

**DETERMINAN NIAT BERZAKAT, BERINFAK DAN BERSEDEKAH
SECARA *ONLINE* MELALUI *FINTECH*
(Studi pada Generasi Milenial di Seluruh Provinsi Pulau Jawa)**



TESIS

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

OLEH:

DIA PURNAMASARI, S.E

NIM: 20208012020

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2022**

**DETERMINAN NIAT BERZAKAT, BERINFAK DAN BERSEDEKAH
SECARA *ONLINE* MELALUI *FINTECH*
(Studi pada Generasi Milenial di Seluruh Provinsi Pulau Jawa)**



TESIS

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

OLEH:

DIA PURNAMASARI, S.E

NIM: 20208012020

DOSEN PEMBIMBING:

Dr. IBI SATIBI, S.H.I., M.Si

NIP. 19770910 200901 1 011

**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI 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-1176/Un.02/DEB/PP.00.9/09/2022

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN NIAT BERZAKAT, BERINFAK DAN BERSEDEKAH SECARA ONLINE MELALUI FINTECH (Studi pada Generasi Milenial di Seluruh Provinsi Pulau Jawa)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DIA PURNAMASARI, S.E
Nomor Induk Mahasiswa : 20208012020
Telah diujikan pada : Kamis, 15 September 2022
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. Ibi Satibi, S.H.I., M.Si
SIGNED

Valid ID: 632a78889f97



Penguji I
Dr. Abdul Haris, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6329768f66a02



Penguji II
Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc.Fin.
SIGNED

Valid ID: 6327d595d211f



Yogyakarta, 15 September 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 632a8ffca61fe

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudari Dia Purnamasari

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di - Yogyakarta

Assalāmu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Dia Purnamasari
NIM : 20208012020
Judul Tesis : Determinan Niat Berzakat, Berinfak dan Bersedekah Secara *Online* Melalui *Fintech* (Studi pada Generasi Milenial di Seluruh Provinsi Pulau Jawa).

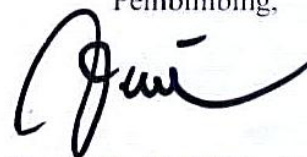
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalāmu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 26 Agustus 2022

Pembimbing,



Dr. Ibi Satibi, S.H.I., M.Si
NIP. 19770910 200901 1 011

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalāmu'alaikum Wr. Wb

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dia Purnamasari
NIM : 20208012020
Prodi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis saya yang berjudul **“Determinan Niat Berzakat, Berinfak dan Bersedekah Secara *Online* Melalui *Fintech* (Studi pada Generasi Milenial di Seluruh Provinsi Pulau Jawa)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penulis sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung Jawab sepenuhnya pada penulis.

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

Wassalāmu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 26 Agustus 2022

Penulis,



Dia Purnamasari

HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
Saya yang bertanda tangan di bawa ini:

Nama : Dia Purnamasari
NIM : 20208012020
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:

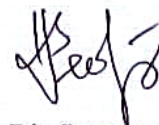
“Determinan Niat Berzakat, Berinfak dan Bersedekah Secara *Online* Melalui *Fintech* (Studi pada Generasi Milenial di Seluruh Provinsi Pulau Jawa)”

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 memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 26 Agustus 2022

Penulis,



Dia Purnamasari

HALAMAN PERNYATAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta,
Saya yang bertanda tangan di bawa ini:

Nama : Dia Purnamasari
NIM : 20208012020
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, karya ilmiah saya yang berjudul:

“Determinan Niat Berzakat, Berinfak dan Bersedekah Secara *Online* Melalui *Fintech* (Studi pada Generasi Milenial di Seluruh Provinsi Pulau Jawa)”

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, 26 Agustus 2022

Penulis,



Dia Purnamasari

HALAMAN MOTTO

وَاعْلَمْ أَنَّ النَّصْرَ مَعَ الصَّبْرِ، وَأَنَّ الْفَرْجَ مَعَ الْكُرْبِ، وَأَنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Ketahuilah bahwa kemenangan bersama kesabaran, kelapangan bersama kesempatan, dan kesulitan bersama kemudahan “

(H.R Tirmidzi)

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

“Barang siapa bersungguh-sungguh, maka ia akan mendapat / berhasil”

لَا تُؤَخِّرْ عَمَلَكَ إِلَى الْعَدِ مَا تَقْدِرُ أَنْ تَعْمَلَهُ الْيَوْمَ

“Janganlah tunda pekerjaanmu hingga esok hari, apa yang bisa kamu kerjakan hari ini”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah* dan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT, dan shalawat dan salam yang selalu tercurahkan kepada baginda Rasulullah SAW, serta atas dukungan dan do'a dari orang-orang yang tercinta akhirnya tesis ini dapat diselesaikan dengan baik. Aku persembahkan tesis ini kepada:

Kedua orang tuaku tersayang

Bapak Aslen Tambunan dan Ibu Saut Marito Siregar

Terimakasih pah & mah atas kasih sayang, do'a dan dukungannya selama ini.

I promise that I will do anything to give you something pah, mah.

Teruntuk Kakak/adik ku dan keluarga besarku tercinta

Rokaya Tambunan, Pudan Tambunan, Rio Baruara, Alimah Tambunan, Hikmah

Fauziah, Obama Baruara, Nisa Baruara, Amran Baruara

Terimakasih atas cinta dan kasih kalian...

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

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	Ṡā'	ṣ	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
ص	Ṡād	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Dād	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-auliyā’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

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

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa‘ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā’ mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā’ mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	

4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>karīm</i>
فروض	ditulis	<i>ū</i> <i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fatḥah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fatḥah + wāwu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	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>
لَنْ 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

السَّمَاء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawi al-furūḍ</i>
أَهْلُ السَّنَةِ	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 Berzakat, Berinfak dan Bersedekah Secara Online Melalui Fintech (Studi pada Generasi Milenial di Seluruh Provinsi Pulau Jawa)”**. 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 dan selaku dosen penasihat akademik.
4. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E., M. Si selaku sekretaris jurusan Magister Ekonomi Syariah dan ibuk Herin Ratnaningsih, S.Pd., M.Pd.B.I selaku staf tata usaha Magister Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Ibi Satibi, S.H.I., M.Si., 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 Aslen Tambunan dan Ibu Saut Marito Siregar, yang selalu mencintai dan memberikan *support* terhebat.
9. Kakak dan adik-adik ku tersayang, Rokaya Tambunan, Pudan Tambunan, Rio Baruara, Alimah Tambunan, Hikmah Fauziah, Obama Baruara, Nisa Baruara dan Amran Baruara.
10. Kepada teman-teman seperjuangan MES 2021 Genap, terkhusus group healing dan bestie ku Wardatul Wahidah R, Annessa Fadhillah, Laelani Rukmana. Nurul Wahidah Hidayat, Ahamad Afandi, Nella Wahyuni, Riko Riusdi, Wa'adarrahma, Siti Ena Aisyah, Siti Eni Aisyah terimakasih atas kebersamaan nya selama di Jogja.
11. Kepada teman-teman kos Griya Cozy, mbak Ade, Rizki Rumondang dan teman-teman lainnya.
12. Teman-teman seperjuangan HMPM FEBI 2021-2022.

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

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 26 Agustus 2022

Penulis,



Dia Purnamasari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
PENGESAHAN TUGAS AKHIR	i
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR..	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
ABSTRAK	xxii
<i>ABSTRACT</i>	xxiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
E. Sistematika Pembahasan	16
BAB II.....	18
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
A. Landasan Teori.....	18
1. Niat Berperilaku (<i>Behaviour Intention</i>).....	18
2. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT-2)	19
3. Religiositas.....	31
4. Konsep Zakat, Infak, sedekah (ZIS)	32

5. Konsep <i>Fintech</i> (<i>Financial Technology</i>)	38
6. Generasi Milenial.....	42
B. Kajian Pustaka.....	42
C. Pengembangan Hipotesis	52
1. Pengaruh ekspektasi kinerja (<i>performance expectancy</i>) terhadap niat membayar ZIS secara <i>online</i> melalui <i>Fintech</i>	53
2. Pengaruh ekspektasi usaha (<i>effort expectancy</i>) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara <i>online</i> melalui <i>Fintech</i>	54
3. Pengaruh faktor sosial (<i>social influence</i>) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara <i>online</i> melalui <i>Fintech</i>	55
4. Pengaruh kondisi yang memfasilitasi (<i>facilitating conditions</i>) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara <i>online</i> melalui <i>Fintech</i>	57
5. Pengaruh motivasi hedonis (<i>hedonic motivation</i>) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara <i>online</i> melalui <i>Fintech</i>	58
6. Pengaruh nilai harga (<i>price value</i>) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara <i>online</i> melalui <i>Fintech</i>	59
7. Pengaruh kebiasaan (<i>habit</i>) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara <i>online</i> melalui <i>Fintech</i>	60
8. Pengaruh religiositas terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara <i>online</i> melalui <i>Fintech</i>	61
D. Kerangka Pemikiran.....	63
BAB III	66
METODE PENELITIAN.....	66
A. Desain Penelitian.....	66
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	66
C. Populasi dan Sampel Penelitian	69
D. Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	70
E. Teknik Analisis Data.....	71
1. Analisis deskriptif	71
2. <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	72
3. Analisis Inferensial	73
BAB IV	78
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	78

A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	78
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	79
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal/Domisili	80
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	81
5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	82
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan.....	83
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Filantropi Islam yang Biasa Dilakukans	84
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>Fintech</i> yang Dimiliki Saat Ini	85
B.	Hasil Penelitian	86
1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	86
2.	Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	92
C.	Pembahasan.....	102
1.	Pengaruh Ekspektasi Kinerja (<i>Performance Expectancy</i>) Terhadap Niat Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Secara <i>Online</i> Melalui <i>Fintech</i>	102
2.	Pengaruh Ekspektasi Usaha (<i>Effort Expectancy</i>) Terhadap Niat Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Secara <i>Online</i> Melalui <i>Fintech</i>	105
3.	Pengaruh Faktor Sosial (<i>Social Influence</i>) Terhadap Niat Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Secara <i>Online</i> Melalui <i>Fintech</i>	107
4.	Pengaruh Kondisi Yang Memfasilitasi (<i>Facilitating Conditions</i>) Terhadap Niat Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Secara <i>Online</i> Melalui <i>Fintech</i>	110
5.	Pengaruh Motivasi Hedonis (<i>Hedonic Motivation</i>) Terhadap Niat Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Secara <i>Online</i> Melalui <i>Fintech</i>	113
6.	Pengaruh Nilai Harga (<i>Price Value</i>) Terhadap Niat Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Secara <i>Online</i> Melalui <i>Fintech</i>	116
7.	Pengaruh Kebiasaan (<i>Habit</i>) Terhadap Niat Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Secara <i>Online</i> Melalui <i>Fintech</i>	118
8.	Pengaruh Religiositas Terhadap Niat Membayar Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Secara <i>Online</i> Melalui <i>Fintech</i>	121

BAB V.....	124
PENUTUP.....	124
A. Kesimpulan	124
B. Implikasi Penelitian.....	126
C. Keterbatasan dan Saran	128
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	67
Tabel 3.2	Nilai Skor Kuesioner	71
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal/ Domisili ...	80
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	81
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	82
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan	83
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Filantropi Islam yang Biasa Dilakukan	84
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis <i>Fintech</i> Yang Dimiliki	85
Tabel 4.9	Hasil Validitas Konvergen	87
Tabel 4.10	Hasil Validitas Diskriminan	89
Tabel 4.11	Hasil Validitas Diskriminan Matriks <i>Fornell Lacker</i>	90
Tabel 4.12	Hasil Reliabilitas Konsistensi Internal	91
Tabel 4.13	Hasil Uji kolinearitas	92
Tabel 4.14	Hasil Uji Hipotesis	95
Tabel 4.15	Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	99
Tabel 4.16	Nilai <i>Effect Size</i> (f^2)	100
Tabel 4.17	Nilai Predictive Relevance Q^2	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Pengumpulan Dana ZIS Digital 2016-2020.....	5
Gambar 2.1	Model Konseptual <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT-2	21
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	63
Gambar 4.1	Model Analisis Jalur Dalam Penelitian.....	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Rekapitulasi Profil Responden

Lampiran 3. Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden

Lampiran 4. Ringkasan Profil Responden

Lampiran 5. Ringkasan Data Tanggapan Responden

Lampiran 6. Hasil Olah Data

Daftar Riwayat Hidup



ABSTRAK

Perkembangan *financial technology (fintech)* telah berdampak positif dan signifikan terhadap berbagai bidang. Namun demikian, dampak positif ini dalam kenyataannya belum sepenuhnya termanfaatkan dalam pengelolaan zakat, infak dan sedekah. Penelitian ini bertujuan menganalisis determinan niat pembayaran zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech* pada generasi milenial di pulau Jawa. Studi ini melakukan pengembangan *unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT-2)* dengan menambahkan variabel religiositas kedalam modelnya sebagai pembentuk niat berperilaku membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer. Data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden generasi milenial yang tinggal di seluruh provinsi pulau Jawa dengan jumlah 175. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)* dengan bantuan *software WarpPLS Versi 8.0*. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan dan religiositas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembayaran zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*. Sedangkan variabel ekspektasi usaha, motivasi hedonis dan nilai harga secara statistik tidak berpengaruh terhadap niat pembayaran zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*. Studi ini berimplikasi pada pengembangan model perilaku konsumen dan memperluas validitas tentang determinan niat berperilaku untuk membayar ZIS melalui *fintech*. Di samping itu, studi ini mengkonfirmasi signifikansi paradigma pemasaran mengenai ZIS secara *online* dengan pemanfaatan media sosial secara optimal.

Kata Kunci: UTAUT-2, Zakat, Infak, Sedekah, Milenial.

ABSTRACT

The development of financial technology (fintech) has had a positive and significant impact on various fields. However, this positive impact has not been fully utilized in the management of zakat, infaq and alms. This study aims to analyze the determinants of intention to pay zakat, infaq and alms (ZIS) online through fintech in the millennial generation on the island of Java. This study develops a unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT-2) by adding a religiosity variable to the model as a form of intention to behave in paying ZIS online through fintech. 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 175. The data analysis tool used in this study was the Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM) with the help of WarpPLS Version 8.0 software. The results of this study indicate that the variables of performance expectations, social influences, facilitating conditions, habits and religiosity have a positive and significant effect on the intention to pay zakat, infaq and alms (ZIS) online through fintech. While the variables of business expectations, hedonic motivation and price values statistically have no effect on the intention to pay zakat, infaq and alms (ZIS) online through fintech. This study has implications for the development of consumer behavior models and extends the validity of the determinants of behavioral intentions to pay ZIS through fintech. In addition, this study confirms the significance of the online marketing paradigm regarding ZIS with optimal use of social media.

Keywords: UTAUT-2, Zakat, Infaq, Alms, Millennials.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat, infak dan sedekah (ZIS) merupakan ibadah yang disebutkan dalam Al-Qur'an. Namun ZIS memiliki arti yang berbeda meskipun memiliki tujuan yang sama yaitu sebagai dana kebaikan yang bertujuan untuk membantu sesama manusia. Zakat adalah memberikan harta apabila telah mencukupi *nisbah* dan *haul* kepada orang yang berhak menerimanya (mustahik) dengan syarat tertentu. Infaq berarti membagikan sebagian harta kepada orang miskin atau fakir, anak yatim, orang tua, saudara dan orang lain yang membutuhkan bantuan yang diisyaratkan dalam Agama Islam. Sedekah adalah memberi sesuatu terhadap orang lain karena mengharapkan keridhaan dan rahmat dari Allah dan tidak mengharapkan imbalan apa pun (Uyun, 2015).

Indonesia merupakan negara yang berkembang dan negara yang mayoritas penduduk muslim yaitu 86,88% atau lebih dari 207 juta penduduk muslim di Indonesia (Kemendagri, 2021). Jumlah populasi penduduk yang besar ini memiliki potensi yang tinggi untuk pengumpulan ZIS. Dimana, ZIS memainkan peran penting sebagai sarana mendistribusikan pendapatan dan kekayaan dari orang kaya ke orang miskin. ZIS tidak hanya ditujukan untuk membantu masyarakat kecil, tetapi memiliki implikasi jangka panjang. Sehingga, ZIS adalah bentuk keuangan sosial Islam dan sarana potensial untuk mengentaskan kemiskinan dan memperkuat status ekonomi masyarakat (Khalil *et al.*, 2020). Dengan demikian, ZIS menjadi instrumen yang paling penting

dalam ekonomi syariah yaitu menjadi solusi untuk mencapai sebuah kesejahteraan.

Dalam menghadapi era *society* 5.0, kemajuan teknologi semakin banyak digunakan oleh masyarakat. Salah satu penyebabnya adalah karena teknologi telah memberikan kemudahan bagi semua pekerjaan dan kehidupan sehari-hari, sehingga setiap orang akan relatif memiliki akses yang lebih mudah. Perkembangan teknologi ini juga menciptakan tren baru bagi kehidupan masyarakat, yaitu membuat media interaksi antara manusia berubah menjadi lebih efisien. Fenomena ini disebut sebagai disrupsi teknologi yaitu lompatan perubahan yang mengubah teknologi ke arah digital yang lebih baru, lebih bermanfaat, cepat dan efisien (Firdaus, 2020).

Disrupsi teknologi mendorong munculnya tren baru. Salah satunya adalah industri keuangan berbasis digital atau *fintech*. Menurut OJK, *financial technology* (*fintech*) merupakan inovasi teknologi di sektor jasa keuangan. Biasanya, produk dari *fintech* adalah gabungan dari sistem digital dan operasional keuangan. Sehingga operasional dan transaksi keuangan dijalankan dengan menggunakan sistem dan mekanisme digital (OJK, 2020). *Financial technology* merupakan hasil gabungan dari alat teknologi dan layanan keuangan, yang pada akhirnya mengubah model transaksi tradisional menjadi model transaksi modern. Pelaksanaan transaksi modern membutuhkan waktu lebih sedikit dalam proses bertransaksi keuangan (Cahyanti, 2020).

Keberadaan *fintech* telah mempermudah layanan di sektor keuangan. Hal ini karena proses yang lebih cepat dan bersifat fleksibel. Salah satu contoh

inovasi teknologi dari keuangan (*fintech*) adalah bank digital dan dompet elektronik (*e-wallet*) yang masuk ke dalam kategori pembayaran (*payment, settlement, and clearing*). Bank digital dan dompet elektronik merupakan sebuah fitur yang dikembangkan untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran secara *online*. Munculnya bank digital dan dompet elektronik di kalangan masyarakat dapat membentuk fenomena *cashless society*, dimana masyarakat tidak lagi bergantung pada uang tunai dalam melakukan transaksi finansial, namun beralih menggunakan aktivitas transaksi secara *online* (Ichwan, 2020).

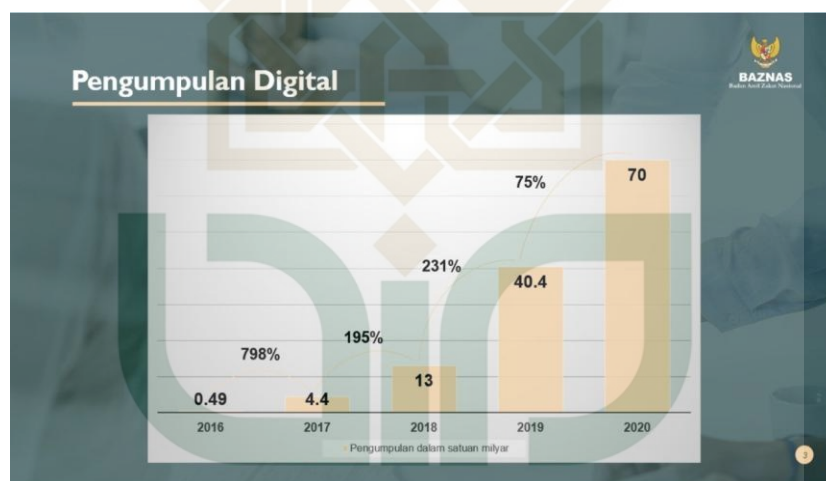
Perkembangan pembayaran ZIS telah menjadi esensi bagi BAZNAS saat ini. Secara tradisional, pembayaran ZIS dilakukan secara langsung kepada mereka yang dipekerjakan untuk mengumpulkan dana (amil) atau melalui panitia pembayaran ZIS (Jamaludin *et al.*, 2017). Di era digital ini, inovasi atas kebijakan pengumpulan ZIS didasarkan pada penggunaan dan pemanfaatan sistem teknologi. Salah satu inisiatif utama yang dilakukan oleh BAZNAS adalah digitalisasi pembayaran ZIS. Sehingga, siapa pun dapat melakukan pembayaran ZIS secara online kapan saja dan di mana saja (Astuti & Prijanto, 2021).

Secara umum, BAZNAS telah melakukan upaya digitalisasi melalui dua *platform* yaitu *platform* internal dan *platform* eksternal. Untuk *platform* internal, BAZNAS telah melakukan digitalisasi pada layanan pengumpulan dana ZIS dengan menggunakan beberapa fasilitas, di antaranya adalah website BAZNAS itu sendiri. Selain melalui website, BAZNAS juga telah

mengembangkan aplikasi berbasis android dalam mengumpulkan dana ZIS dari para setiap orang muslim dan muzaki. Hanya dengan beberapa langkah, pembayaran ZIS dapat dengan mudah untuk ditunaikan. BAZNAS juga bekerjasama dengan penyedia *platform* eksternal dalam mengumpulkan dana ZIS yaitu dengan cara bekerja sama dengan perusahaan *fintech*, yang mana BAZNAS telah bekerja sama dengan bank digital dan menggandeng berbagai *platform* dompet elektronik (*e-wallet*) seperti Go Pay, OVO, Link Aja, Dana, Shopee Pay dan lain-lain (BAZNAS, 2022). Inovasi ini merupakan upaya untuk mengefektifkan penghimpunan dana ZIS, sebagai langkah melebarkan sayap dan mendorong lebih banyak umat Islam untuk membayar zakat, infak dan sedekah. Sehingga dengan adanya *fitur* pembayaran dana ZIS melalui *fintech*, kaum milenial dapat berkontribusi lebih mudah untuk pembayaran ZIS.

Adanya pandemi Covid-19 mendorong dalam peningkatan digitalisasi dalam membayar ZIS. Digitalisasi besar-besaran yang dilakukan BAZNAS pada akhirnya memudahkan masyarakat untuk membayar ZIS melalui *platform online*. Pernyataan ini dapat dianggap relevan karena adanya bukti bahwa selama pandemi COVID-19 ada, penggunaan saluran donasi melalui kanal digital mengalami kenaikan sebesar 11% dan cara ber donasi dengan rata-rata kenaikan donasi secara digital sebesar 72%. Ini sejalan dengan pernyataan dan hasil penelitian Pusat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syariah-Universitas Indonesia (FEB-UI) tahun 2020, yang menyatakan bahwa transaksi zakat, infak, dan sedekah meningkat 26,1 % selama pandemi karena adanya peningkatan adopsi teknologi digital oleh lembaga amil zakat (Evandio, 2021).

Pengaruh positif COVID-19 yang tinggi terhadap pembayaran ZIS secara online dapat diukur dengan jumlah dana ZIS yang terkumpul secara online. Selama pandemi, pada tahun 2020 jumlah zakat, infak, dan sedekah (ZIS) meningkat sebesar 39,29 % dibandingkan tahun sebelumnya. BAZNAS juga mencatat adanya kenaikan nilai dana ZIS secara daring dari tahun - ke tahun. Pada Gambar I. 1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 ada 4,4 milyar rupiah dana yang terkumpul. Sedangkan tahun 2020 menjadi 70 milyar dana ZIS yang terkumpul secara online (Firmansyah & Pandam Sari, 2020).



Gambar 1.1 Data Pengumpulan Dana ZIS Digital 2016-2020

Sumber: Loka Data

Perolehan jumlah dana zakat infak dan sedekah yang dikumpulkan secara online melalui *platform* digital masih kecil dan belum bisa melebihi pendapatan ZIS yang dikumpulkan secara langsung atau secara konvensional. Karenanya, pembayaran dana ZIS masih didominasi oleh penyaluran secara konvensional dibandingkan secara digital. Buktinya, berdasarkan publikasi P. K. BAZNAS (2022) pada tahun 2020 dana ZIS yang terkumpul secara keseluruhan mencapai Rp 12.43 triliun, sedangkan dana yang terkumpul

secara digital hanya Rp 70 miliar. Artinya, baru 6,74% dana terkumpul melalui *platform* digital. Sejalan dengan pernyataan Rizaludin Kurniawan sebagai pimpinan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) bahwa dibandingkan pembayaran ZIS secara konvensional, porsi masyarakat yang membayar zakat secara digital baru mencapai angka 25% saja (Suyudi, 2021). Hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat adopsi masyarakat terhadap pembayaran ZIS secara digital masih tergolong kategori rendah.

Teknologi yang semakin canggih memudahkan masyarakat untuk melakukan pembayaran zakat, infak dan sedekah secara *online*. Namun, rendahnya tingkat adopsi masyarakat terhadap pembayaran ZIS secara digital ini tentunya disebabkan oleh beberapa faktor. Diantaranya, masyarakat masih memiliki pengetahuan atau kemampuan yang minim tentang pembayaran ZIS berbasis digital. Sehingga, belum terbiasanya masyarakat untuk menyalurkan ZIS secara digital. Hal ini sesuai dengan hasil survei Forum Zakat (FOZ) dan Philanthropy Indonesia (FI) dalam penelitiannya yang menjelaskan bahwa perolehan Zakat, Infaq dan sedekah yang dihimpun melalui platform digital masih rendah dan belum bisa melebihi penghimpunan ZIS secara tradisional. Hal ini disebabkan rendahnya kapasitas masyarakat dan kebiasaan praktik penyaluran ZIS secara digital (Husaini, 2021). Artinya kebiasaan untuk menyalurkan dana ZIS secara tradisional langsung kepada amil atau memberikan langsung kepada penerima manfaat masih menjadi kebiasaan di kalangan masyarakat. Selain itu, banyak masyarakat yang masih memiliki religiositas tinggi. Merasa lebih afdal untuk memberikan ZIS secara langsung

kepada penerima manfaat yang masih merupakan saudara atau karib kerabat (Arwita, 2022).

Faktor lain yaitu penggunaan teknologi yang tinggi belum dibarengi atau didampingi (sesuai) dengan tingkat literasi yang tinggi juga. Saat ini, penggunaan alat digital teknologi belum dipakai maksimal oleh penggunanya, khususnya penggunaan teknologi dalam bidang filantropi Islam dalam bidang pembayaran zakat, infak dan sedekah secara *online*. Oleh karena itu, masyarakat yang sudah memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang pembayaran ZIS secara digital juga belum tentu seluruhnya memanfaatkan *platform* digital dalam membayar zakat, infak dan sedekah dengan optimal (Suwari, 2022).

Selanjutnya, pada praktik pelaksanaan zakat, infak dan sedekah secara digital atau *online* tidak memiliki dasar hukum yang jelas baik dalam Nash al-Qur'an maupun hadits. Sehingga, penggunaan teknologi sebagai metode pembayaran zakat, infak dan sedekah masih memiliki kelemahan dari aspek regulasi dan legal syariah (Sakinah, 2019). Jika dilihat dari sisi penggunaan *platform* digital untuk membayar ZIS secara *online* memiliki kemajuan yang sangat cepat. Namun belum dibarengi dengan regulasi yang baik. Baik dari sisi fikih maupun legal formal seperti undang-undang atau Fatwa DSN MUI.

Faktor selanjutnya adalah masih kurangnya sosialisasi dan edukasi cara pembayaran dan manfaat pembayaran dana ZIS secara *online* dari pihak BAZNAS kepada masyarakat. Tujuannya agar masyarakat semakin mengenal alternatif pembayaran zakat, infak dan sedekah yang lebih praktis melalui

kanal digital secara *online*. Efek dari sosialisasi, edukasi yang kurang dan tidak didukungnya regulasi yang formal dan baik, maka masih ada tanggapan yang muncul bahwa zakat, infak dan sedekah dilakukan secara konvensional atau ditunaikan secara langsung. Padahal, hal itu bukan syarat sah dalam pelaksanaannya. Dengan demikian, edukasi dan sosialisasi mengenai pembayaran ZIS secara digital tetap ditingkatkan (Suyudi, 2021).

Variabel lain yang menjadi faktor penyebab ialah Indonesia masih mengalami ketimpangan atau kesenjangan digital. Hamid Abidin selaku Direktur Eksekutif Filantropi Indonesia menjelaskan bahwa kualitas internet yang buruk membuat sebagian masyarakat di daerah terpencil atau pedesaan tidak memahami atau memiliki akses yang rendah terhadap teknologi digital. Situasi ini yang membuat sedikit sulit untuk mensosialisasikan tentang praktik zakat, infak sedekah secara online. Sisi lain, kejahatan dunia maya atau digital seperti sistem crash, hacking dalam sistem elektronik, manipulasi data, pencurian data, akses tidak sah (ilegal) yang meraja lela serta penipuan online yang masih menjadi kendala dalam pelaksanaan zakat, infak dan sedekah secara online. Sehingga, keseluruhan variabel ini masih menjadi masalah dan hal yang perlu diwaspadai dan diantisipasi oleh lembaga amil zakat (Widyastuti, 2020)

Studi dalam konteks penerimaan sebuah teknologi dan sistem informasi sebahagian besar menggunakan teori perilaku konsumen *unified theory acceptance and use of technology* (UTAUT). UTAUT merupakan teori penerimaan dan penggunaan teknologi informasi terbaru yang komprehensif dan merupakan pengembangan teori perilaku konsumen sebelumnya dengan

menyatukan karakteristik terbaik dari 8 teori sebelumnya. UTAUT digunakan untuk memprediksi niat penggunaan suatu teknologi informasi serta adopsi sebuah teknologi yang dipengaruhi oleh 4 variabel utama yang signifikan yaitu: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial dan kondisi yang memfasilitasi dengan 4 variabel moderasi (jenis kelamin, penggunaan secara sukarela, usia, pengalaman) yang akan memperkuat relasi antara variabel utama terhadap niat perilaku dan intensi terhadap perilaku penggunaan suatu teknologi (Venkatesh *et al.*, 2003).

Perkembangan teknologi yang semakin maju, Venkatesh *et al.* (2012) melakukan mengembangkan dan membuat beberapa modifikasi pada model UTAUT sebelumnya. Model UTAUT sebelumnya dikembangkan melalui review dari prior UTAUT yang lama dengan menambahkan 3 variabel utama yaitu: motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan serta menghilangkan penggunaan secara suka rela dari variabel moderasinya. Penambahan pada variabel UTAUT awal ini disebut dengan *unified theory acceptance and use of technology 2* (UTAUT-2) yang dikembangkan melalui review dari prior UTAUT sebelumnya. Asumsi dasar dalam pengembangan UTAUT-2 adalah berfokus dan berpusat pada konteks konsumen dalam pengguna sistem teknologi (Venkatesh *et al.*, 2012).

Teori UTAUT-2 yang dijelaskan sebelumnya telah banyak digunakan peneliti sebelumnya untuk menjelaskan penerimaan sebuah teknologi dalam berbagai konteks. Penelitian Soodan & Rana (2020), Chresentia & Suharto (2020), Intarot & Beokhaimook (2018) mengaplikasikan UTAUT-2 dalam

konteks penerimaan penggunaan *E-wallet*. Penelitian Alamanda *et al.* (2021), Human *et al.* (2020) Cabrera-Sánchez *et al.* (2020), Singh & Matsui (2017) menggunakan UTAUT-2 dalam konteks penerimaan *E-commerce*. Dalam konteks penerimaan dan penggunaan teknologi *fintech*, UTAUT-2 telah diaplikasikan dalam penelitian Senyo & Osabutey (2020), Ahmad *et al.* (2021), Septiani *et al.* (2020). Penelitian Li *et al.* (2017), Wisesa *et al.* (2019), P & Manohar (2021) telah mengaplikasikan UTAUT-2 dalam konteks penggunaan *platform crowdfunding*. Penelitian Merhi *et al.* (2019), Samsudeen *et al.* (2021), Nguyen *et al.* (2020) menggunakan UTAUT-2 dalam memprediksi niat berperilaku untuk mengadopsi M-Banking

Selanjutnya, variabel UTAUT-2 sudah menjadi variabel-variabel yang sering digunakan oleh para peneliti dalam mengukur niat dan keputusan untuk penerimaan sebuah sistem teknologi dalam berbagai konteks. Variabel-variabel ini telah terbukti secara statistik memiliki hubungan yang signifikan terhadap niat berperilaku untuk mengadopsi atau menggunakan sebuah teknologi. Penelitian Chayom-chai *et al.* (2020), Li *et al.* (2017), Tarhini *et al.* (2019) menunjukkan bahwa variabel ekspektasi kinerja dan fasilitas kondisi memiliki pengaruh terhadap niat berperilaku untuk mengadopsi teknologi dan penelitian Akhtar *et al.* (2019), Kaur & Arora (2020), Penney *et al.* (2021) dan Tenk *et al.* (2020) telah menunjukkan adanya hubungan yang positif antara ekspektasi usaha dan faktor sosial terhadap niat berperilaku untuk mengadopsi teknologi. Hasil penelitian Fatima *et al.* (2021), Kapsler & Abdel Rahman (2019), Marpaung *et al.* (2021) dan Sankaran & Chakraborty (2021) menunjukkan

bahwa adanya hubungan motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan terhadap niat berperilaku untuk mengadopsi sebuah teknologi.

Akan tetapi, dalam penelitian Kwateng *et al.* (2018) dan Ridzky & Sarno (2020) menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan faktor sosial tidak berpengaruh terhadap niat berperilaku untuk mengadopsi sebuah teknologi. Penelitian Merhi *et al.* (2019), Senyo & Osabutey (2020) dan Wu *et al.* (2021) menunjukkan tidak adanya pengaruh yang positif antara motivasi hedonis dan kebiasaan terhadap niat perilaku untuk mengadopsi sebuah teknologi. Penelitian Odusanya *et al.* (2019) dan Senyo & Osabutey (2020) menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel fasilitas kondisi dan nilai harga terhadap niat perilaku untuk mengadopsi sebuah teknologi.

Berdasarkan penelitian terdahulu, penulis berasumsi bahwa teori *unified theory acceptance and use of technology* (UTAUT-2) yang tercerminkan dengan variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan relatif belum stabil dalam niat berperilaku dan penerimaan teknologi. Sehingga dalam penelitian ini, penulis memasukkan variabel religiositas ke dalam model UTAUT-2 untuk memprediksi niat berperilaku membayar ZIS secara *online* melalui *Fintech* sebagai variabel tambahan dan sekaligus menjadi kebaruan dan pembeda dengan penelitian sebelumnya. Dimana, dalam penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan Kasri & Yuniar (2021) dan Sulaeman & Ninglasari (2020) hanya menggunakan variabel UTAUT dan UTAUT-2 saja

tanpa menambahkan variabel religiositas kedalam penelitiannya sebagai penentu niat pembayaran zakat secara online.

Religiositas adalah ciri seseorang yang tunduk pada agamanya dengan mengikuti semua perintah dan menghindari larangan agama. Orang yang dianggap religius umumnya mengikuti agamanya dengan baik. Dalam Islam, bukti ketundukan Muslim dapat ditemukan melalui zakat, infak dan sedekah. Artinya semakin tinggi tingkat religiositas seseorang maka semakin patuh dalam memenuhi kewajiban pembayaran ZIS (Hapsari & Priyadi, 2020a). Kasri & Ramli (2019) menjelaskan bahwa faktor religiositas adalah domain penting yang dapat memengaruhi keputusan seorang muzaki untuk melakukan transaksi pembayaran ZIS. Karena faktor religiositas memainkan peran penting dalam membentuk sikap, niat dan perilaku seseorang untuk membayar zakat, infak dan sedekah baik secara langsung maupun secara digital.

Hasil penelitian Akmila *et al.* (2022), Hidayatullah & Purbasari (2022) menunjukkan bahwa religiositas memiliki peran yang tinggi terhadap niat untuk menunaikan dan membayar dana kebaikan zakat, infak dan sedekah. Akan tetapi hasil penelitian Kurniaputri *et al.* (2020) menyebutkan bahwa seseorang yang saleh dengan religius yang tinggi tidak dapat diukur hanya dengan menunaikan kewajiban zakat saja. Artinya, dalam menunaikan zakat, infak dan sedekah tidak didominasi oleh faktor religiositas saja. Hal ini karena pemahaman tiap individu terhadap religiositas dalam melaksanakan ajaran agama berbeda satu sama lain. Sehingga membayar ZIS tidak dapat ditentukan oleh seberapa tinggi tingkat religiositas seseorang.

Penelitian ini dilakukan di pulau Jawa, dengan alasan bahwa berdasarkan laporan Badan Aksesibilitas Telekomunikasi dan Informasi (BAKTI) Kementerian Informasi dan Komunikasi (Menkominfo), penetrasi internet di Indonesia masih didominasi oleh penduduk pulau Jawa. Hal ini sesuai dengan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2020, Jawa menyumbang 41,7% dari 73,3% total populasi pengguna internet di Indonesia yang berjumlah 109,6 juta jiwa penduduk (CNN Indonesia, 2021). Keberadaan jaringan internet yang lebih memadai dan dengan jumlah penduduk paling banyak dalam mengakses internet. Dapat diasumsikan bahwa Pulau Jawa menjadi penyumbang masyarakat terbanyak untuk melakukan pembayaran ZIS secara *online*.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*?
2. Apakah ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*?
3. Apakah pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*?
4. Apakah kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*?

5. Apakah motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*?
6. Apakah nilai harga (*price value*) berpengaruh terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*?
7. Apakah kebiasaan (*habit*) berpengaruh terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*?
8. Apakah religiositas berpengaruh terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaruh ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*.
2. Untuk menjelaskan pengaruh ekspektasi usaha (*effort expectancy*) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*.
3. Untuk menjelaskan pengaruh faktor sosial (*social influence*) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*.
4. Untuk menjelaskan pengaruh kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*.

5. Untuk menjelaskan pengaruh motivasi hedonis (*hedonic motivation*) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*.
6. Untuk menjelaskan pengaruh nilai harga (*price value*) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*.
7. Untuk menjelaskan pengaruh kebiasaan (*habit*) terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*.
8. Untuk menjelaskan pengaruh religiositas terhadap niat membayar zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Ilmiah

Penelitian ini memberikan manfaat teoritis kepada cakrawala keilmuan dan pengetahuan dalam menjelaskan determinan penting dari niat pembayaran ZIS secara *online* melalui *fintech*. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu acuan (literatur) guna untuk memberikan pemahaman, gambaran, dan informasi dalam melakukan pengembangan penelitian selanjutnya mengenai determinan niat pembayaran zakat, infak dan sedekah (ZIS) secara *online* melalui *fintech*.

2. Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis, yakni untuk lembaga BAZNAS dan organisasi pengelola zakat (OPZ). Hasil penelitian

ini bisa dijadikan pertimbangan dan bahan masukan serta saran dalam pengambilan keputusan untuk inovasi dan strategi perkembangan mengenai pembayaran ZIS secara *online* melalui *fintech*

E. Sistematika Pembahasan

Tesis ini terdiri dari lima Bab. Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini berisikan pemaparan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan. Penjelasan lebih rinci mengenai bab pertama dijelaskan lebih lanjut pada bab kedua.

Bab kedua adalah landasan teori dan pengembangan hipotesis. Pada bab kedua, penulis menyajikan landasan teori penelitian, kajian pustaka (penelitian terdahulu), penjelasan pengembangan hipotesis serta kerangka penelitian. Pada landasan teori, penulis memaparkan penjelasan tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian. Pada kajian pustaka, penulis menguraikan kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan model penelitian tesis ini. Selanjutnya, penulis memaparkan tentang pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran pada penelitian ini.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Pada bab ini, penulis memaparkan bagian-bagian dari metode penelitian yang terdiri dari: populasi, sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta analisis dan pengujian hipotesis.

Bab keempat adalah hasil analisis data dan pembahasan. Pada bab ini, penulis menguraikan penjelasan mendalam mengenai analisis deskriptif responden dan hasil penelitian berdasarkan hasil analisis data yang telah di

uji. Dalam bab ini, akan didapatkan bagian yang menjelaskan diterima atau tidaknya hipotesis penelitian yang telah di ajukan dan pembahasan terhadap hasil pengujian hipotesis.

Bab kelima adalah penutup. Bab ini terdiri dari empat bagian yaitu: kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Variabel ekspektasi kinerja (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi milenial untuk berperilaku membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*. Artinya, semakin kuat dan banyak manfaat yang diterima saat membayar ZIS secara *online*, maka niat milenial untuk membayar ZIS secara *online* melalui *fintech* juga semakin kuat. Sehingga, hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima.
2. Variabel ekspektasi usaha (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi milenial untuk berperilaku membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*. Artinya, membayar ZIS secara *online* melalui *fintech* di kalangan generasi milenial dianggap masih rumit dan harus memiliki banyak usaha. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini ditolak.
3. Variabel pengaruh sosial (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi milenial untuk berperilaku membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*. Artinya, hadirnya dukungan dan kepercayaan yang dipersepsikan dari orang lain (faktor sosial), dapat meningkatkan niat dalam membayar ZIS secara *online* melalui *fintech* dikalangan generasi milenial.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dua (H3) dalam penelitian ini diterima.

4. Variabel kondisi yang memfasilitasi (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi milenial untuk berperilaku membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*. Dimana, tersedianya sumber daya dan infrastruktur yang baik dapat meningkatkan niat generasi milenial untuk membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*. Sehingga, hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini diterima.
5. Variabel nilai harga (X5) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi milenial untuk berperilaku membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*. Artinya, manfaat yang didapatkan belum sesuai dengan harga yang di bayarkan saat membayar ZIS secara *online* melalui *fintech* di kalangan generasi milenial. Dengan demikian, hipotesis ke lima (H5) dalam penelitian ini ditolak.
6. Variabel motivasi hedonis (X6) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi milenial untuk berperilaku membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*. Sehingga, adanya niat generasi milenial untuk membayar ZIS secara *online* melalui *fintech* bukan karena adanya kesenangan dan kegembiraan yang dapat ditimbulkan saat membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*. Oleh karena itu, hipotesis ke enam (H6) dalam penelitian ini ditolak.
7. Variabel kebiasaan (X7) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi milenial untuk berperilaku membayar ZIS secara *online* melalui

fintech. Artinya, semakin tinggi kebiasaan generasi milenial dalam menggunakan *fintech*, maka niat untuk membayar ZIS secara *online* melalui *fintech* semakin tinggi pula. Oleh karena itu, hipotesis ketujuh (H7) dalam penelitian ini diterima.

8. Variabel religious (X8) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi milenial untuk berperilaku membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*. Artinya, Semakin tinggi religious generasi milenial, maka niat untuk membayarkan ZIS secara *online* melalui *fintech* semakin tinggi. Sehingga, Hipotesis ke delapan (H8) dalam penelitian ini diterima.

B. Implikasi Penelitian

Adapun implikasi dari penelitian ini adalah:

1. Implikasi teoritis (ilmiah).

Temuan ini berimplikasi pada pengembangan model perilaku konsumen, terutama dalam topik niat perilaku untuk membayar ZIS secara *online* melalui *fintech* dengan penambahan fenomena luas lainnya yang terjadi, serta memberikan wawasan yang berguna bagi perspektif akademisi, khususnya dari sisi kaca mata 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 *online* melalui *fintech*.

2. Implikasi kebijakan (praktis). Implikasi kebijakan yang dapat dilakukan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

Pertama, pengaruh sosial merupakan faktor dominan yang mampu memengaruhi niat berperilaku untuk membayar ZIS secara *online* melalui *fintech* di kalangan generasi milenial pulau Jawa. Hal ini menunjukkan bahwa gerakan ZIS secara *online* memerlukan ajakan dan jaminan kepercayaan dari orang sekitar atau dari orang-orang yang di anggap penting. Sehingga, peran media sosial dan media pemasaran lainnya sangat dibutuhkan, guna sebagai ajakan dalam menyampaikan informasi mengenai digitalisasi pembayaran ZIS secara *online*. Dengan demikian, media informasi digital sangat berperan untuk mendorong dan memperkuat faktor sosial dalam digitalisasi ZIS. Selain itu, paradigma pemasaran mengenai ZIS secara *online* harus terus ditingkatkan dari pihak BAZNAS dan OPZ. Guna untuk mencakup pasar muzaki, *munfik* dan *musaddiq* yang lebih banyak dan luas, khususnya untuk masyarakat yang masih tinggal di daerah pedesaan. Akibatnya, digitalisasi menjadi peluang untuk meluaskan jangkauan di masyarakat luas dalam menyebarkan informasi terkait zakat, infak dan sedekah secara *online*.

Kedua, dari sisi regulasi, seharusnya BAZNAS atau lembaga yang berwenang lainnya membuat regulasi yang sah secara tertulis atau mengesahkan Undang-Undang tentang ZIS digital. Hal ini bertujuan untuk menghilangkan keraguan serta dapat meningkatkan kepercayaan kepada

umat muslim khususnya generasi milenial tentang kebolehan membayar ZIS secara *online* melalui digital.

C. Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini belum sempurna, kekurangan serta keterbatasan dalam penelitian ini adalah:

1. Sampel sasaran dalam penelitian ini masih berbentuk kelompok (kluster) yaitu hanya fokus pada kelompok generasi milenial saja yang berada di pulau Jawa. Sedangkan generasi Z yang sudah melek teknologi dan sudah memiliki literasi tentang ZIS secara umum tidak dimasukkan ke dalam sampel penelitian ini.
2. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian keprilakuan yang masih pada titik utama yaitu niat berperilaku (*intention behaviour*). Sehingga, sampel dalam penelitian ini tidak sepenuhnya melibatkan generasi milenial yang benar-benar sudah berperilaku dalam membayar ZIS secara *online* melalui *fintech*.

Adapun saran yang disampaikan peneliti adalah:

1. Untuk peneliti selanjutnya, agar dapat mengembangkan model penelitian yang sudah ada dan dapat meneliti sampai kepada berperilaku aktual sesungguhnya (*use/actual behaviour*) dalam melihat penerimaan pembayaran ZIS secara *online* melalui *fintech*.
2. Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan menggunakan sampel yang tidak ber kluster pada setiap generasi dan memiliki jangkauan luas menyeluruh di

semua wilayah Indonesia. Sehingga, hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan di seluruh Indonesia dan di berbagai generasi yang ada.

3. Jumlah responden dalam penelitian ini masih harus ditingkatkan lagi untuk dapat mencerminkan populasi yang sesungguhnya.
4. Untuk pihak organisasi pengelola zakat (OPZ) perlu adanya sinergitas dan kolaborasi yang kuat dengan pihak management *platform online* media digital (*digital fundraising*) khususnya *fintech* dalam mendukung dan membangun minat masyarakat agar lebih tertarik untuk melakukan pembayaran ZIS secara *online*. Sehingga pemanfaatan *platform online* media digital (*digital fundraising*) khususnya *fintech* dapat terus berkembang sebagai instrument pembayaran ZIS yang berkelanjutan.
5. BAZNAS selaku koordinator pengelolaan zakat nasional harus bekerja sama dan bersinergi dengan organisasi pengelola ZIS, masyarakat, dan pemerintah untuk lebih mengoptimalkan dalam mengedukasi dan mensosialisasikan metode pembayaran ZIS secara digital khususnya melalui *platform fintech* serta memanfaatkan teknologi media digital dalam program sosialisasi dan edukasi digitalisasi ZIS secara online. Karena, peningkatan modifikasi dan transisi digital di semua lapisan masyarakat akan membantu mengefektifkan penghimpunan zakat, infak dan sedekah. Sehingga, sosialisasi, publikasi dan regulasi yang optimal dapat mendukung pemerataan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memaksimalkan ZIS.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. M. (2019). Social Cognitive Theory: A Bandura Thought Review published in 1982-2012. *PSIKODIMENSIA*, 18(1), 85. <https://doi.org/10.24167/psidim.v18i1.1708>
- Afandi, M. Y. (2022). Antecedents of Digitizing ZIS Payments: A TAM and TPB Approaches. *Journal of Finance and Islamic Banking*, Vol. 4 No. 2. <https://doi.org/10.22515/jfib.v4i2.4899>
- Agustiningih, M. D., Savitrah, R. M., & Lestari, P. C. A. (2021a). Escalation Of Online Zakat In New Normal. *Journal of Finance and Islamic Banking*, Vol. 4 No. 1. https://www.researchgate.net/profile/Ravika-Savitrah/publication/354776269_Escalation_of_Online_Zakat_in_New_Normal/links/614bf7703c6cb310698781a2/Escalation-of-Online-Zakat-in-New-Normal.pdf
- Agustiningih, M. D., Savitrah, R. M., & Lestari, P. C. A. (2021b). Indonesian young consumers' intention to donate using sharia *fintech*. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, Vol. 3, Issue 1. <https://journal.uui.ac.id/AJIM/article/view/19135>
- Ahmad, S., Urus, S. T., & Nazri, S. N. F. S. M. (2021). Technology Acceptance Of Financial Technology (*Fintech*) For Payment Services Among Employed Fresh Graduates. *Asia-Pacific Management Accounting Journal*, Volume 16(Issue 2). <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/6054/1/6054.pdf>
- Aji, H. M., Albari, Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: An insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, Vol. 12 No. 1. <http://dx.doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0136>
- Akhtar, S., Irfan, M., Kanwal, S., & Pitafi, A. H. (2019). Analysing UTAUT with trust toward mobile banking adoption in China and Pakistan: Extending with the effect of power distance and uncertainty avoidance. *Int. J. Financial Innovation in Banking*, Vol. 2, No. 3. <http://dx.doi.org/10.1504/IJFIB.2019.10023966>
- Akmila, F., Sandy, R., & Indriyani, F. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Motivasi Filantropi Mahasiswa melalui Pembayaran Zakat, Infak, dan Shadaqah. *Islamic Economics and Finance Journal*, Vol. 1(1). <https://journal.scimadly.com/index.php/iefj/article/view/10/9>
- Alalwan, A. A., Dwived, Y. K., Ranab, N. P., & Algharabat, R. (2017). Examining factors influencing Jordanian customers' intentions and

- adoption of internet banking: Extending UTAUT2 with risk. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.026>
- Alam, M. Z., Hu, W., Hoque, M. R., & Kaium, M. A. (2020). Adoption intention and usage behavior of mHealth services in Bangladesh and China: A cross-country analysis. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 14(1), 37–60. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-03-2019-0023>
- Alamanda, D. T., Wibowo, L. A., Munawar, S., & Nisa, A. K. (2021). The Interest of Technology Adoption in E-Commerce Mobile Apps Using Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 in Indonesi. *International Journal of Applied Business and International Management*, Vol. 6 No. 3.
<https://www.ejournal.aibpm.org/index.php/IJABIM>
- Al-Azawei, A., & Alowayr, A. (2020). Predicting the Intention to Use and Hedonic Motivation for Mobile Learning: A Comparative Study in Two Middle Eastern Countries. *Technology in Society*.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101325>
- Ali, H., & Purwandi, L. (2017). *The Urban Middle-Class Millenials Indonesia: Financial and Online Behavior*. PT Alvara Strategi Indonesia.
- Almunawar, M. N., Anshari, M., & Ariff Lim, S. (2021). Customer acceptance of ride-hailing in Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(3), 443–462. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-09-2019-0082>
- Al-Okaily, M., Rahman, M. S. A., & Ali, A. (2019). Factors Affecting The Acceptance Of Mobile Payment Systems In Jordan: The Moderating Role Of Trust. *Journal of Information System and Technology Management*, Vol. 4(15). <https://doi.org/10.35631/jistm.415002>
- Al-Zuhayly, W. (2005). *Zakat Kajian Berbagai Mazhab*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2005). *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikolog*. Pustaka Pelajar.
- Arain, A. A., Hussain, Z., Rizvi, W. H., & Vighio, M. S. (2019). Extending UTAUT2 toward acceptance of mobile learning in the context of higher education. *Universal Access in the Information Society*.
<https://doi.org/10.1007/s10209-019-00685-8>
- Arwita, N. (2022). Indonesia Berpotensi Zakat Digital. *UNIMALNEWS*.
<https://news.unimal.ac.id/index/single/2937/indonesia-berpotensi-zakat-digital>
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Factors Affecting Muzaki's Interest in Paying Zakat through Kitabisa.com: Technology Acceptance Model Approach

- and Theory of Planned Behavior. *AL-MUZARA'AH*, Vol. 9 No. 1. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jalmuzaraah/article/view/32702>
- Athar, M. D. A., & Arif, M. N. R. A. (2021). The Intention of Millennial Generation in Paying Zakat through Digital Payments. *International Journal of Islamic Business and Economics*, Vol 5 No 1. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v5i1.3675>
- Baabdullah, A. M. (2018). Consumer adoption of Mobile Social Network Games (M-SNGs) in Saudi Arabia: The role of social influence, hedonic motivation and trust. *Technology in Society*. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.01.004>
- Bahri, E. S., Suhaeti, A., & Nasution, N. (2021). Trust, Religiosity, Income, Quality Of Accounting Information, And Muzaki Decision To Pay Zakat. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, Volume 9 (1). <https://doi.org/10.35836/jakis.v9i1.217>
- BAZNAS, P. K. (2022). *Outlook Zakat Indonesia 2022*. BAZNAS Indonesia.
- Berakon, I., Wibowo, M. G., Nurdany, A., & Aji, H. M. (2021). An expansion of the technology acceptance model applied to the halal tourism sector. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0064>
- Berkup, S. B. (2014). Working With Generations X And Y In Generation Z Period: Management Of Different Generations In Business Life. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSEER Publishing*, Vol 5 No 19. <https://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/view/4247/4153>
- Bin-Nashwan, S. A. (2022). Toward diffusion of e-Zakat initiatives amid the COVID-19 crisis and beyond. *Foresight*, 24(2), 141–158. <https://doi.org/10.1108/FS-08-2020-0082>
- Cabrera-Sánchez, J.-P., Ramos-de-Luna, I., Carvajal-Trujillo, E., & Villarejo-Ramos, Á. F. (2020). Online Recommendation Systems: Factors Influencing Use in E-Commerce. *Sustainability*, Vol 12 No. 888. [mdpi.com/2071-1050/12/21/8888](https://doi.org/10.3390/s12128888)
- 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*. 9(1), 1–16.
- cahyanti, F. N. E. (2020). Analisis Preferensi Muzakki Dalam Membayar Zakat Secara Online. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UB*. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6490/5662>
- Chang, C.-M., Liu, L.-W., Huang, H.-C., & Hsieh, H.-H. (2019). Factors Influencing Online Hotel Booking: Extending UTAUT2 with Age, Gender, and Experience as Moderators. *Information*. https://www.researchgate.net/publication/335709069_Factors_Influencing

- Online Hotel Booking Extending UTAUT2 with Age Gender and Experience as Moderators
- Chayom chai, A., Phonsir, W., Junjit, A., Boongapim, R., & Suwannaputit, U. (2020). Factors affecting acceptance and use of online technology in Thai people during COVID-19 quarantine time. *Management Science Letters*. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.5.024>
- Chen, L., Rashidin, Md. S., Song, F., Wang, Y., Javed, S., & Wang, J. (2021). Determinants of Consumer's Purchase Intention on Fresh E-Commerce Platform: Perspective of UTAUT Model. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/21582440211027875>
- Cheng, Y., Sharma, S., Sharma, P., & Kulathunga, K. (2020). *Role of Personalization in Continuous Use Intention of Mobile News Apps in India: Extending the UTAUT2 Model*. Vol.11 No 33. <http://dx.doi.org/10.3390/info11010033>
- Chresentia, S., & Suharto, Y. (2020). Assessing Consumer Adoption Model On E-Wallet: An Extended Utaut2 Approach. *International Journal Of Economics, Business And Management Research*, Vol. 4, No. 06. https://ijebmr.com/uploads/pdf/archivepdf/2020/IJEBMR_562.pdf
- Cimperman, M., Brencić, M. M., & Trkman, P. (2016). Analyzing older users' home telehealth services acceptance behavior—Applying an Extended UTAUT model. *Internasional Journal Of Medical Informatics*. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2016.03.002>
- CNN Indonesia. (2021). *Pengguna Internet Indonesia Masih Didominasi di Jawa*. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20210901114436-185-688266/pengguna-internet-indonesia-masih-didominasi-di-jawa>
- Daud, M. S. M., Wahid, H., & Noor, M. A. M. (2022). The Influences of Attitude, Religiosity, and Subjective Norm on Muslim's Donation Intention During COVID-19 Lockdown in Malaysia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 17(3), 915–923. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.170321>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota*. <http://www.jstor.org/stable/249008>
- Dhiman, N., Arora, N., Dogra, N., & Gupta, A. (2020). Consumer adoption of smartphone fitness apps: An extended UTAUT2 perspective. *Journal of Indian Business Research*, Vol. 12 No. 3. <http://dx.doi.org/10.1108/JIBR-05-2018-0158>
- Dzulfikar, M. Z., Santosa, P. B., & Gunanto, E. Y. A. (2021). Analysis Of Millennial Muslims Preferences On The Crowdfunding Platform.

- Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, Vol. 5. No. 1. <https://e-journal.ikhac.ac.id/index.php/ijse/article/view/1796>
- Evandio, A. (2021). Bank Indonesia Dorong Masyarakat Bayar Zakat via Digital. *Bisnis.Com*.
<https://teknologi.bisnis.com/read/20210422/84/1385041/bank-indonesia-dorong-masyarakat-bayar-zakat-via-digital>
- Farhatunnada, I. (2021). *Determinan Minat Masyarakat D.I Yogyakarta Untuk Membayar Zakat, Infak dan Sedekah Secara Online Pada Masa Pandemi Covid 19* (Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Fatima, T., Kashif, S., Kamran, M., & Tahir. (2021). Examining Factors Influencing Adoption of M-Payment: Extending UTAUT2 with Perceived Value. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, Volume 15(Issue8).https://www.ijicc.net/images/Vol_15/Iss_8/15818_Fatima_2021_E1_R.pdf
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Badan Penerbit UNDIP.
- Firdaus. (2020). *Mengenal Society 5.0 “Sebuah Upaya Jepang untuk Keamanan dan Kesejahteraan Manusia.”* Eeuii_WebMaster.
<https://ee.uui.ac.id/2020/07/06/mengenal-society-5-0-sebuah-upaya-jepang-untuk-keamanan-dan-kesejahteraan-manusia/>
- Firmansyah, L. M., & Pandam sari, A. P. (2020). Tren zakat dan sedekah daring: Mudah, transparan. *Lokadata*. <https://lokadata.id/artikel/zakat-dan-sedekah-daring-makin-diminati-karena-transparansi-dan-kemudahannya>
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (edisi 5). BP Universitas Diponegoro.
- Ginantra, N. L. W. S. R., Simarmata, J., & S.Purba, R. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Handoko, B. L. (2020). UTAUT 2 Model for Entrepreneurship Students on Adopting Technology. *ICIMTech (International Conference on Information Management and Technology)*.
<https://ieeexplore.ieee.org/document/9211185>
- Hanif, M. S., Wang, M., Mumtaz, M. U., Ahmed, Z., & Zaki, W. (2021). What attracts me or prevents me from mobile shopping? An adapted UTAUT2 model empirical research on behavioral intentions of aspirant young

- consumers in Pakistan. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
<https://doi.org/10.1108/APJML-09-2020-0659>
- Hapsari, H. P. N., & Priyadi, U. (2020a). The Determinant Factors of Muzakki Toward Paying Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) in Zakat Institutions. *Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, Vol. 3, No. 2. <http://103.19.180.24/index.php/ijiefb/article/view/2564/1575>
- Hapsari, H. P. N., & Priyadi, U. (2020b). The Determinant Factors of Muzakki Toward Paying Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) in Zakat Institutions. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 3(2), 143. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v3i2.2564>
- Hasan, M. A. (2006). *Zakat dan Infak Salah Satu Solusi Mengatasi Problema Sosial di Indonesia*. Kencana Prenada Media Group.
- Hau, H. T., Nhung, D. T. H., & Trang, P. H. (2020). An empirical analysis of factors affecting the intention of using digital wallet in Vietnam. *Journal of Internasional Economics and Management*, Vol.2 No.1. <https://doi.org/10.38203/jiem.021.1.0024>
- Hidayatullah, E. I., & Purbasari, L. T. (2022a). Analysing Repeat Alms Donation Behavior via Digital Platform. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 8(01). <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/4618>
- Hidayatullah, E. I., & Purbasari, L. T. (2022b). Analysing Repeat Alms Donation Behavior via Digital Platform. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 677–687.
- Human, G., Ungerer, M., & Azémia, J.-A. J. C. (2020). Mauritian consumer intentions to adopt online grocery shopping: An extended decomposition of UTAUT2 with moderation. *Management Dynamics*, Volume 29 No 3. https://www.researchgate.net/publication/348629214_Mauritian_consumer_intentions_to_adopt_online_grocery_shopping_An_extended_decomposition_of_UTAUT2_with_moderation
- Husaini, A. (2021). Lebih efektif, Lembaga amil zakat siap transformasi ke era digital. *Kontan. Co.Id*. <https://nasional.kontan.co.id/news/lebih-efektif-lembaga-amil-zakat-siap-transformasi-ke-era-digital>
- Ichwan, A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, Vol.6 No.02. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1011>
- Imani, A. T., & Anggono, A. H. (2020). Factors Influencing Customers Acceptance of Using the QR Code Feature in Offline Merchants for Generation Z in Bandung (Extended UTAUT2). *International Conference on Economics, Business and Economic Education 2019*. https://www.researchgate.net/publication/340120736_Factors_Influencing

_Customers_Acceptance_of_Using_the_QR_Code_Feature_in_Offline_Merchants_for_Generation_Z_in_Bandung_Extended_UTAUT2/fulltext/5e79fda4a6fdcceef9732f6c/Factors-Influencing-Customers-Acceptance-of-Using-the-QR-Code-Feature-in-Offline-Merchants-for-Generation-Z-in-Bandung-Extended-UTAUT2.pdf

- Intarot, P., & Beokhaimook, C. (2018). *Influencing Factor in E-Wallet Acceptant and Use. volume 4*. <https://dx.doi.org/10.20469/ijbas.4.10004-4>
- Jamaludin, N. (2021). Millenials' Digital Zakat Payment Intensity During the Covid-19 Pandemic. *5th International Conference of Zakat*. <https://www.iconzbaznas.com/submission/index.php/proceedings/article/view/337>
- Jamaludin, N., Wahab, N. A., & Hamed, A. B. (2017). Muslim perception on online zakat usage in kuala lumpur. *Universiti Sains Islam Malaysia, JMIFR* vol.14 no.1. <http://ddms.usim.edu.my:80/jspui/handle/123456789/15295>
- Kasper, S., & Abdel rahman, M. (2019). Acceptance of autonomous delivery vehicles for last-mile delivery in Germany – Extending UTAUT2 with risk perceptions. *Transportation Research Part C*. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2019.12.016>
- Karjaluo, H., Shaikh, A. A., Leppäniemi, M., & Luomala, R. (2020). Examining consumers' usage intention of contactless payment systems. *International Journal of Bank Marketing, Vol. 38 No. 2*. <https://doi.org/DOI.10.1108/IJBM-04-2019-0155>
- Karmanto, G. D., Mahri, A. J. W., & Nurasyiah, A. (2021). Society's Intention in Distribution of Zakat, Infaq and Shadaqah (ZIS) through the Use of Crowdfunding Platform. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 6 No. 1*. <https://doi.org/10.22219/jes.v6i1.15133>
- Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019a). Why do Indonesian Muslims donate through mosques? *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, Vol. 12 No. 5*. <http://www.emeraldinsight.com/1753-8394.htm>
- Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019b). Why do Indonesian Muslims donate through mosques?: A theory of planned behaviour approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 12(5)*, 663–679. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2018-0399>
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021a). Determinants of digital zakat payments: Lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research, Vol. 12 No. 3*. <http://dx.doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>

- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021b). Determinants of digital zakat payments: Lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>
- Kaur, S., & Arora, S. (2020). Role of perceived risk in online banking and its impact on behavioral intention: Trust as a moderator. *Journal Of Asia Business Studies*. <http://dx.doi.org/10.1108/JABS-08-2019-0252>
- Kemendagri. (2021). Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Khalil, N. M., Amin, H., & Azman, N. S. (2020). Compliance Intention to Pay Zakat on Salary: A case from East Malaysia. *International Journal of Zakat*, Vol. 5(2). <https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i2.204>
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (E-QIEN)*, Vol. 7 No. 2. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/134/101>
- Kwateng, K. O., Atiemo, K. A. O., & Appiah, C. (2018). Acceptance and use of mobile banking: An application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Li, Y.-Z., He, T.-L., Song, Y.-R., Yang, Z., & Rong-Ting Zhou. (2017). Factors impacting donors' intention to donate to charitable crowd-funding projects in China: A UTAUT-based model. *Information, Communication & Society*. <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2017.1282530>
- Lin, C.-Y. (2021). Understanding consumer perceptions and attitudes toward smart retail services. *Journal of Services Marketing*, 16. <http://dx.doi.org/10.1108/JSM-09-2020-0407>
- Manrai, R., Goel, U., & Yadav, P. D. (2021). Factors affecting adoption of digital payments by semi-rural Indian women: Extension of UTAUT-2 with self determination theory and perceived credibility. *Aslib Journal of Information Management*, Vol. 73 No. 6. <https://doi.org/10.1108/AJIM-12-2020-0396>
- Marpaung, F. K., Dewi, R. S., Grace, E., Sugiati, M., & Sudirman, A. (2021). Behavioral Stimulus for Using Bank Mestika Mobile Banking Services: UTAUT2 Model Perspective. *Marketing Research Article*. <https://doi.org/10.52970/grmapb.v1i2.68>
- Merhi, M., Hone, K., & Tarhini, A. (2019). A cross-cultural study of the intention to use mobile banking between Lebanese and British consumers: Extending UTAUT2 with security, privacy and trust. *Technology in Society*. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101151>

- Morosan, C., & De Franco, A. (2016). It's about time: Revisiting UTAUT2 to examine consumers' intentions to use NFC mobile payments in hotels. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.11.003>
- Mursyid. (2006). *Mekanisme Pengumpulan Zakat, Infaq dan Shadaqah Menurut Hukum Syara' dan Undang-Undang*. Magistra Insania Press.
- Mustaqim, R. N., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, Vol. 2, No. 7. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/1653>
- Nair, P. S., Shiva, A., Yadav, N., & Tandon, P. (2022). Determinants of mobile apps adoption by retail investors for online trading in emerging financial markets. *Benchmarking: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2022-0019>
- Namahoot, K. S., & Jantasri, V. (2022). Integration of UTAUT model in Thailand cashless payment system adoption: The mediating role of perceived risk and trust. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2020-0102>
- Nanang Martono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Rajawali Pers.
- Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., Mai, H. T., & Minh, T. T. (2020). Determinants Of Digital Banking Services In Vietnam: Applying Utaut2 Model. *Asian Economic and Financial Review*, Vol. 10, No. 6. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.106.680.697>
- Ninglasari, S. Y. (2021). Determinants of Online Zakat Intention amongst Muslim Millennials: An Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, Vol. 6, No. 2. <http://dx.doi.org/10.22515/shirkah.v6i2.387>
- Noor, J. (2013). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Kencana Prenada Media Group.
- Noviatun, I., & Riptiono, S. (2021). Menguji Intention to Use E-Wallet OVO Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, Vol.3 No.1. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.777>
- Odusanya, K., Aluko, O., & Lal, B. (2019). Understanding the Adoption and Use of E-tail Websites: An Empirical Analysis Based on the Revised UTAUT2 Model Using Risk and Trust Factors. *Springer Nature Switzerland*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-20671-0_14

- OJK. (2020). *Teknologi Finansial—Pinjaman P2P*.
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/financial-technology/default.aspx>
- P., T., & Lysander Manohar, H. (2021). How a doer persuade a donor? Investigating the moderating effects of behavioral biases in donor acceptance of donation crowdfunding. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(2), 243–266. <https://doi.org/10.1108/JRIM-06-2019-0097>
- P, T., & Manohar, H. L. (2021). How a doer persuade a donor? Investigating the moderating effects of behavioral biases in donor acceptance of donation crowdfunding. *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 15 No. 2. <http://dx.doi.org/10.1108/JRIM-06-2019-0097>
- Penney, E. K., Agyei, J., Boadi, E. K., Abrokwah, E., & Ofori-Boafo, R. (2021). Understanding Factors That Influence Consumer Intention to Use Mobile Money Services: An Application of UTAUT2 With Perceived Risk and Trust. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/21582440211023188>
- Pinigas, M., Cleopas, R., & Phiri, M. A. (2017). Acceptance of E-Resources by Students in Zimbabwe State Universities' Libraries: A Consumer Behavior Perspective. *International Information & Library Review*, Vol.0 No.0. <https://doi.org/10.1080/10572317.2017.1387443>
- Pope, J., & Mohdali, R. (2010). The role of religiosity in tax morale and tax compliance. *Australian Tax Forum*, Vol. 25. https://www.researchgate.net/publication/290920060_The_role_of_religiosity_in_tax_morale_and_tax_compliance/link/569c9b6d08aea1476954fc89/download
- Purwanto, E., & Loisa, J. (2020). The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia: UTAUT Model. *Technology Reports of Kansai University*, Volume 62(06). <https://www.researchgate.net/publication/343230847>
- Purwanto, Sulthon, M., & Wafirah, M. (2021). Behavior Intention to Use Online Zakat: Application of Technology Acceptance Model with Development. *ZISWAF : Jurnal Zakat Dan Wakaf*, Volume 8 Number 1. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Ziswaf/article/view/10457>
- Rachmat, Baga, L. M., & Purnaningsih, N. (2020). Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment. *AL-MUZARA'AH*, Vol. 8 No. 2. <https://doi.org/10.29244/jam.8.2.95-108>
- Rahardjo, B., Akbar, B. M. B., & Novitaningtyas, I. (2020). The Analysis of Intention and Use of Financial Technology. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 3(1), 88–102. <https://doi.org/10.33005/jasf.v3i1.70>
- Rahmah, F. (2021). Factors Affecting the Society's Preference Using Zakat, Infaq and Alms Based Crowdfunding Platform. *Borneo International Journal of*

- Islamic Studies*, Vol. 4, No. 1. <https://journal.iain-samarinda.ac.id/index.php/bijis>
- Ridzky, D., & Sarno, R. (2020). UTAUT2 model for analyzing factors influencing user in using Online Travel Agent. *International Seminar on A Pplication for Technology of Information and Communication*. <https://doi.org/10.1109/iSemantic50169.2020.9234258>
- Rukmana, A. (2018). Peran Teknologi di Dunia Islam. *Mumtáz*, Vol. 2 No. 1. https://www.researchgate.net/publication/336724582_PERAN_TEKNOLOGI_DI_DUNIA_ISLAM/link/5dafaf6f92851c577eb9ab14/download
- Sakinah, K. (2019). Digitalisasi Zakat dan Tantangannya, Apa Saja? *REPUBLIKA*. *ID*. <https://www.republika.co.id/berita/q0uw4q313/digitalisasi-zakat-dan-tantangannya-apa-saja>
- Samsudeen, S. N., Selvaratnam, G., & Mohamed, A. H. H. (2021). Intention to use mobile banking services: An Islamic banking customers' perspective from Sri Lanka. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 13 No. 2. <http://dx.doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0108>
- Sankaran, R., & Chakraborty, S. (2021). Factors Impacting Mobile Banking in India: Empirical Approach Extending UTAUT2 with Perceived Value and Trust. *IIM Kozhikode Society & Management Review*. <https://doi.org/DOI:10.1177/2320206820975219>
- Satrio, E., & Siswantoro, D. (2016). Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat. *Simposium Nasional Akuntansi XIX, Lampung*. [http://lib.ibs.ac.id/materi/Prosiding/SNA%20XIX%20\(19\)%20Lampung%202016/makalah/083.pdf](http://lib.ibs.ac.id/materi/Prosiding/SNA%20XIX%20(19)%20Lampung%202016/makalah/083.pdf)
- Senyo, P., & Osabutey, E. L. C. (2020). Unearthing antecedents to financial inclusion through *Fintech* innovations. *Technovation*. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2020.102155>
- Septiani, H. L. D., Sumarwan, U., Yuliati, L. N., & Kirbrandoko. (2020). Farmers' Behavioral Intention to Adopt Peer-to-Peer Lending Using UTAUT2 Approach. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 17 No.2. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/article/view/32420>
- Setiadi, N. J. (2008). *Perilaku Konsumen* (3rd ed.). Prenadamedia Group.
- Shihab, M. Q. (2002a). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Vol. 5). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2002b). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Vol. 1). Lentera Hati.

- Shihab, M. Q. (2002c). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Vol. 1). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2002d). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Vol. 13). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2002e). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Vol. 12). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2002f). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Vol. 5). Lentera Hati.
- Shihab, M. Q. (2002g). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Vol. 15). Lentera Hati.
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan Nonlinier dalam penelitian sosial dan Bisnis*. Penerbit ANDI.
- Singh, M., & Matsui, Y. (2017). How Long Tail and Trust Affect Online Shopping Behavior: An Extension to UTAUT2 Framework. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 9 No. 4. <https://doi.org/10.17705/1pais.09401>
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS versi 17*. PT. Bumi Aksara.
- Sitar-Taut, D.-A., & Mican, D. (2021). Mobile learning acceptance and use in higher education during social distancing circumstances: An expansion and customization of UTAUT2. *Online Information Review*, Vol. 45 No. 5, 20.
- Sivathanu, B. (2019). Adoption of digital payment systems in the era of demonetization in India: An empirical study. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(1), 143–171. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-07-2017-0033>
- Soodan, V., & Rana, A. (2020). Modeling Customers' Intention to Use E-Wallet in a Developing Nation: Extending UTAUT2 With Security, Privacy and Savings. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, Volume 18 • Issue 1. https://www.researchgate.net/publication/336936623_Modeling_Customers'_Intention_to_Use_E-Wallet_in_a_Developing_Nation_Extending_UTAUT2_With_Security_Privacy_and_Savings
- Subhan, M. (2021). Konsepsi Zakat Online Perspektif Masalah Wahbah Az Zuhaily. *Asasi : Journal of Islamic Family Law*, Vol.1 No.2. <https://ejournal.iaimu.ac.id/index.php/ASASI/article/view/46/45>
- Sugiyono. (2012). *Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Suharyono, S. (2018). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2). <https://doi.org/10.29300/aij.v4i2.1216>
- Sulaeman, & Ninglasari, S. Y. (2020a). Analysing the Behavioral Intention Factors in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia: A Quantitative Study. *International Journal of Zakat*, Vol. 5(3). <https://ijazbaznas.com/index.php/journal/article/view/267>
- Sulaeman, & Ninglasari, S. Y. (2020b). An Empirical Examination of Factors Influencing the Behavioral Intention to Use Zakat-Based Crowdfunding Platform Model for Countering the Adverse Impact of COVID-19 on MSMEs in Indonesia. *International Conference of Zakat*, 203–218. <https://doi.org/10.37706/iconz.2020.218>
- Suryadi, B., & Hidayat, B. (2021). *Religiusitas: Konsep, Pengukuran Dan Implementasi Di Indonesia*. Bibliosmis Karya INDONESIA.
- Susilowati, A., Rianto, B., Wijaya, N., & Sanny, L. (2021). Effects of UTAUT 2 Model on the Use of BCA Mobile Banking in Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, Vol.12 No.3. <https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/2183>
- Suwari, L. F. (2022). Zakat Digital sebagai Modal Optimalisasi Pendistribusian Zakat. *Kumparan*. <https://kumparan.com/lalacitra-fitri-suwari/zakat-digital-sebagai-modal-optimalisasi-pendistribusian-zakat-1xmO9CvyPJc/full>
- Suyudi, T. (2021). Tidak Perlu Kwatir, Menurut Baznas Bayar Zakat Secara Digital Tetap Sah. *It.Works*. <https://www.itworks.id/39305/tidak-perlu-kuatir-menurut-baznas-bayar-zakat-secara-digital-tetap-sah.html>
- Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020a). The effect of religiosity and trust on intention to pay in ziswaf collection through digital payments. *JEBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Volume 6, No.1. <https://e-journal.unair.ac.id/JEBIS>
- Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020b). The Effect of Religiosity and Trust on Intention To Pay in Ziswaf Collection Through Digital Payments. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 6(1), 98. <https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.17293>
- Syafitri, O. Y., Najla, Huda, N., & Rini, N. (2021). Tingkat Religiusitas dan Pendapatan: Analisis Pengaruh Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol.7 No.01. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/1915/984>

- Tarhini, A., Alalwan, A. A., Shammout, A. B., & Al-Badi, A. (2019). An analysis of the factors affecting mobile commerce adoption in developing countries Towards an integrated model. *International Business and Strategy*, Vol. 29 No. 3. <http://dx.doi.org/10.1108/RIBS-10-2018-0092>
- Taufik, Shobron, S., & Jinan, M. (2016). *ISLAM DAN IPTEKS*. Lembaga Pengembangan Al-Islam dan Kemuhammadiyah (LPIK) Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tenk, T. T., Melissa, Yew, H. C., & Heang, L. T. (2020). E-Wallet Adoption: A Case In Malaysia. *International Journal of Research in Commerce and Management Studies*, Vol. 2 No. 02. https://ijrcms.com/uploads2020/ijrcms_02_51.pdf
- Thaker, H. M. T., Pitchay, A. A., & Hussain, H. I. (2020). Behavioural intention and adoption of internet banking among clients' of Islamic banks in Malaysia: An analysis using UTAUT2. *Journal of Islamic Marketing*. <http://dx.doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0228>
- Tho'in, M., & Andrian, R. Y. (2021). Strategi Peningkatan Pengumpulan Zakat, Infak dan Sedekah Pada Lembaga Amil Zakat Al-Ihsan Jawa Tengah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, Vol. 7 No.03. <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3659>
- Trisliatanto, D. A. (2020). *Metodologi Penelitian (Panduan Lengkap Penelitian dengan Mudah)*. CV. Andi Offset.
- Tseng, T. H., Lin, S., Wang, Y.-S., & Liu, H.-X. (2019). Investigating teachers' adoption of MOOCs: The perspective of UTAUT2. *Interactive Learning Environments*. <https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1674888>
- Twum, K. K., Ofori, D., Keney, G., & Korang-Yeboah, B. (2021). Using the UTAUT, personal innovativeness and perceived financial cost to examine student's intention to use E-learning. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-12-2020-0168>
- Unaradja, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Upadhyay, N., Upadhyay, S., Abed, S. S., & Dwivedi, Y. K. (2022). Consumer adoption of mobile payment services during COVID-19: Extending meta-UTAUT with perceived severity and self-efficacy. *International Journal of Bank Marketing*, 40(5), 960–991. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0262>
- Usman, H., Mulia, D., Chairy, C., & Widowati, N. (2022). Integrating trust, religiosity and image into technology acceptance model: The case of the Islamic philanthropy in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 381–409. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0020>

- Uyun, Q. (2015). Zakat, Infaq, Shadaqah, Dan Wakaf Sebagai Konfigurasi Filantropi Islam. *Jurnal Islamuna*, Vol 2 No 2. <https://doi.org/10.19105/islamuna.v2i2.663>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. <http://pubsonline.informs.org/>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance Of Information Technology: Toward A Unified View. *MIS Quarterly*, Vol. 27, No. 3. <http://www.jstor.org/stable/30036540?origin=JSTOR-pdf>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & XinXu. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 36, No. 1. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Wang, H., Tao, D., Yu, N., & Qu, X. (2020). Understanding consumer acceptance of healthcare wearable devices: An integrated model of UTAUT and TTF. *International Journal of Medical Informatics*. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2020.104156>
- Widyastuti, A. Y. (2020). Pembayaran Zakat secara Konvensional Masih Mendominasi. *Tempo.Com*. <https://bisnis.tempo.co/read/1359174/pembayaran-zakat-secara-konvensional-masih-mendominasi/full&view=ok>
- Wisesa, A. D., Kholid, M. N., & Hamdani, R. (2019). Factors Influencing Intention to Donate through Donation Crowd-Funding: Evidence from Indonesia. *Society of Interdisciplinary Business Research*, Volume 8 No.5. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3784229
- Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0 (Pertama)*. STIM YKPN.
- Wu, R.-Z., Lee, J.-H., & Tian, X.-F. (2021). Determinants of the Intention to Use Cross-Border Mobile Payments in Korea among Chinese Tourists: An Integrated Perspective of UTAUT2 with TTF and ITM. *MDPI JTER*. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050086>
- Yoga, I. M. S., & Triami, N. P. S. (2021). The Online Shopping Behavior of Indonesian Generation X toward E-Commerce. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, Vol. 23 No. 3. <https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jebav/article/view/2455/pdf>
- Yudha, A. toni roby chandra, Amiruddin, A. R., & Hilmi, A. F. (2020). *Fintech Syariah: Teori dan Terapan*. Scopindo Media Pustaka. https://www.google.co.id/books/edition/Fintech_Syariah_Teori_dan_Tera

pan/BisTEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=finansial+teknologi&printsec=frontcover

Zakaria, S. A., Abdul-Majid, M., & Omar, N. A. (2021). The Adoption of Mobile Banking in Islamic Banks during COVID-19 Pandemic. *The International Islamic Economic System Conference*. <https://oarep.usim.edu.my/jspui/bitstream/123456789/13582/1/The%20Adoption%20of%20Mobile%20Banking%20in%20Islamic%20Banks%20during%20COVID-19%20Pandemic.pdf>

Zuardi, M. H. (2013). Optimalisasi Zakat Dalam Ekonomi Islam. *ADZKIYA: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, Vol. 1 No. 1. <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/adzkiya/article/view/1044>



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2021 : Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening
(*Innovative: Journal of Social Science Research*)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA