dengan Identitas Sosial Sebagai Pemoderasi (Studi Pada Anggota dan Korps Alumni FoSSEI Nasional 2022-2023)**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, tesis ini akan mengeksplorasi penerimaan dan penggunaan teknologi QRIS untuk pembayaran ZIS dengan subjek anggota dan korps alumni. Maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah ekspektasi kinerja berpengaruh terhadap persepsi pembayaran zakat infak dan sedekah menggunakan QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI?

2. Apakah ekspektasi usaha berpengaruh terhadap persepsi pembayaran zakat infak dan sedekah menggunakan QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI?
3. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap persepsi pembayaran zakat infak dan sedekah menggunakan QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI?
4. Apakah kondisi yang memfasilitasi berpengaruh terhadap persepsi pembayaran zakat infak dan sedekah menggunakan QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI?
5. Apakah motivasi hedonis berpengaruh terhadap persepsi pembayaran zakat infak dan sedekah menggunakan QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI?
6. Apakah nilai harga berpengaruh terhadap persepsi pembayaran zakat infak dan sedekah menggunakan QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI?
7. Apakah kebiasaan berpengaruh terhadap persepsi pembayaran zakat infak dan sedekah menggunakan QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI?
8. Apakah niat perilaku berpengaruh terhadap perilaku menggunakan QRIS untuk pembayaran zakat infak dan sedekah pada anggota dan korps alumni FoSSEI?
9. Apakah identitas sosial memoderasi pengaruh faktor sosial, nilai harga, kebiasaan, terhadap niat perilaku serta terhadap persepsi perilaku menggunakan teknologi QRIS dalam pembayaran zakat infak dan sedekah pada anggota dan korps alumni FoSSEI?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada konteks masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi penerimaan dan penggunaan teknologi QRIS dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah oleh anggota dan korps alumni FoSSEI, dengan menerapkan model UTAUT2. yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dampak ekspektasi kinerja pada persepsi pembayaran ZIS memakai QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI.
2. Untuk menganalisis dampak ekspektasi usaha pada persepsi pembayaran ZIS memakai QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI.
3. Untuk menganalisis dampak faktor sosial pada persepsi ZIS memakai QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI.
4. Untuk menganalisis dampak kondisi yang memfasilitasi pada persepsi pembayaran ZIS mamakai QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI.
5. Untuk menganalisis dampak motivasi hedonis pada persepsi pembayaran ZIS memakai QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI.
6. Untuk menganalisis dampak nilai harga pada persepsi pembayaran ZIS memakai QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI.
7. Untuk menganalisis dampak kebiasaan pada persepsi pembayaran ZIS memakai QRIS pada anggota dan korps alumni FoSSEI.
8. Untuk menganalisis dampak niat perilaku pada perilaku menggunakan QRIS untuk pembayaran zakat infak dan sedekah pada anggota dan korps alumni FoSSEI.

9. Untuk menganalisis apakah identitas sosial mengantai konstruk faktor sosial, nilai harga, kebiasaan, terhadap niat perilaku serta terhadap persepsi perilaku menggunakan teknologi QRIS dalam pembayaran zakat infak dan sedekah pada anggota dan korps alumni FoSSEI.

D. Manfaat Penelitian

Studi ini pada akhirnya memberikan kebermanfaatan dalam tataran teoritis dan praktis. Penjelasan terkait kedua manfaat akan dipaparkan di bawah ini:

1. Manfaat Teoritis

Temuan studi diharapkan berkontribusi yang ini memberikan kontribusi yang berarti bagi perluasan jangkauan pengetahuan dan pemahaman terkait potensi penghimpunan dana ZIS melalui *fintech* khususnya pada mahasiswa. Diharapkan temuan penelitian ini dapat memperkaya khasanah literatur dan menjadi referensi tambahan bagi penelitian serupa di masa depan. Selain itu, penelitian ini juga menyajikan pendekatan baru dengan mempertimbangkan faktor identitas sosial dalam model UTAUT 2 yang digunakan, sehingga memberikan alternatif fitur analisis yang bermanfaat dalam pengembangan penghimpunan ZIS di masa depan.

2. Manfaat Praktis

Selanjutnya secara praktis diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini akan memberikan kontribusi yang berharga dalam meningkatkan pemanfaatan QRIS sebagai alat pembayaran ZIS pada mahasiswa dan masyarakat umum. Dengan demikian, temuan penelitian ini bisa

memberikan masukan dan rekomendasi bagi *stakeholder*, terutama LAZIS dan pemerintah sebagai pembuat kebijakan untuk membuat peraturan perundangan serta melakukan evaluasi dan peningkatan kinerja QRIS di masa depan, mengingat potensi yang terkait dengan penggunaan teknologi tersebut.

E. Sistematika Pembahasan

Garis besar sistematika pembahasan pada penelitian ini mencakup lima bab pembahasan yang akan diuraikan dan dijelaskan sebagai berikut:

Pada bab satu dijelaskan tentang pendahuluan dan hal-hal yang akan dibahas dalam penelitian, termasuk masalah penelitian yang dipaparkan pada latar belakang, kemudian rumusan masalah serta manfaat dan tujuan dari penelitian yang dilakukan.

Selanjutnya pada bab dua dipaparkan mengenai landasan teori, dimana keseluruhan teori yang digunakan termasuk penelitian sebelumnya yang disadur serta penggunaan variabel penelitian yang kemudian dipaparkan ke dalam rumusan hipotesa.

Bab ketiga penelitian ini berisi metodologi penelitian yang akan menjadi pedoman serta alat analisis yang digunakan. Metode penelitian meliputi definisi operasional, jenis studi, populasi dan sampel, teknik yang digunakan dalam pengambilan data, sumber yang digunakan dalam mencari data dan teknik pengumpulan data, skala pengukuran yang digunakan serta metode analisis data.

Bab keempat berisi terkait keluaran atau hasil penelitian secara rinci. hasil tersebut kemudian dianalisa melalui pembahasan yang mendalam sehingga dihasilkan interpretasi yang menyeluruh.

Bab lima berisi terkait simpulan dan implikasi dari penelitian yang dilakukan yang pada akhirnya menjadi saran pihak terkait serta gagasan dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik penelitian yang sama.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Didasarkan pada hasil uji hipotesis penelitian beserta analisis mendalam, didapatkan beberapa simpulan penelitian. Simpulan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Disimpulkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, nilai harga, kebiasaan memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Diketahui bahwa semakin kuat persepsi tentang besarnya manfaat terhadap penggunaan QRIS, besarnya peran sosial dalam mempengaruhi individu untuk menggunakan teknologi QRIS, anggapan terkait pertukaran nilai kognitif antara biaya yang dikeluarkan lebih kecil dibandingkan manfaat yang diterima serta kebiasaan pemakaian QRIS, maka semakin kuat pula niat perilaku untuk memakai QRIS untuk membayar ZIS.
2. Disimpulkan pula bahwa ekspektasi usaha, kondisi yang memfasilitasi dan motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh terhadap niat perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Diketahui bahwa responden penelitian menggunakan QRIS untuk membayar ZIS tidak berlandaskan kepada kemudahan penggunaan QRIS, kemudian infrastruktur teknis yang memadai serta bukan karena rasa gembira atau senang yang dirasakan. Ketiga variabel tersebut dalam penelitian ini ditemukan bukan menjadi

prediktor yang kuat terhadap niat perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS.

3. Selanjutnya disimpulkan untuk pengaruh secara langsung terhadap perilaku menggunakan diketahui bahwa niat perilaku dan kebiasaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Sedangkan kondisi yang memfasilitasi ditemukan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku menggunakan QRIS. Hasil ini semakin menguatkan model yang digunakan sekaligus memiliki temuan yang berbeda dari model rujukan UTAUT2.
4. Keanggotaan dan korps alumni FoSSEI yang menjadi proksi dari identitas sosial dalam model UTAUT2 diketahui mampu memperkuat pengaruh niat perilaku dan kebiasaan terhadap niat perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Sedangkan Keanggotaan dan korps alumni FoSSEI sebagai proksi dari identitas sosial tidak ditemukan mampu memperkuat pengaruh sosial dan nilai harga terhadap niat perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa Keanggotaan dan korps alumni FoSSEI yang diproseskan identitas sosial menjadi bagian integral untuk meramalkan, memprediksi dan menjelaskan perilaku menggunakan teknologi informasi. Identitas sosial menjadi konstruk penting untuk menjelaskan perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS.

B. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian diharapkan memberikan implikasi nyata terhadap kajian teoritis maupun terhadap rumusan kebijakan terkait pengembangan zakat, infak dan sedekah.

1. Implikasi Teoritis

Temuan-temuan pada penelitian ini memberikan masukan baru terkait pengembangan variabel perilaku konsumen secara umum dan secara spesifik terkait adopsi teknologi informasi QRIS untuk pembayaran ZIS. Identitas sosial telah lama menjadi salah satu aspek yang diperhatikan dalam tataran ilmu terkait perilaku konsumen, pada penelitian ini peneliti mengintegrasikan identitas sosial sebagai variabel yang mengantarkan variabel dependen yang ada dalam model UTAUT2, diketahui jika identitas sosial mampu mengantarai niat perilaku terhadap perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Diketahui bahwa model pada studi ini setidaknya mampu menjelaskan sebesar 62.4% niat perilaku terhadap perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Mengintegrasikan konstruk identitas sosial pada model penerimaan dan adopsi teknologi (UTAUT2) diharapkan mampu meluaskan jangkauan penelitian dan memberikan pertimbangan konstruk baru pada aspek yang banyak terlewatkan pada penelitian-penelitian sejenis, sehingga terdapat alternatif variabel yang bisa digunakan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen yang lebih spesifik.

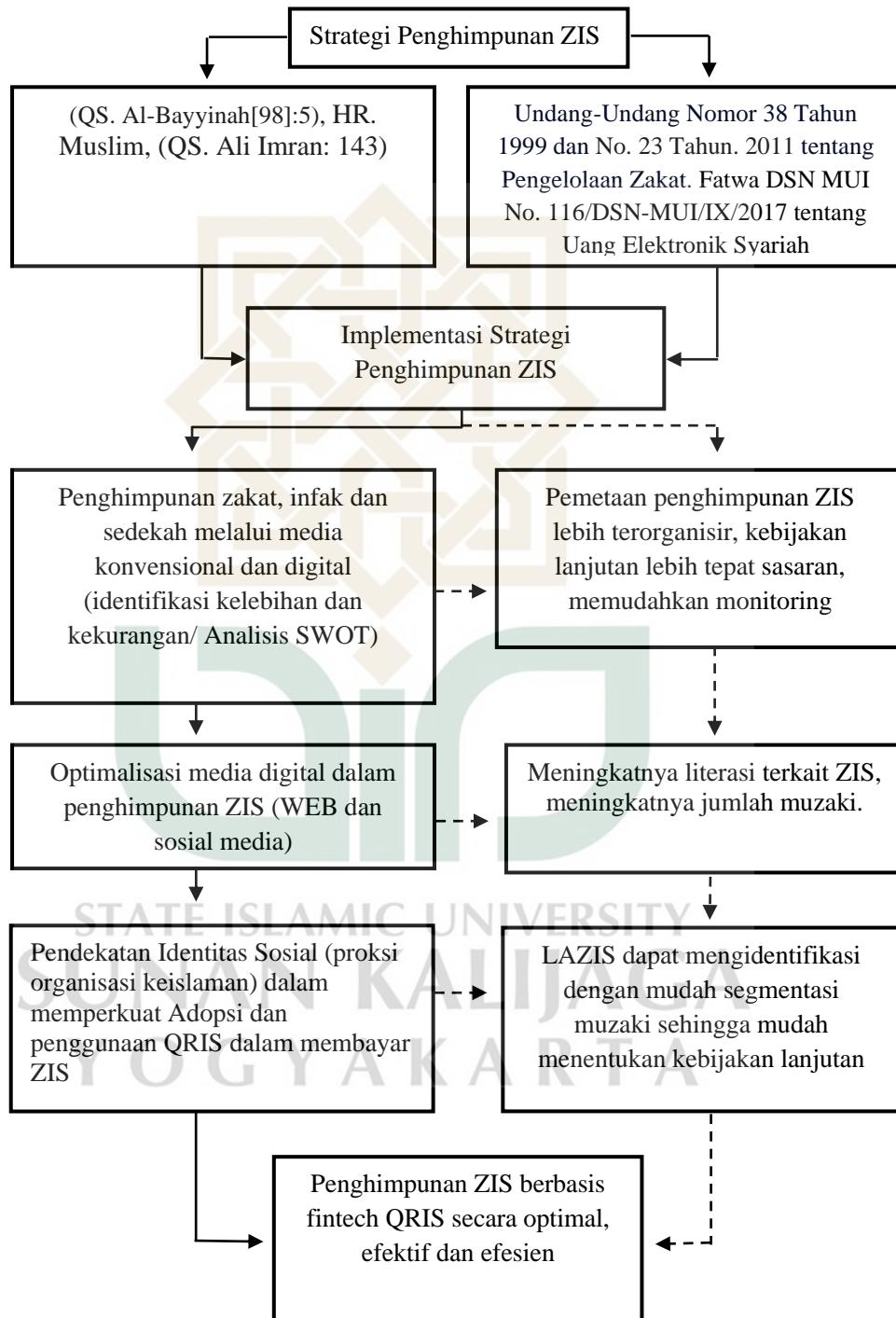
2. Implikasi Kebijakan

Studi ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, nilai harga dan kebiasaan menjadi prediktor kuat niat perilaku untuk menggunakan QRIS, sedangkan kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis tidak memiliki pengaruh. Identitas sosial sebagai variabel moderasi mampu memperkuat kebiasaan dan niat perilaku terhadap perilaku menggunakan QRIS untuk membayar ZIS. Temuan ini dapat dijadikan acuan para pemangku kebijakan seperti lembaga pengelola ZIS dan pemerintah untuk dapat menyusun kebijakan terkait yang dapat mengoptimalkan penghimpunan ZIS mengingat potensi ZIS yang besar di Indonesia. Fakta bahwa kondisi yang memfasilitasi menjadi persoalan yang harus ditelaah lebih jauh untuk memperbaiki kondisi infrastruktur teknis serta peningkatan literasi terkait teknologi pembayaran dan meningkatkan kinerja LAZIS untuk mengoptimalkan penghimpunan melalui QRIS. Dengan demikian potensi besar terkait dana ZIS mampu dihimpun secara optimal oleh lembaga pengelola ZIS di masa depan.

3. Desain Koseptual Optimalisasi Penghimpunan Zakat

Desain konseptual penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) adalah gambaran umum tentang bagaimana sebuah lembaga atau organisasi akan mengumpulkan dana ZIS dari masyarakat. Desain konseptual mencakup beberapa aspek, seperti target penghimpunan, metode penghimpunan, pengelolaan dana, serta distribusi dan monitoring

penggunaan dana ZIS tersebut. Berikut bentuk desain konseptual penghimpunan ZIS.



C. Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian

Berdasarkan beberapa aspek diketahui jika studi ini jauh dari kesempurnaan, disadari penuh bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya:

1. Terbatasnya waktu dan biaya penelitian mengakibatkan sampel yang digunakan pada studi ini terbatas kepada satu organisasi saja untuk dapat mewakili bentuk identitas sosial, sehingga tingkat keterwakilan akan lebih valid jika terdapat lebih banyak jenis organisasi.
2. Data penelitian ini hanya diperoleh melalui penyebaran kuesioner, ditambah jumlah responden yang terbatas sehingga peneliti belum mampu menggali lebih jauh dan menjangkau bagaimana respon lanjutan terkait penggunaan QRIS untuk membayar zakat, infak dan sedekah.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis* (Dwi Prabantini (ed.)). Andi Offset.
- Afandi, M. Y. (2021). Antecedents of Digitizing ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 4(2), 22. <https://doi.org/10.22515/jfib.v4i2.4899>
- Al-okaily, M., Lutfi, A., Alsaad, A., Taamneh, A., & Alsyouf, A. (2020). Technology in Society The Determinants of Digital Payment Systems ' Acceptance under Cultural Orientation Differences : The Case of Uncertainty Avoidance. *Technology in Society Journal*, 63(September), 15. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101367>
- Alalwan, A. A., Yogesh, A., Nripendra, D., & D.Williams, M. (2016). Consumer Adoption Of Mobile Banking In Jordan Examining The Role Of Usefulness, Ease Of Use, Perceived Risk And Self-Efficacy. *Journal of Enterprise Information Management*, 29(1), 118–139.
- Alkhawaiter, W. A. (2022). Use and behavioural intention ofm-payment in GCC countries: Extending meta-UTAUT with trust and Islamic religiosity. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100240. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100240>
- Alshater, M. M., & Othman, A. H. A. (2020). Financial Technology Developments and their Effect on Islamic Finance Education. *Journal of King Abdulaziz University, Islamic Economics*, 33(3), 187–161. <https://doi.org/10.4197/Islec.33-3.9>
- Alshater, M. M., Saba, I., Supriani, I., & Rabbani, M. R. (2022). Fintech in islamic finance literature: A review. *Heliyon*, 8(9), e10385. <https://doi.org/10.1016/J.HELION.2022.E10385>
- Alt, R., Beck, R., & Smits, M. T. (2018). *FinTech and the transformation of the financial industry*. 235–243. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s12525-018-0310-9>
- Andrianto, A. (2020). Faktor Yang Memengaruhi Behavior Intention Untuk Penggunaan Aplikasi Dompet Digital Menggunakan Model UTAUT2. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 111–122. <https://doi.org/doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2412> 111
- Anekawati, A., Otok, B. W., Purhadi, & Sutikno. (2017). Structural Equation Modelling with Three Schemes Estimation of Score Factors on Partial Least Square (Case Study: The Quality of Education Level SMA/MA in Sumenep Regency). *Journal of Physics: Conference Series*, 855(1). <https://doi.org/10.1088/1742-6596/855/1/012006>
- Anthony Christopher, D., & David Victor, H. (1997). *Bootstrap Methods and their Application*. Cambridge University Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9780511802843>

- Arianti, N. L. N., Darma, G. S., & Mahyuni, L. P. (2019). Menakar Keraguan Penggunaan QR Code Dalam Transaksi Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 67–78.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, cet. ke-15. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bank Indonesia. (2021). *Tabel Transaksi Uang Elektronik*. 7, 6.
- Bernhard, L. (2003). Handbuch der automatischen Identifikation: ID-Techniken, 1D Codes, 2D Codes, 3D Codes. *Monika-Lenk Fachbuchverlag, Kirchheim Unter Teck.*, 1.
- Billanes, J., & Enevoldsen, P. (2021). A critical analysis of ten influential factors to energy technology acceptance and adoption. *Energy Reports*, 7(2021), 6899–6907. <https://doi.org/10.1016/j.egyr.2021.09.118>
- Bresnahan, T. (2010). Chapter 18 - General Purpose Technologies. In *Handbook of the Economics of Innovation Volume 2* (1st ed., Vol. 2, Issue 10). Elsevier B.V. [https://doi.org/10.1016/S0169-7218\(10\)02002-2](https://doi.org/10.1016/S0169-7218(10)02002-2)
- Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of Adoption of Technology in the Household: A Baseline Model Test and Extension Incorporating Household Life Cycle. *Management Information Systems Quarterly*, 399–426.
- Cangur, S., & Ercan, I. (2015). Comparison of model fit indices used in structural equation modeling under multivariate normality. *Journal of Modern Applied Statistical Methods*, 14(1), 152–167. <https://doi.org/10.22237/jmasm/1430453580>
- Chamim, M., Huda, S., Dimyati, D., & Syai'in, S. (2019). Potensi dan Eksistensi Kelembagaan Zakat, Infak, dan Sedekah: Studi Ekploratif pada BAZNAS Kabupaten Jombang. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 7(1), 1–31. <http://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/tahdzib/article/view/3511>
- Champniss, G., Wilson, H. N., & Macdonald, E. K. (2015). Why Your Customers' Social Identities Matter. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2015/01/why-your-customers-social-identities-matter>
- Chan, C., Berger, J., & van Boven, L. (2012). Identifiable but not identical: Combining social identity and uniqueness motives in choice. *Journal of Consumer Research*, 39(3), 561–573. <https://doi.org/10.1086/664804>
- Chen, R., Yu, Y., Xu, X., Wang, L., Zhao, H., & Tan, H. Z. (2019). Adaptive binarization of QR code images for fast automatic sorting in warehouse systems. *Sensors (Switzerland)*, 19(24), 1–15. <https://doi.org/10.3390/s19245466>
- Childers, T. L., Carr, C. L., Peck, J., & Carson, S. (2001). Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior. *Journal of Retailing*, 77(4), 511–535. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(01\)00056-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(01)00056-2)
- Chin, W., Cheah, J. H., Liu, Y., Ting, H., Lim, X. J., & Cham, T. H. (2020). Demystifying

the role of causal-predictive modeling using partial least squares structural equation modeling in information systems research. *Industrial Management and Data Systems*, 120(12), 2161–2209. <https://doi.org/10.1108/IMDS-10-2019-0529>

Chris, S. (2021). *How Contactless Tech And QR Codes Will Bring Us Into The Future*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/08/17/how-contactless-tech-and-qr-codes-will-bring-us-into-the-future/?sh=790457d11eca>

Cugola, G., Ghezzi, C., Pinto, L. S., & Tamburrelli, G. (2014). SelfMotion: A declarative approach for adaptive service-oriented mobile applications. *Journal of Systems and Software*, 92(1), 32–44. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2013.10.057>

Daragmeh, A., Lentner, C., & Sági, J. (2021). Journal of Behavioral and Experimental Finance FinTech payments in the era of COVID-19 : Factors influencing behavioral intentions of ““ Generation X ”” in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

Denso Wave Inc. (2000). *QR Code*.

Dinh, V. S., Nguyen, H. V., & Nguyen, T. N. (2018). Cash or cashless?: Promoting consumers’ adoption of mobile payments in an emerging economy. *Strategic Direction*, 34(1), 1–4. <https://doi.org/10.1108/SD-08-2017-0126>

Efendi, S., & Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei* (Revisi). LP3ES.

Efron, B., & Tibshirani, R. J. (1998). *Introduction to the Bootstrap*. Chapman & Hall.

El-Masri, M., & Tarhini, A. (2017). Factors affecting the adoption of e-learning systems in Qatar and USA: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT2). *Educational Technology Research and Development*, 65(3), 743–763. <https://doi.org/10.1007/s11423-016-9508-8>

Farhatunnada, I., & Ghafur Wibowo, M. (2022). Determinants Of Muslim Intention In Yogyakarta To Pay ZIS Online During The Covid-19 Pandemic. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 3(2), 182–207. <https://doi.org/10.51377/azjaf.vol3no2.123>

Financial Stability Board. (2020). *FSB Financial Statements. August*.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.

G David, G. (2016). Partial Least Squares: Regresion & Srtructural Equation Model. In *Multi-Label Dimensionality Reduction*. David Garson and Statistical Associates Publishing. <https://doi.org/10.1201/b16017-6>

- Ghozali, I. (2014). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giovanis, A. N., Binioris, S., & Polychronopoulos, G. (2012). An extension of TAM model with IDT and security/privacy risk in the adoption of internet banking services in Greece. *EuroMed Journal of Business*, 7(1), 24–53. <https://doi.org/10.1108/14502191211225365>
- Goar, C. D. (2007). Social identity theory and the reduction of inequality: Can cross-cutting categorization reduce inequality in mixed-race groups? *Social Behavior and Personality*, 35(4), 537–550. <https://doi.org/10.2224/sbp.2007.35.4.537>
- Gupta, A., Dogra, N., & George, B. (2018). Journal of Hospitality and Tourism Technology What determines tourist adoption of smartphone apps? An analysis based on the UTAUT-2 framework “What determines tourist adoption of smartphone apps? An analysis based on the UTAUT-2 framework” For Authors. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. <https://doi.org/10.1108/JHTT-02-2017-0013>
- Hadi, S. (1991). *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala Nilai dengan Basic* (Seno Pamardiyanto (ed.); 1st ed.). Andi Offset.
- Hadi, S., & Novi, N. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *An Introduction to Structural Equation Modeling*. 1–29. https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_1
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hamzah, A., & Sukma, N. (2021). Determinasi Financial Technology Dengan Pendekatan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology II. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 11(1), 1–14.
- He, H., Li, Y., & Harris, L. (2012). Social identity perspective on brand loyalty. *Journal of Business Research*, 65(5), 648–657. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.03.007>
- He, Y., Johnson, M. K., Dovidio, J. F., McCarthy, G., He, Y., Johnson, M. K., Dovidio, J. F., & McCarthy, G. (2009). *The relation between race-related implicit associations and scalp-recorded neural activity evoked by faces from different races* The relation

between race-related implicit associations and scalp-recorded neural activity evoked by faces from different races. December 2014, 37–41.
<https://doi.org/10.1080/17470910902949184>

Hepola, J., Karjaluoto, H., & Shaikh, A. A. (2016). Consumer engagement and behavioral intention toward continuous use of innovative mobile banking applications - A case study of Finland. *International Conference on Information Systems, ICIS 2016*, 1–20.

Hew, J.-J., Lee, V.-H., Ooi, K.-B., & Wei, J. (2015). What catalyses mobile apps usage intention: an empirical analysis. *Industrial Management & Data Systems*, 95(3), 1–32.

Hijriana, S., F, S. A. N., & Nugroho, V. A. (2018). *Role of Financial Technology in Zakah Optimization*.

Hornstein, H. A. (1972). *Promotive Tension : The Basis of Prosocial Behavior from a Lewinian Perspective* . 28(3).

Hu, L., & Bentler, P. M. (1998). Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to underparameterized model misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424–453. <https://doi.org/10.1037//1082-989x.3.4.424>

Huang, Y. A., Phau, I., Lin, C., Chung, H. J., & Lin, K. H. C. (2008). Allocentrism and consumer ethnocentrism: The effects of social identity on purchase intention. *Social Behavior and Personality*, 36(8), 1097–1110.
<https://doi.org/10.2224/sbp.2008.36.8.1097>

Hung, S. H., Yao, C. Y., Fang, Y. J., Tan, P., Lee, R. R., Sheffer, A., & Chu, H. K. (2020). Micrography QR Codes. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 26(9), 2834–2847. <https://doi.org/10.1109/TVCG.2019.2896895>

Ivanova, N., Volkova, A., & Patosha, O. (2022). The Relationship Between Social Identity and Consumer Behavior. *DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting*, 7(1), 72–79. <https://doi.org/10.17818/diem/2022/1.8>

Jones, H., & Farquhar, J. D. (2007). Putting it right: Service failure and customer loyalty in UK banks. *International Journal of Bank Marketing*, 25(3), 161–172. <https://doi.org/10.1108/02652320710739869>

June, K. (2003). Diffusion of Innovation Theory. *CJNI*, c, 1–7.

Jung, J. H., Kwon, E., & Kim, D. H. (2020). Mobile payment service usage: U.S. consumers' motivations and intentions. *Computers in Human Behavior Reports*, 1(January), 7. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2020.100008>

Jung, Y., Kim, S., & Choi, B. (2016). Consumer valuation of the wearables: The case of smartwatches. *Computers in Human Behavior*, 63(2016), 899–905. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.06.040>

- Kar, A. K. (2021). What Affects Usage Satisfaction in Mobile Payments? Modelling User Generated Content to Develop the “Digital Service Usage Satisfaction Model.” *Information Systems Frontiers*, 23(5), 1341–1361. <https://doi.org/10.1007/s10796-020-10045-0>
- Karniawati, N. P. A., Darma, G. S., Mahyuni, L. P., & Sanica, I. G. (2021). Community Perception Of Using QR Code Payment In Era New Normal. *Journal of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 18(1), 3986–3999.
- Khalilzadeh, J., Ozturk, A. B., & Bilgihan, A. (2017). Security-related factors in extended UTAUT model for NFC based Mobile Payment in the Restaurant Industry. *Computers in Human Behavior*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.001>
- Khan, I. U., Hameed, Z., & Khan, S. U. (2017). Understanding online banking adoption in a developing country: UTAUT2 with cultural moderators. *Journal of Global Information Management*, 25(1), 43–65. <https://doi.org/10.4018/JGIM.2017010103>
- Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2016). *Marketing Management*. Pearson India Education Services.
- Kranthi, A. K., & Asraar Ahmed, K. A. (2018). Determinants of Smartwatch Adoption Among IT Professionals - An Extended UTAUT2 Model for Smartwatch Enterprise. *International Journal of Enterprise Network Management*, 9(3–4), 294–316. <https://doi.org/10.1504/IJENM.2018.094669>
- Kulviwat, S., Bruner, G. C., & Al-Shuridah, O. (2009). The role of social influence on adoption of high tech innovations: The moderating effect of public/private consumption. *Journal of Business Research*, 62(7), 706–712. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.04.014>
- Lam, S. K., Ahearne, M., Hu, Y., & Schillewaert, N. (2010). Resistance to brand switching when a radically new brand is introduced: A social identity theory perspective. *Journal of Marketing*, 74(6), 128–146. <https://doi.org/10.1509/jmkg.74.6.128>
- Lancelot Miltgen, C., Popović, A., & Oliveira, T. (2013). Determinants of end-user acceptance of biometrics: Integrating the “big 3” of technology acceptance with privacy context. *Decision Support Systems*, 56(1), 103–114. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2013.05.010>
- Langlotz, T. (2014). *Unsynchronized 4D Barcodes Unsynchronized 4D Barcodes*. November 2007. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-76858-6>
- Leong, L. Y., Hew, T. S., Tan, G. W. H., & Ooi, K. B. (2013). Predicting The Determinants of The NFC-Enabled Mobile Credit Card Acceptance: A Neural Networks Approach. *Expert Systems with Applications*, 40(14), 5604–5620. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2013.04.018>
- Levine, M., Prosser, A., Evans, D., Reicher, S., & Levine, M. (2005). How Social Group Membership and Inclusiveness of Group Boundaries Shape Helping Behavior.

Personality and Social Psychology Bulletin.
<https://doi.org/10.1177/0146167204271651>

- Lu, J., Yang, Z., Li, L., Yuan, W., Li, L., & Chang, C. (2017). *Multiple Schemes for Mobile Payment Authentication Using QR Code and Visual Cryptography*. 2017, 1–13.
- Ma, Q., Wang, M., He, Y., Tan, Y., & Zhang, L. (2021). Does mobile payment change consumers' perception during payment process? —An ERP study. *Neuroscience Letters*, 762(November 2020), 136138. <https://doi.org/10.1016/j.neulet.2021.136138>
- Manca, F., Sivakumar, A., & Polak, J. W. (2022). Capturing the effect of multiple social influence sources on the adoption of new transport technologies and services. *Journal of Choice Modelling*, 42(January), 100344. <https://doi.org/10.1016/j.jocm.2022.100344>
- Mani, Z., & Chouk, I. (2017). Drivers of consumers' resistance to smart products. *Journal of Marketing Management*, 33(1–2), 76–97. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2016.1245212>
- Mardiyono, A., Suhandana, A. A., & Vidyasari, R. (2021). *Integrasi QRIS pada Aplikasi Donasi Elektronik Berbasis Web di Masa Pandemi Covid-19 Abstrak*. 7(1), 146–155.
- Mark, B., Florian, H., & Mario, M. (2015). *Social Identity and Social Free-Riding* (Issue 05).
- Mashur, R. (2016). *Perilaku Konsumen* (1st ed.). Alaudin University Press.
- Mayanti, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan User Terhadap Penerapan Quick Response Indonesia Standard Sebagai Teknologi Pembayaran Pada Dompet Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(2), 123–135. <https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i2.2413123>
- Michael R, S. (2018). Consumer Behavior: Buying, Having and Being. In *Pearson*. Pearson Education Limited.
- Monica, A., & Jjingjing, J. (2018). *Teens, social media and technology 2018*, Retrieved March 03 from, <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>, 2018. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>
- Morosan, C., & Defranco, A. (2016). It's about time : Revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels &. *International Journal of Hospitality Management*, 53, 17–29. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.11.003>

- Muhammad Cholil, N. S., Mardoni, Y., Hadzig, M. F., & Putra, P. (2019). *Ekonomi ZISWAF*. Universitas Terbuka.
- Mulyani, A. (2019). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Aplikasi Ojek Online Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use Technology. *Jurnal Algoritma*, 15(2), 61–66. <https://doi.org/10.33364/algoritma/v.15-2.61>
- Nafis, A., Lokesh, G., & Abdoel Hosein, Z. (2019). *Fintech and Islamic Finance Digitalization , Development , and Disruption*. Springer Nature Switzerland AG. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-24666-2_1
- Ni Komang, R. D. P., & I made Sadha, S. (2019). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 540–555.
- Nugroho, P., Winarno, W. W., & Hartanto, R. (2017). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile payment Dengan Pendekatan Extended The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. 226–233.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Nuryahya, E., Mahri, A. J. W., Nurasyiah, A., & Adiresuty, F. (2022). Technology Acceptance of Zakat Payment Platform: An Analysis of Modified of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics*, 6(1), 142–159. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n1.p142-159>
- Oliveira, T., Thomas, M., Baptista, G., & Campos, F. (2017). Computers in Human Behavior Mobile payment : Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology. *Computers in Human Behavior*, 61(2016), 404–414. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.030>
- Pal, A., Herath, T., De', R., & Rao, H. R. (2020). Contextual facilitators and barriers influencing the continued use of mobile payment services in a developing country: insights from adopters in India. *Information Technology for Development*, 26(2), 394–420. <https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1701969>
- Palau-Saumell, R., Forgas-Coll, S., Sánchez-García, J., & Robres, E. (2019). User Acceptance of Mobile Apps for Restaurants: An Expanded and Extended UTAUT-2. *Sustainability*, 11(4), 1210. <https://doi.org/10.3390/su11041210>
- Purwadani, E., & Ridlwan, A. A. (2022). Millennial Intention to Pay Zakat : The Effect of Religiosity and Attitudes. *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 9(1), 73–92.
- Pusat Kajian Strategis BAZNAS. (2022). Outlook Zakat Indonesia Tahun 2022. In Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS) (Ed.), *Pusat Kajian Strategis BAZNAS* (1st ed.). Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- Rama, A., Jiang, C., Johan, S., Liu, H., & Mai, Y. (2022). Religious and social narratives and crowdfunding success. *Journal of International Financial Markets, Institutions*

- and Money*, 101595. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2022.101595>
- Richard, J. (2008). Social Identity. In *Springer Series on Cultural Computing* (3rd ed.). Routledge. https://doi.org/10.1007/978-3-319-67850-4_10
- Ries, A., & Jack, T. (1993). *Perang Pemasaran* (G. Hutaurok (ed.)). Erlangga.
- Risma, A. A., & Sri, D. E. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal Manajemen Motivasi*, 17, 10–17.
- Rosadi, A. (2019). Zakat dan Wakaf Konsep, Regulasi, dan Implementasi. In *Simbiosa Rekatama Media*.
- Rosli, N. F. A., Ibrahim, R., & Yahya, Y. (2020). *Consumers' Intention to Use Mobile Payment : A Case of Quick Response (QR) Code Applications*. 1(1), 20–34.
- Rusydiana, A. S., Economic, S., & Widiastuti, T. (2018). *Technological and Efficiency Change on Zakat Organization : Evidence in Indonesia*.
- Ruyter, K. De, Birgelen, M. Van, & Wetzels, M. (1998). *Consumer ethnocentrism in international services marketing*. 7, 185–202.
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Kinerja*, 17(2), 237–247.
- Saul, M. (2019). *Social Identity Theory*. Simplypsychology. <https://www.simplypsychology.org/social-identity-theory.html>
- Schein, E. H. (2004). *Organizational Culture and Leadership* (U. S. America (ed.); 3rd ed.). John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.12968/indn.2006.1.4.73618>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach Seventh Edition*. John Wiley & Sons.
- Setyono, J. (2021). *Determinan Niat Menggunakan Digital Banking Perbankan Syariah: Pengembangan Use of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2)*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Shaw, N., & Sergueeva, K. (2019). The Non-Monetary Benefits of Mobile Commerce : Extending UTAUT2 With Perceived Value. *International Journal of Information Management*, 45(December 2017), 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.024>
- Shiffman, L. G., Kanuk, Leslie, & Laser. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta Indeks.
- Slade, E. L., Dwivedi, Y. K., Piercy, N. C., & Williams, M. D. (2015). Modeling Consumers' Adoption Intentions of Remote Mobile Payments in the United Kingdom: Extending UTAUT with Innovativeness, Risk, and Trust. *Psychology and*

- Marketing*, 32(8), 860–873. <https://doi.org/10.1002/mar.20823/abstract>.
- Slade, E. L., Williams, M. D., & Dwivedi, Y. K. (2014). Devising a Research Model to Examine Adoption of Mobile Payments: An Extension Of UTAUT2. *The Marketing Review*, 14(3), 311–336. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1362/146934714X14024779062036>
- Stolzenberg, E. B., Aragon, M. C., Romo, E., Couch, V., McLennan, D., Eagan, M. K., & Kang, N. (2020). *The American Freshman: National Norms Fall 2019 (Expanded Version)*. Higher Education Research Institute Graduate School of Education & Information Studies University of California, Los Angeles. www.heri.ucla.edu%7C310-825-1925
- Stürmer, S., Snyder, M., Kropp, A., Siem, B., Kiel, C., & Snyder, M. (2006). Empathy-Motivated Helping : The Moderating. *Personality and Social Psychology Bulletin*. <https://doi.org/10.1177/0146167206287363>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumardi, Azizah, U. S. Al, Mulyono, H., & Suryana, A. M. (2022). The determinants of willingness to continuously use financial technology among university students: Dataset from a private university in Indonesia. *Data in Brief*, 44, 108521. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2022.108521>
- Suo, W.-J., Goi, C.-L., Goi, M.-T., & Sim, A. K. S. (2022). Factors Influencing Behavioural Intention to Adopt the QR-Code Payment. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 13(2), 1–22. <https://doi.org/10.4018/ijabim.20220701.0a8>
- Sutanto, S., Ghazali, I., & Handayani, R. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penerimaan Dan Penggunaan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (Sipkd) Dalam Perspektif the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (Utaut 2) Di Kabupaten Semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 15(1), 37. <https://doi.org/10.14710/jaa.15.1.37-68>
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Penggunaan Technology Acceptance Model (Tam) Dalam Analisis Minat Perilaku Penggunaan E-Money Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(2), 201–214. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i2.201>
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between Social Groups: studies in the social psychology of intergroup relations*. Academic Press London.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In *Psychology of Intergroup Relations*.
- Tak, P., & Panwar, S. (2017). Using UTAUT 2 Model To Predict Mobile App Based Shopping: Evidences From India. *Journal of Indian Business Research*, 9(3), 248–264. <https://doi.org/10.1108/JIBR-11-2016-0132>

- Tarhini, A., El-masri, M., Ali, M., & Serrano, A. (2016). Extending the UTAUT model to understand the customers' acceptance and use of internet banking in Lebanon A structural equation modeling approach. *Information Technology & People*, 29(4), 830–849. <https://doi.org/10.1108/ITP-02-2014-0034>
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Understanding information technology usage. In *Information Systems Research* (Vol. 6, Issue 2, pp. 144–176). <https://www.jstor.org/stable/23011007>
- Terence A. Shimp, & Sharma, S. (1987). Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 280–289.
- Thaker, H., Subramaniam, N., Qoyum, A., & Iqbal-Hussain, H. (2022). Cashless society, e-wallets and continuous adoption. *International Journal of Finance & Economics*. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2596>
- Thong, J. Y. L., Hong, S. J., & Tam, K. Y. (2006). The effects of post-adoption beliefs on the expectation-confirmation model for information technology continuance. *International Journal of Human Computer Studies*, 64(9), 799–810. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2006.05.001>
- Totok, S. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(3), 298–312.
- Türker, C., Altay, B. C., & Okumuş, A. (2022). Understanding user acceptance of QR code mobile payment systems in Turkey: An extended TAM. *Technological Forecasting and Social Change*, 184, 121968. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2022.121968>
- Van Der Heijden, H. (2004). Van der Heijden/Hedonic Information Systems v iicir c i Iv research n?te User Acceptance of Hedonic information systems1. *Source: MIS Quarterly*, 28(4), 695–704.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *Management Information Systems Research Center*, 27(3), 425–478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology: Extending The Unified Theory of Acceptance And Use Of Technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157–178.
- Verlegh, P. W. J. (2007). Home Country Bias in Product Evaluation: The Complementary Roles of Economic and Socio-Psychological Motives. *Journal of International Business Studies*, 18(03), 361–373. <http://www.jstor.org/stable/1394869%5Cnhttp://www.jstor.org/page/>
- Verplanken, B., & Aarts, H. (1999). European Review of Social Psychology Habit ,

- Attitude , and Planned Behaviour : Is Habit an Empty Construct or an Interesting Case of Goal-directed Automaticity ? *European Review of Social Psychology*, 10(June 2012), 37–41.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1080/14792779943000035>
- Wang, T. (2017). Social identity dimensions and consumer behavior in social media. *Asia Pacific Management Review*, 22(1), 45–51.
<https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2016.10.003>
- Weingarten, E., Meyer, M. W., Ashkenazi, A., & Amir, O. (2020). Human Experts Outperform Technology in Creative Markets. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 6(3), 301–330.
<https://doi.org/10.1016/j.sheji.2020.07.004>
- Wu, R., & Lee, J. (2017). The Comparative Study on Third Party Mobile Payment Between UTAUT2 and TTF. *Journal of Distribution Science*, 11(15), 5–19.
<https://doi.org/10.15722/jds.15.11.201711.5>
- Yan, L., Tan, G. W., Loh, X., Hew, J., & Ooi, K. (2021). Journal of Retailing and Consumer Services QR code and mobile payment : The disruptive forces in retail. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58(September 2020), 102300.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102300>
- Ye, C., & Potter, R. (2011). The Role of Habit in Post-Adoption Switching of Personal Information Technologies : An Empirical Investigation Technologies : An Empirical Investigation. *Communications of the Association for Information Systems Volume*, 28(35). <https://doi.org/10.17705/1CAIS.02835>
- Yen, Y., & Wu, F. (2016). Computers in Human Behavior Predicting the adoption of mobile financial services : The impacts of perceived mobility and personal habit. *Computers in Human Behavior*, 65, 31–42.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.08.017>
- Zeugner-Roth, K. P., Žabkar, V., & Diamantopoulos, A. (2015). Consumer ethnocentrism, national identity, and consumer cosmopolitanism as drivers of consumer behavior: A social identity theory perspective. *Journal of International Marketing*, 23(2), 25–54. <https://doi.org/10.1509/jim.14.0038>
- Zhou, T. (2011). Understanding mobile internet continuance usage from the perspectives of UTAUT and flow. *Information Development*, 27(3), 207–218.
<https://doi.org/10.1177/026666911414596>