

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIOSITAS, DAN PROMOSI
MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT MAHASISWA
BERWAKAF UANG SECARA DIGITAL DENGAN TINGKAT
KEPERCAYAAN LEMBAGA WAKAF SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***

(Studi Kasus Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Oleh:

Elva Diyanatu Lutfiyah

NIM: 20108030060

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2024**

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIOSITAS, DAN PROMOSI
MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT MAHASISWA
BERWAKAF UANG SECARA DIGITAL DENGAN TINGKAT
KEPERCAYAAN LEMBAGA WAKAF SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***

(Studi Kasus Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh:

Elya Diyanatu Lutfiyah

NIM: 20108030060

Pembimbing:

Izra Berakon, M.Sc.

NIP. 19900927 201801 1 001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2024**

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



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-425/Un.02/DEB/PP.00.9/03/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIOSITAS, DAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT MAHASISWA BERWAKAF UANG SECARA DIGITAL DENGAN TINGKAT KEPERCAYAAN LEMBAGA WAKAF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ELYA DIYANATU LUTFIYAH
Nomor Induk Mahasiswa : 20108030060
Telah diujikan pada : Jumat, 23 Februari 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Izra Berakon, M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 65ea84f80b71f



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

Valid ID: 65ee3c5bb4ce7



Penguji II
Hilmy Baroroh, S.E.I., M.E.K.
SIGNED

Valid ID: 65eabeea39f02



Yogyakarta, 23 Februari 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 65f10751d65c6

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudari Elya Diyanatu Lutfiyah

Kepada

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Elya Diyanatu Lutfiyah
NIM : 20108030060
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIOSITAS, DAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP NIAT MAHASISWA BERWAKAF UANG SECARA DIGITAL DENGAN TINGKAT KEPERCAYAAN LEMBAGA WAKAF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

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

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kamu ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 5 Februari 2024
Pembimbing,



Izra Berakon, M.Sc.
NIP. 19900927 201801 1 001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elya Diyanatu Lutfiyah

NIM : 20108030060

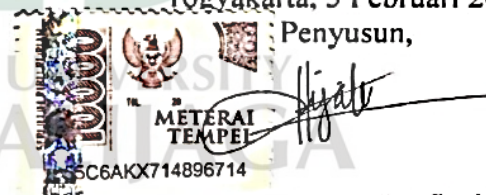
Jurusan/ Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Religiositas, dan Promosi melalui Media Sosial terhadap Niat Mahasiswa Berwakaf Uang secara Digital dengan Tingkat Kepercayaan Lembaga Wakaf sebagai Variabel *Intervening*”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 5 Februari 2024

Penyusun,



Elya Diyanatu Lutfiyah
NIM. 20108030060

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai *civitas akademika* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elya Diyanatu Lutfiyah
NIM : 20108030060
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Karya : Skripsi

Demi membangun ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Pengetahuan, Religiositas, dan Promosi melalui Media Sosial terhadap Niat Mahasiswa Berwakaf Uang secara Digital dengan Tingkat Kepercayaan Lembaga Wakaf sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)”

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta
Pada tanggal
5 Februari 2024
Yang Menyatakan,



Elya Diyanatu Lutfiyah
NIM. 20108030060

SURAT KETERANGAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elya Diyanatu Lutfiyah
NIM : 20108030060
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya tidak menuntut kepada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian jilbab dalam ijazah strata satu saya) jika kemudian hari terdapat hal-hal yang tidak diinginkan berkaitan dengan hal tersebut.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan penuh dengan kesadaran untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 5 Februari 2024



STATE ISLAM
SUNAN
YOGYAKARTA

METERAI
TEMPER
E8FAKX714896719

Elya Diyanatu Lutfiyah
NIM. 20108030060

HALAMAN MOTTO

تُفْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ اللَّهُ الْآءَ فَادْكُرُوا

So remember Allah's favours, so you may be successful.”

Al-A'raf | Verse 69



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, yang telah merawat, membesarkan, dan mendidik saya sehingga saya bisa seperti sekarang dan bisa mencapai pada titik ini, yaitu menyelesaikan studi di bangku perkuliahan.

Skripsi ini juga saya persembahkan kepada almamater saya, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai bentuk pertanggungjawaban saya dalam menyelesaikan studi sarjana.



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	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ša'	Š	S (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Hâ'	Ĥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	K dan h
د	Dāl	D	De
ذ	Žāl	Ž	Z (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Za'	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye
ص	Sâd	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dâd	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Tâ'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ع	'Aīn	'	Koma terbalik ke atas
غ	Gāīn	G	Ge
ف	Fa'	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
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis Rangkap

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
مُتَعَدِّدَةٌ	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta' Marbūtâh* di akhir kata

Semua *ta' marbutâh* ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal atau 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.

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جِزْيَةٌ	Ditulis	<i>Jizyah</i>
كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---َ---	Fathah	Ditulis	A
-			
---ِ---	Kasrah	Ditulis	I
-			
---ُ---	Dammah	Ditulis	U
--			
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهليَّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya" mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya" mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
أنتم	Ditulis	<i>A'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>U'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penyusunan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Huruf Arab	Keterangan	Huruf Latin
ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Segala puji dan syukur penulis aturkan kepada Allah SWT., karena atas berkah rahmat dan limpahannya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Religiositas, dan Promosi melalui Media Sosial terhadap Niat Mahasiswa Berwakaf Uang secara Digital dengan Tingkat Kepercayaan Lembaga Wakaf sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)”** sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Strata-1 (S1) di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat serta salam juga penulis curahkan kepada junjungan nabi besar Nabi Muhammad SAW., keluarga, sahabat, beserta seluruh umatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentu terdapat berbagai halangan dan rintangan di dalamnya. Dan berkat usaha, doa, dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, alhamdulillah penelitian ini dapat penulis selesaikan. Tidak lupa penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu secara materiil maupun moril kepada penulis, yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phill Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. M. Yazid Afandi, S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak pengalaman serta kepercayaan kepada saya semasa penulis menjadi mahasiswa.

4. Bapak Izra Berakon, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak sekali ilmu, bimbingan, arahan, nasihat, serta semangat kepada saya dalam proses penyelesaian skripsi ini dan selama saya menjalani proses perkuliahan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Seluruh Dosen di Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan banyak sekali ilmu serta bimbingan kepada saya semasa menjalani proses perkuliahan dengan segala keunikan dan ciri khas masing-masing Dosen yang selalu membuat saya kagum. Terima kasih juga atas pengalamannya yang telah memberikan kepercayaan kepada saya untuk dapat membantu berbagai kegiatan yang ada di Program Studi Manajemen Keuangan Syariah.
6. Bapak/ Ibu Staf dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam proses administrasi perkuliahan dari masa aktif kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.
7. Kedua orang tua penulis yang tak henti-hentinya memberikan doa, restu, semangat, dan dukungan dalam setiap langkah penulis, berupa materiil maupun moril kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan oleh orang tua penulis untuk menimba ilmu. Serta tak lupa terima kasih kepada saudara saya, atas dukungan dan semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Sehingga, saran dan kritik atas skripsi ini sangat berguna untuk perbaikan selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama.

Yogyakarta, 5 Februari 2024
Penulis,



Elya Diyanatu Lutfiyah
NIM. 20108030060



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
SURAT KETERANGAN MEMAKAI JILBAB	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
ABSTRAK.....	xxii
ABSTRACT.....	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA.....	14
A. Landasan Teori.....	14
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	14
2. Teori <i>Stewardship</i>	16
3. Wakaf.....	17
4. Konsep Wakaf Uang Berbasis Digital	21
5. Niat.....	22

6. Pengetahuan.....	23
7. Religiositas	24
8. Promosi melalui Media Sosial.....	27
9. Tingkat Kepercayaan	28
B. Kajian Pustaka	30
C. Kerangka Teoretik dan Pengembangan Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	44
A. Desain Penelitian.....	44
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel	47
D. Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan	49
E. Metode Pengujian Hipotesis	50
1. <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	52
2. <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian/ Sampel.....	57
B. Analisis Deskriptif	57
C. Pengujian Hipotesis.....	61
1. Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	61
2. Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	66
D. Pembahasan	75
BAB V PENUTUP.....	89
A. Kesimpulan	89
B. Keterbatasan Penelitian	92
C. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	46
Tabel 3. 2 Respon Skala <i>Likert</i>	50
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4. 2 Usia Responden	58
Tabel 4. 3 Agama Responden	58
Tabel 4. 4 Pekerjaan Sampingan Responden	58
Tabel 4. 5 Pendapatan Responden	59
Tabel 4. 6 Asal Universitas Responden	59
Tabel 4. 7 Fakultas Responden	60
Tabel 4. 8 Pengalaman Responden Berwakaf Uang secara Digital	60
Tabel 4. 9 Aplikasi atau <i>Platfrom</i> Wakaf Uang secara Digital	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Loading Factor</i>	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	64
Tabel 4. 13 Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Goodness of Fit Model</i>	66
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>R-Square</i>	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Relevansi Prediktif	67
Tabel 4. 17 Nilai <i>Outer VIF</i>	68
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Effect Size (f²)</i>	69
Tabel 4. 19 Hasil Uji Pengaruh Langsung	70
Tabel 4. 20 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung	71
Tabel 4. 21 Hasil Uji Jenis Pengaruh Mediasi	73

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Teoretik.....	36
Gambar 3. 1 Model Pemetaan Populasi dan Sampel	47



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, religiositas, promosi melalui media sosial, dan tingkat kepercayaan lembaga wakaf terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital. Penelitian ini juga menganalisis pengaruh pengetahuan, religiositas, dan promosi melalui media sosial terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital dengan dimediasi oleh tingkat kepercayaan lembaga wakaf. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, dan jenis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, serta penentuan jumlah sampel pada penelitian ini didasarkan pada prosedur Hinkin (1995), didapatkan 110 orang sampel. Teknik analisis dilakukan dengan analisis PLS-SEM dengan pengujian *outer model* dan *inner model* menggunakan *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini didapatkan variabel pengetahuan, religiositas, promosi melalui media sosial, dan tingkat kepercayaan lembaga wakaf berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital. Selain itu, variabel tingkat kepercayaan lembaga wakaf memediasi secara parsial pengaruh variabel pengetahuan, religiositas, dan promosi melalui media sosial terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital. Hasil uji koefisien determinasi variabel tingkat kepercayaan lembaga wakaf menunjukkan 83% dan variabel niat mahasiswa berwakaf uang secara digital 80,6% variabel eksogen mampu menjelaskan variabel endogen dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Pengetahuan, Religiositas, Promosi, Kepercayaan, Wakaf Uang

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of knowledge, religiosity, promotion through social media, and the level of trust of waqf institutions on the intention of students to cash waqf digitally. This study also analyzes the influence of knowledge, religiosity, and promotion through social media on students' intentions to cash waqf digitally mediated by the level of trust of waqf institutions. The sampling technique in this study is non-probability sampling, and the type of sample used in this study is purposive sampling, and the determination of the number of samples in this study is based on the procedure Hinkin (1995), obtained 110 samples. The analysis technique is carried out by PLS-SEM analysis by testing the outer model and inner model using SmartPLS 3.0 software. The results of this study found variables of knowledge, religiosity, promotion through social media, and the level of trust of waqf institutions had a positive and significant effect on the intention of students to waqf money digitally. In addition, the variable level of trust of waqf institutions partially mediates the influence of variables of knowledge, religiosity, and promotion through social media on students' intentions to cash waqf digitally. The results of the coefficient of determination test of the variable level of trust of waqf institutions showed 83% and the variable intention of students endowment money digitally 80.6% exogenous variables were able to explain endogenous variables in this study.

Keywords: *Knowledge, Religiosity, Promotion, Trust, Cash Waqf*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia didominasi dengan penduduk beragama Islam (Machmud & Suryaningsih, 2020). Di sisi lain, negara Indonesia mempunyai berbagai masalah ekonomi, seperti kemiskinan (Irfany *et al.*, 2022). Menurut Haryanto (2012), salah satu alternatif untuk mengatasi kemiskinan tersebut dengan memanfaatkan instrumen wakaf sebagai sumber kekuatan. Perkembangan wakaf tidak hanya berbentuk tanah atau benda mati lainnya. Namun, praktik wakaf sudah banyak yang lebih produktif sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih optimal dan berkelanjutan dengan penambahan nilai harta benda wakaf. Salah satu dari perkembangan wakaf produktif yaitu wakaf uang (Machmud & Suryaningsih, 2020).

Wakaf uang merupakan salah satu dari dua jenis wakaf produktif, yang mana wakaf produktif meliputi wakaf uang dan wakaf melalui uang (Irfany *et al.*, 2022). Wakaf uang termasuk ke dalam kategori benda bergerak dan harus dikelola secara produktif melalui lembaga perbankan atau badan usaha sesuai dengan kehendak wakif dengan syarat tidak bertentangan dengan syariah dan undang-undang, sehingga hasilnya nanti baru dapat diberikan kepada *Mauquf Alaih* (penerima manfaat wakaf) (Firdaus, 2022). Selain wakaf uang, wakaf melalui uang juga merupakan wakaf produktif. Wakaf melalui uang juga diharapkan dapat dikelola secara produktif atau sosial dengan menggunakan

uang tersebut guna membeli sesuatu (benda bergerak ataupun benda tidak bergerak) sesuai kehendak wakif dan disesuaikan berdasarkan program yang dimiliki nadzir (Firdaus, 2022). Mengenai lembaga yang menerima wakaf uang dan wakaf melalui uang tidak ada perbedaan, serta setiap lembaga atau badan usaha yang menerima wakaf uang ataupun wakaf melalui uang tersebut sudah memiliki programnya masing-masing (Firdaus, 2022).

Menurut Haryanto (2012), instrumen wakaf yang dijadikan dalam upaya pengentasan kemiskinan adalah wakaf uang. Bahkan wakaf uang memungkinkan dapat mengatasi berbagai masalah ekonomi yang dikarenakan penerima wakaf uang yang lebih fleksibel, berbeda dengan zakat (Abdullah, 2018). Misalnya, wakaf uang menurut Cizakca (2014) dapat digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan segmen yang kurang beruntung seperti fakir miskin, yatim piatu, janda, dan sebagainya (Pitchay *et al.*, 2022). Selain itu, wakaf uang menurut McChesney (1981) juga dapat digunakan untuk mengembangkan fasilitas umum seperti masjid, madrasah, lembaga pendidikan, perpustakaan, rumah sakit, pondok wisata, dan penginapan (Pitchay *et al.*, 2022). Pengaruh wakaf uang pada masyarakat tidak diragukan lagi, sehingga pentingnya kontribusi untuk meningkatkan kinerja sosial dan ekonomi masyarakat hingga saat ini (Akbar & Amijaya, 2021).

Kontribusi penghimpunan dan pengelolaan wakaf uang dalam sejarah Islam bukan hal yang baru (Yulianti, 2021). Pada zaman Nabi Muhammad SAW wakaf lebih dikenal sebagai bentuk aset tidak bergerak yang bersifat tetap, seperti tanah, kebun, dan sebagainya, yang jika dicairkan dalam bentuk aset lancar

memiliki jumlah yang besar (Yulianti, 2021). Pada zaman kejayaan Khalifah Abbasiyah, wakaf uang telah dikenal masyarakat dan berpengaruh besar terhadap peradaban Islam (Huda & Heykal, 2010). Sebenarnya sejak awal abad kedua hijriah, wakaf uang sudah dipraktikkan sebagaimana disebutkan dalam hadits yang diriwayatkan oleh Imam al-Bukhari dijelaskan bahwa Imam al-Zuhri (w. 124 H) salah seorang ulama terkemuka memfatwakan dianjurkannya wakaf dinar dan dirham guna membangun sarana dakwah, sosial, dan pendidikan umat Islam dengan menjadikan uang tersebut sebagai modal usaha kemudian menyalurkan keuntungannya (Qosim, 2018).

Sejak dikeluarkannya fatwa wakaf uang oleh DSN MUI pada 2012, wakaf uang mulai dikenal di Indonesia (BWI, 2020). Fatwa tersebut berisi lima poin penting (BWI, 2020). Pertama, wakaf uang adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. Kedua, termasuk ke pengertian wakaf adalah surat-surat berharga. Ketiga, wakaf uang hukumnya *jawaz* (boleh). Keempat, wakaf uang hanya boleh disalurkan dan digunakan untuk hal-hal yang dibolehkan secara syar'i. Kelima, nilai pokok wakaf uang harus dijamin kelestariannya, tidak boleh dijual, dihibahkan, dan atau diwariskan. Dimasukkannya wakaf uang dalam perundang-undangan Republik Indonesia melalui UU Nomor 41 Tahun 2004 tentang wakaf menjadi peluang baru bagi umat Islam di Indonesia yang dapat mengelola dan mengembangkan potensi dari modal yang cukup besar untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi umat Islam bahkan dapat membebaskan umat Islam dari kemiskinan. Hal tersebut dikarenakan uang yang diwakafkan harus dijadikan

modal usaha (*ra's al-mal*) terlebih dahulu yang mana uang yang diwakafkan tadinya secara hukum tidak habis sekali pakai sehingga uang yang disedekahkan merupakan hasil dari usaha yang dilakukan oleh nadzir (Firdaus, 2022).

Meskipun ruang partisipasi wakaf uang lebih luas daripada wakaf dalam bentuk aset berwujud (tanah atau benda mati lainnya), realisasi wakaf uang di Indonesia masih jauh dari potensinya (Jatmiko *et al.*, 2023). Menurut data BWI, wakaf uang yang terkumpul dalam periode tahun 2011-2018 hanya Rp255 miliar dari potensinya yang sebesar Rp180 triliun. Hingga pada 20 Desember 2020 total wakaf uang yang terkumpul dan ditempatkan di bank (syariah) hanya sebesar Rp328 miliar, sementara *project based* wakaf mencapai Rp597 miliar. Hal tersebut menjadi tantangan negara Indonesia dalam mengembangkan potensi wakaf uang. Selain tantangan tata kelola, masyarakat Indonesia yang mengetahui akan wakaf uang berbeda dengan wakaf tanah (yang sudah dikenal lebih dulu) masih sedikit (Irfany *et al.*, 2022), serta lembaga wakaf dalam mengembangkan nilai (aset) wakaf uang masih terbatas (Badan Kebijakan Fiskal, 2021).

Dengan adanya wakaf uang secara digital yang dilakukan melalui *platform* digital menjadi sebuah sarana, tempat, atau wadah yang menyediakan fasilitas bertemunya pihak dalam bertukar informasi atau menawarkan jasa dan layanan, sehingga menjadikan kemudahan terhadap umat muslim untuk berkontribusi wakaf uang dan tanpa harus mengumpulkan uang dalam jumlah besar (Amaliyah *et al.*, 2022). *Website* dan aplikasi lembaga wakaf yang bersangkutan merupakan *platform* digital yang digunakan berwakaf uang. Model urun dana wakaf

(*crowdfunding waqf* model) menjadi model yang digunakan dalam penghimpunan wakaf uang secara digital, yang artinya pihak wakif, lembaga penghimpun dan wakaf uang, serta nadzir secara tidak langsung dihubungkan dalam sebuah skema (Pitchay *et al.*, 2022).

Seiring dengan perkembangan wakaf uang secara digital yang dapat menjamah sampai pada institusi perguruan tinggi, sebagai kaum intelektual dan anggota masyarakat, keterlibatan mahasiswa dalam perkembangan wakaf memiliki peran penting (Pitchay *et al.*, 2022). Mahasiswa mampu mengubah paradigma yang berkembang melalui ide dan pemikiran yang cerdas dalam suatu kelompok sehingga menjadikannya terarah sesuai dengan kepentingan bersama (Cahyono, 2019). Hal tersebut menjadikan perkembangan wakaf uang sangat cepat apabila mahasiswa juga turut andil. Terkhusus mahasiswa dengan perguruan tinggi Islam yang lebih pantas untuk mengerti dan memahami pentingnya wakaf, sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa perguruan tinggi Islam mendapatkan pembelajaran mengenai keislaman yang lebih jika dibandingkan dengan mahasiswa perguruan tinggi umum, dan disesuaikan dengan program studi masing-masing.

Sementara itu, untuk niat wakif dengan populasi terkhusus mahasiswa belum banyak diteliti oleh peneliti lainnya serta terdapat perbedaan hasil di berbagai penelitian terdahulu terkait variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Pengetahuan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi niat dalam berwakaf uang. Penelitian oleh Kasri & Chaerunnisa (2022) yang

menunjukkan hasil bahwa pengetahuan memengaruhi niat berdonasi wakaf tunai *online* di kalangan milenial Indonesia. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Jatmiko *et al.* (2023) menunjukkan hasil bahwa pengetahuan memengaruhi niat berwakaf uang pada empat generasi di Indonesia (*Baby Boomers* [BB], generasi X, generasi Y, generasi Z). Namun, pada penelitian Rohman (2022) menunjukkan hasil bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat berwakaf uang masyarakat Kota Bandung.

Selain pengetahuan, faktor yang memengaruhi niat dalam berwakaf uang adalah religiositas. Penelitian oleh Shadiqqy (2019) menunjukkan hasil bahwa religiositas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di BWU/T MUI DIY. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Kasri & Chaerunnisa (2022) yang menunjukkan hasil bahwa religiositas berperan positif dalam menjelaskan niat berdonasi wakaf tunai *online* di kalangan milenial Indonesia. Namun, pada penelitian Laila *et al.* (2022) menunjukkan hasil bahwa religiositas tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap niat pemilik UKM untuk berpartisipasi dalam wakaf.

Di samping itu, promosi melalui media sosial dalam penentuan niat untuk berwakaf uang memiliki peran penting. Penelitian oleh Hassan *et al.* (2021) yang menunjukkan hasil bahwa promosi berhubungan signifikan dan positif dalam memberikan kesadaran dan pemahaman tentang wakaf tunai di wilayah Pahang. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Fitriyah & Alim (2022) menunjukkan hasil bahwa promosi berpengaruh terhadap minat wakif berwakaf tunai pada NWU di Lamongan. Di sisi lain, internet menjadi salah satu hal yang mudah

untuk diakses oleh siapa pun dalam dunia teknologi yang semakin berkembang hingga saat ini. Hal tersebut menjadikan individu memanfaatkan internet, salah satunya dalam berwakaf (Budiansyah & Ayyubi, 2021).

Pada penelitian ini, wakaf uang secara digital dilakukan secara *online* melalui dunia internet. Menurut Sari *et al.* (2020), melalui dunia internet, banyak ancaman tindak kejahatan sering terjadi di lingkungan masyarakat sehingga tingkat kepercayaan lembaga wakaf akan menjadi variabel *intervening* dalam penelitian ini. Hal tersebut juga berdasar pada data Kementerian Agama RI Tahun 2010, hampir 95% aset wakaf belum dimanfaatkan secara optimal (Badan Wakaf Indonesia, 2014). Selain itu juga adanya dugaan kasus lembaga dana sosial pada tahun 2022 kemarin, yakni kasus dugaan penggelapan dana oleh Pengurus Yayasan Aksi Cepat Tanggap (ACT) yang tidak dapat dipercaya sehingga perlu mendorong lembaga sosial berlandaskan ajaran Islam untuk lebih transparan supaya tidak menghilangkan kepercayaan masyarakat.

Salah satu penyebab rendahnya perilaku dalam berwakaf adalah hilangnya kepercayaan (Abd Jalil *et al.*, 2019). Menurut Wang *et al.* (2009) sebagaimana dikutip dalam karya Sari *et al.* (2020), dalam transaksi *online*, pengetahuan menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan. Selain pengetahuan, wakaf uang juga tidak terlepas dari religiositas, yaitu suatu keadaan yang mendorong tingkah laku, sikap, dan tindakan dalam diri seseorang sesuai ajaran agamanya (Jasin *et al.*, 2021). Religiositas adalah suatu keyakinan dan penghayatan mengenai ajaran agama dalam mengarahkan perilaku seseorang sesuai dengan ajaran agama yang dianut oleh seseorang tersebut

(Darto, 2016). Perasaan ketidakyakinan, keraguan, dan ketidakpercayaan dapat memengaruhi sikap individu untuk berpartisipasi dalam wakaf uang (Shukor *et al.*, 2017). Sebagai contoh, di Uganda dilaporkan bahwa sumbangan wakaf menurun dengan cepat karena wakif kurang percaya pada lembaga keagamaan Islam yang mengelola wakaf (Ahmed *et al.*, 2015) sehingga masalah kepercayaan tidak boleh dianggap remeh. Oleh karena itu, penelitian ini menjadikan tingkat kepercayaan lembaga wakaf sebagai variabel *intervening* antara pengetahuan, religiositas, dan promosi melalui media sosial terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital sebagai bentuk kebaruan dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, peluang wakaf uang berpotensi besar tetapi belum dapat terkumpul secara optimal, dan berdasarkan hasil beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hasil yang tidak konsisten sehingga perlu dilakukan penelitian terkait niat mahasiswa dalam berwakaf uang secara digital yang dipengaruhi beberapa faktor seperti pengetahuan, religiositas, promosi melalui media sosial, dan tingkat kepercayaan lembaga wakaf. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Religiositas, dan Promosi melalui Media Sosial terhadap Niat Mahasiswa Berwakaf Uang secara Digital dengan Tingkat Kepercayaan Lembaga Wakaf sebagai Variabel *Intervening*”** yang di mana dalam penelitian ini menggunakan objek mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah berdasarkan pada latar belakang masalah yang sudah penulis paparkan sebelumnya.

1. Apakah pengetahuan dapat memengaruhi niat mahasiswa berwakaf uang secara digital?
2. Apakah religiositas dapat memengaruhi niat mahasiswa berwakaf uang secara digital?
3. Apakah promosi melalui media sosial dapat memengaruhi niat mahasiswa berwakaf uang secara digital?
4. Apakah tingkat kepercayaan lembaga wakaf dapat memengaruhi niat mahasiswa berwakaf uang secara digital?
5. Apakah promosi melalui media sosial dapat memengaruhi tingkat kepercayaan lembaga wakaf?
6. Apakah tingkat kepercayaan lembaga wakaf mampu memediasi pengaruh pengetahuan terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital?
7. Apakah tingkat kepercayaan lembaga wakaf mampu memediasi pengaruh religiositas terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital?
8. Apakah tingkat kepercayaan lembaga wakaf mampu memediasi pengaruh promosi melalui media sosial terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah penulis paparkan sebelumnya, maka penulis mengemukakan tujuan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital.
2. Untuk menganalisis pengaruh religiositas terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi melalui media sosial terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital.
4. Untuk menganalisis pengaruh tingkat kepercayaan lembaga wakaf terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital.
5. Untuk menganalisis pengaruh promosi melalui media sosial terhadap tingkat kepercayaan lembaga wakaf.
6. Untuk menganalisis pengaruh tingkat kepercayaan lembaga wakaf dalam memediasi pengaruh pengetahuan terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital.
7. Untuk menganalisis pengaruh tingkat kepercayaan lembaga wakaf dalam memediasi pengaruh religiositas terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital.
8. Untuk menganalisis pengaruh tingkat kepercayaan lembaga wakaf dalam memediasi pengaruh promosi melalui media sosial terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian dapat digunakan sebagai pengetahuan bahkan dapat digunakan sebagai pengalaman penulis terkait pengaruh pengetahuan, religiositas, dan promosi melalui media sosial terhadap niat mahasiswa berwakaf uang secara digital dengan tingkat kepercayaan lembaga wakaf sebagai variabel *intervening*.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan gagasan terkait pentingnya mahasiswa dalam berwakaf uang. Serta dapat digunakan sebagai acuan atau referensi, informasi, dan pertimbangan bagi peneliti-peneliti berikutnya.

3. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan informasi kepada mahasiswa supaya nantinya mahasiswa tahu akan pentingnya wakaf uang bagi kemaslahatan umat muslim, khususnya mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini merupakan gambaran pada tahap awal hingga akhir dari penulisan penelitian ini. Dalam skripsi ini, sistematika penulisannya terbagi menjadi lima bagian, yaitu Pendahuluan, Landasan Teori, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan, serta yang terakhir Penutup.

Bab I Pendahuluan berisi pendahuluan yang memaparkan latar belakang diambilnya judul penulisan ini dan fenomena-fenomena yang melengkapinya. Kemudian pada bab ini juga dijelaskan rumusan masalah yang dijawab melalui hasil dan tujuan serta manfaat. Terakhir yaitu sistematika pembahasan yang menjelaskan secara singkat isi dari penulisan yang disusun, mulai dari pendahuluan sampai dengan penutup atau kesimpulan.

Bab II Landasan Teori berisi landasan teori dari kajian pustaka yang digunakan untuk melandasi variabel-variabel dalam penelitian skripsi. Dalam bab ini juga memuat kerangka teoretik dalam pengembangan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian menyajikan metode penelitian yang peneliti gunakan untuk menemukan hasil dan hubungan dari variabel independen, variabel dependen, dan variabel mediasi. Lebih lanjut juga terdapat penjelasan singkat terkait operasional variabel. Selain itu, bab ini juga menyajikan terkait jenis data, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, serta metode pengujian hipotesis yang akan digunakan.

Bab IV Hasil dan Pembahasan memaparkan mengenai hasil dan pembahasan setelah dilakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang diikutsertakan. Hasil penelitian ini berupa pembuktian hipotesis dan pembahasan hasil analisis data.

Bab V Penutup berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Di samping itu, bab ini juga berisi saran-saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan baik untuk peneliti selanjutnya maupun masyarakat pada umumnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital. Hal tersebut dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,202 di mana nilai tersebut bernilai positif; nilai *t statistic* $1,989 > 1,96$; dan *p-value* $0,049 < 0,05$ menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital.
2. Religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital. Hal tersebut dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,150 di mana nilai tersebut bernilai positif; nilai *t statistic* $2,367 > 1,96$; dan *p-value* $0,020 < 0,05$ menunjukkan bahwa religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital.
3. Promosi melalui media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital. Hal tersebut dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,266 di mana

nilai tersebut bernilai positif; nilai *t statistic* $2,587 > 1,96$; dan *p-value* $0,011 < 0,05$ menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital.

4. Tingkat kepercayaan lembaga wakaf berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital. Hal tersebut dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar $0,347$ di mana nilai tersebut bernilai positif; nilai *t statistic* $2,938 > 1,96$; dan *p-value* $0,004 < 0,05$ menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan lembaga wakaf berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital.
5. Promosi melalui media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan lembaga wakaf. Hal tersebut dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar $0,311$ di mana nilai tersebut bernilai positif; nilai *t statistic* $3,438 > 1,96$; dan *p-value* $0,001 < 0,05$ menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepercayaan lembaga wakaf.
6. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital melalui tingkat kepercayaan lembaga wakaf sebagai variabel *intervening*. Hal tersebut dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar $0,117$ di mana nilai tersebut bernilai positif; nilai *t statistic* $2,480 > 1,96$; dan *p-value* $0,015 < 0,05$ menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan lembaga wakaf berpengaruh

signifikan dalam memediasi pengaruh variabel pengetahuan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital; serta nilai VAF 36,67% di mana nilai tersebut berkisar 20% - 80% sehingga berarti variabel kepercayaan terhadap lembaga wakaf dalam memediasi hubungan variabel pengetahuan terhadap variabel niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital, termasuk ke dalam kategori *partial mediation*.

7. Religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital melalui tingkat kepercayaan lembaga wakaf sebagai variabel *intervening*. Hal tersebut dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,118 di mana nilai tersebut bernilai positif; nilai *t statistic* $2,531 > 1,96$; dan *p-value* $0,013 < 0,05$ menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan lembaga wakaf berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh variabel religiositas terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital; serta nilai VAF 43,86% di mana nilai tersebut berkisar 20% - 80% sehingga berarti variabel kepercayaan terhadap lembaga wakaf dalam memediasi hubungan variabel religiositas terhadap variabel niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital, termasuk ke dalam kategori *partial mediation*.
8. Promosi melalui media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital melalui tingkat kepercayaan lembaga wakaf sebagai variabel

intervening. Hal tersebut dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,108 di mana nilai tersebut bernilai positif; nilai *t statistic* $2,119 > 1,96$; dan *p-value* $0,036 < 0,05$ menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan lembaga wakaf berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh variabel promosi melalui media sosial terhadap niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital; serta nilai VAF 28,87% di mana nilai tersebut berkisar 20% - 80% sehingga berarti variabel kepercayaan terhadap lembaga wakaf dalam memediasi hubungan variabel promosi melalui media sosial terhadap variabel niat mahasiswa perguruan tinggi Islam di DIY dalam berwakaf uang secara digital termasuk ke dalam kategori *partial mediation*.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat keterbatasan dari penelitian di antaranya sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menggunakan variabel yang terbatas untuk mempertimbangkan studi ini.
2. Peneliti hanya menggunakan satu objek penelitian untuk populasi dan sampel yang diperoleh tidak banyak, meskipun sudah memenuhi syarat dalam analisis data uji coba. Namun, dengan semakin banyak sampel yang diperoleh tentu berdampak pada tingkat atau hasil penelitian.

3. Data yang digunakan dalam penelitian ini hanya bersumber dari penyebaran kuesioner yang pengisiannya tidak diawasi secara langsung.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat saran yang dapat diberikan yakni sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman dan kesadaran berwakaf secara sistematis.
2. Mensyiarkan kajian-kajian terkait wakaf, dapat melalui khotbah Jumat atau pengajian-pengajian.
3. Perlu adanya kampanye wakaf secara masif.
4. Meningkatkan kompetensi nadzir (perorangan maupun lembaga) dalam mengelola wakaf secara profesional.
5. Lembaga wakaf diharapkan untuk lebih meningkatkan kepercayaan wakif dalam berwakaf uang secara digital dengan menunjukkan program yang sudah berjalan melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Jalil, M. I., Yahya, S., & Allah Pitchay, A. (2019). Building committed Waqif: the role of information disclosure. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(2), 185–215. <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2016-0058>
- Abdullah, J. (2018). Tata Cara Dan Pengelolaan Wakaf Uang Di Indonesia. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 4(1), 87. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v4i1.3033>
- Abdullah, J., & Qodin, N. (2014). Aspek Hukum Penggunaan Teknologi Informasi dalam Wakaf Uang di Indonesia. *Jurnal ZISWAF*, 1(2), 273–292.
- Abdullah, M. (2018). Waqf, sustainable development goals (SDGs) and maqasid al-shariah. *International Journal of Social Economics*, 45(1), 158–172.
- Adrian, P. (2008). *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ahmed, U., Mohammed, M. O. et al. (2015). Investigating the influence of public trust on the revival of waqf institution in Uganda. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 23(6), 1165–1172.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behaviour*. https://books.google.co.id/books?id=dmJ9EGEy0ZYC&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Akbar, N., & Amijaya, S. (2021). Reviewing Stock Waqf Product of Indonesian Securities Company. *Monetary Policy, Islamic Finance, and Islamic Corporate Governance: An International Overview*, 73–82. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-786-920211005>
- Allah Pitchay, A., Sukmana, R., Ratnasari, R. T., & Abd Jalil, M. I. (2022). A study of cash waqf contribution between millennials of Malaysia and Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2022-0034>
- Amaliyah, N., Maslahah, M., Leviansyah, M. R., Pramuja, M. W., & Rahmawati, L. (2022). Waqaf Uang Digital: Tranformasi Dan Implementasi Di Indonesia. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.32507/ajei.v13i1.986>
- Amin Abdul Rohman. (2022). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Perspesi, Pendapatan, dan Media Infromasi terhadap Minat Wakaf Uang Masyarakat Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 136–144. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v1i2.513>
- Amir, M. T. (2005). *Dinamika Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Ananto, N. (2022). *Konsep dan Terapan Analisis SEM PLS dengan SMARTPLS 3.0*. PENERBIT MITRA CENDEKIA MEDIA. https://www.google.co.id/books/edition/Konsep_dan_Terapan_Analisis_SEM_PLS

_deng/i1WtEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=sem
pls&pg=PR4&printsec=frontcover

- Anasti, R. (2023). *Sukses Menyelesaikan Skripsi dengan Metode Penelitian Kuantitatif dan Analisis Data SPSS*. Jakarta: Salemba Empat. [https://www.google.co.id/books/edition/Sukses_Menyelesaikan_Skripsi_dengan_Meto/kYrcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=skala likert](https://www.google.co.id/books/edition/Sukses_Menyelesaikan_Skripsi_dengan_Meto/kYrcEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=skala%20likert) 1-5&pg=PR2&printsec=frontcover
- Ancok, Djameludin; Suroso, F. N. (1995). *Psikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- As Shadiqy, M. (2019). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat untuk Berwakaf Uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY. *Panangkarana: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 2(2), 249. <https://doi.org/10.14421/panangkarana.2018.0202-05>
- Astuti, N. P., & Bakri, R. (2021). *Pelatihan Pengolahan Data Menggunakan Aplikasi Smart-PLS 3 Secara Online di Masa Pandemi Covid 19*. 4, 613–619.
- Badan Wakaf Indonesia. (2014). *Fakta dan Permasalahan Wakaf*. Badan Wakaf Indonesia. <http://bwikotamalang.com/fakta-dan-permasalahan-wakaf.html>
- Berakon, I. (2016). *Modul Seri Pelatihan Tutorial Pengujian dan Analisis Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM_PLS) menggunakan warpPLS 7.0*.
- Berakon, I., Aji, H. M., & Hafizi, M. R. (2022). Impact of digital Sharia banking systems on cash-waqf among Indonesian Muslim youth. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1551–1573. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0337>
- Bougie, R. dan U. S. (2010). *Research Methods For Business, Fifth Edition*. John Wiley and Sons Ltd.
- Briliana, V., & Noviana, R. (2016). The antecedents and outcome of halal cosmetic products: a case study in jakarta indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 11(2), 1–9.
- Buchory, H. A., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran: Teori, Aplikasi & Tanya Jawab*. Linda Karya.
- Budiansyah, M. I., & Ayyubi, S. El. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Wakif Dalam Berwakaf Online. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2), 212. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3741>
- BWI. (2020). *Perkembangan Wakaf Uang*. Badan Wakaf Indonesia. <https://www.bwi.go.id/5558/2020/09/21/perkembangan-wakaf-uang/>
- Cahyono, H. (2019). Peran Mahasiswa di Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Setiabudhi*, 1(1), 32–43.
- Chin W, M. G. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Formula Modeling. *Advances in Hospitality and Leisure*, 8 (2) (January 1998), 5.
- Cizakca, M. (2014). *The Waqf, Its Basic Operational Structure and Development*. Kuala Lumpur, Malaysia.
- Darto, M. (2016). *Perilaku Prososial Bagi Revolusi Mental : Teori dan Internalisasinya di*

Sektor Publik. Malang: Selaras Media Kreasindo.

- Davis, J. H., Schoorman, F. Davi., dan Donaldson, L. (1997). Towards a Stewardship Theory of Management. *Academy of Management Review*, 22(1), 20–47.
- Delener, N. (1990). The effects of religious factors on perceived risk in durable goods purchase decisions. *Journal of Consumer Marketing*, 7(3), 27–38.
- Dennis, A. (2021). Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, Dan Hipotesis. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Donaldson, L., dan Davis, J. H. (1991). Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Management*, 49–66.
- Duryadi. (2021). *Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS (J.T. Santoso, Ed.)*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Ernawati. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/eGp3EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengertian+skala+likert&printsec=frontcover
- Fauzi, M., Gunawan, A., & Darussalam, A. (2020). Upaya Baitul Maal Wa Tamwil Bertahan Di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropfi Islam*, 4(2), 141–152. <https://doi.org/10.22236/alurban>
- Firdaus, S. N. A. (2022). Analisis Perbandingan Wakaf Uang Dan Wakaf Melalui Uang Di Indonesia. *Tahkim (Jurnal Peradaban Dan Hukum Islam)*, 5(1), 101–120. <https://doi.org/10.29313/tahkim.v5i1.9123>
- Fishbein, M., and Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fitriyah, M., & Alim, M. N. (2022). Pengaruh Prinsip Good Governance, Promosi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Wakif Berwakaf Tunai Pada Nazhir Wakaf Uang (Nwu) Di Lamongan. *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 10(02), 41–54. <https://doi.org/10.31102/equilibrium.10.02.41-54>
- Fornell, C. D., & Lacker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39–50.
- Gio, P. U. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan Software SmartPLS*. Uwais Inspirasi Indonesia.
https://www.google.co.id/books/edition/PARTIAL_LEAST_SQUARES_STRUCTURAL_EQUATIO/TPGiEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=validitas diskriminan sem pls&pg=PR2&printsec=frontcover
- Grandon, E. E., & Mykytyn, P. P. (2004). Theory-Based Instrumentation to Measure the Intention to Use Electronic Commerce in Small and Medium Sized Businesses. *Journal of Computer Information Systems*, 44, 44–57. <https://doi.org/10.1080/08874417.2004.11647581>
- Hair, J., T. Hult, C. Ringle, and M. S. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. in. Los Angeles: Sage.

- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. 2nd Edition, Sage Publications Inc., Thousand Oaks, CA.
- Hair et al. (2011). *Multivariate Data Analysis. Fifth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Haliah. (2015). Quality of Report, is there A Management, and Information Technology Role? Empirical Evidence from West Sulawesi Province, Indonesia. *International Journal of Economic Research (IJER)*, 12(1), 177–193.
- Harahap, L. K. (2018). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi Uin Walisongo Semarang*, 1, 1.
- Haryanto R. (2012). Pengentasan Kemiskinan Melalui Pendekatan Wakaf Tunai. *Jurnal Al-Ihkam*, 1(7).
- Hashim, A. J. bt C. M., & Musa, R. (2014). Factors Influencing Attitude towards Halal Cosmetic among Young Adult Urban Muslim Women: A Focus Group Analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 129–134. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.016>
- Hassan, S. H. M., Mustapha, R., Mahmud, M., Malkan, S. N. A., & Hassan, N. H. C. (2021). The Influence of Promotion and Waqf Knowledge toward Cash Waqf Awareness in Pahang Region. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(4), 1252–1260. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i4/9816>
- Herlina, E., & Mulyanto, H. (2022). Peran Kepercayaan Dalam Memediasi Promosi Online Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Mahasiswa Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 19(2), 193. <https://doi.org/10.33370/jmk.v19i2.954>
- Hinkin, T. R. (1995). A review of scale development practices in the study of organizations. *Journal of Management*, 21(5), 967–988.
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary. *Journal Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternative*, 37–41.
- Huda, N., & Heykal, M. (2010). *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Cetakan Pe). Jakarta: Kencana.
- Hukum, P., Humas, D. A. N., & Ri, B. P. N. (2008). *Pusat hukum dan humas bpn ri 3/23/2008*. 2(2), 1–12.
- Huraini, Emil; Susanti, Mira; Sari, R. D. (2022). Pengetahuan dan kepercayaan diri tentang perawatan paliatif pada perawat ICU. *Jurnal Endurance: Kajian Ilmiah Problema Kesehatan*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.22216/jen.v7i1.811>
- Inayah, N., & Muanisah, Z. (2018). Hubungan Kepercayaan, Transparansi, Dan Akuntabilitas Terhadap Loyalitas Muzakki Pada Badan Amil Zakat (Studi Kasus di Kecamatan Tegalsari Banyuwangi). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 110–128. <http://jurnal.stitnualhikmah.ac.id/index.php/activa/article/view/318/301>
- Irfany, M. I., Albajili, A. N., & Nurhalim, A. (2022). Faktor-faktor yang Memengaruhi

Keputusan Masyarakat dalam Memilih Wakaf Uang. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 15(2), 1–25. <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.vol15iss2.168>

Jalaluddin. (2002). *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Jasin, H., Mujiatun, S., Fauzi Rambe, M., & Bahagia Siregar, R. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention? *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 86–102. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.5630>

Jatmiko, W., Haidlir, B. M., Azizon, A., Laksmono, B. S., & Kasri, R. (2023). Intergenerational analysis of cash waqf behavior: lessons learned from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2022-0086>

Jefri, R. (2018). Teori stewardship dan good governance. *Jurnal Riset Edisi XXVI*, 4(3), 14–28. <https://economicsbosowa.unibos.id/index.php/eb/article/view/162>

Kahf, M. and Mohomed, A. N. (2017). Cash waqf: an innovative instrument of personal finance in Islamic banking. *Journal of Islamic Economics, Banking and Finance*, 13(3).

Kasri, R. A., & Chaerunnisa, S. R. (2022). The role of knowledge, trust, and religiosity in explaining the online cash waqf amongst Muslim millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1334–1350. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>

Kebijakan Fiskal, B. (2021). *Wakaf Uang, oleh, dari dan untuk masyarakat*. <https://Fiskal.Kemenkeu.Go.Id/Fiskalpedia>. <https://fiskal.kemenkeu.go.id/fiskalpedia/2021/03/12/202749458101924-wakaf-uang-dari-oleh-dan-untuk-masyarakat>

Koehn, D. (2000). *Landasan Etika Profesi*. Jakarta: Kanisius.

Kotler, Philip; Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Understanding the Marketplace and Consumers. In *Principles of marketing 12e*. Pearson Education. <http://library.lol/main/3C5C2ED94E38B7206BBBAA857A979CB1>

Laila, N., Ratnasari, R. T., Ismail, S., Mohd Hidzir, P. A., & Mahphoth, M. H. (2022). The intention of small and medium enterprises' owners to participate in waqf: the case of Malaysia and Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 16(3), 429–447. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-01-2022-0014>

Liantifa, M. (2019). Peran Kepercayaan Memediasi Hubungan Promosi Politik dan Citra Kandidat Terhadap Keputusan Pemilihan Kepala Desa. *Jurnal Benefita*, 4(2), 269. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i2.2965>

Machmud, A. I., & Suryaningsih, S. A. (2020). Analisis Tingkat Literasi Wakaf Uang Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 165–179. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p165-179>

Mahmud, A. (2022). Analisis Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 6(1), 258–271.

<https://doi.org/10.36778/jesyva.v6i1.921>

- Mahyarni, M. (2013). Theori TRA Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El- Rizasah*, 4(1), 13.
- Mansah, A., Utama, R. E., Fahmi, M., Fauziah, S., & Amalia, F. (2023). *Preferences of Millennials with Cash Waqf in Jakarta Preferensi Milenial Berwakaf Uang di Jakarta*. 2(May).
- Maswani. (2022). *Bahasa Arab Qur'ani : Model Pembelajaran Bahasa Arab Berbasis Religiusitas pada Orang Dewasa* (K. Umbar (ed.); 1st ed.). Publica Indonesia Utama. https://www.google.co.id/books/edition/Bahasa_Arab_Qur_ani_Model_Pembelajaran_B/e9WzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=religiusitas+adalah&pg=PA101&printsec=frontcover
- McChesney, R. (1981). Waqf and public policy: the waqfs of Shah Abbas 1011-1023/1602-1614. *Asian and African Studies*, 15(2), 165–190.
- Mokhlis, S. (2008). Consumer Religiosity and the Importance of Store Attributes. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 4(2).
- Mufarrikhoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*. CV. Jakad Media Publishing. https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Pendidikan_Konsep_Sampling_d_a/hknWDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=tujuan_menggunakan_purposive_sampling&pg=PR1&printsec=frontcover
- Nanang Qosim. (2018). *Wakaf Uang dalam Perspektif Hukum Islam*. Asy-Syari'ah : Jurnal Hukum Islam. <https://doi.org/10.36835/assyariah.v4i1.101>
- Narimawati, Umi; Sarwono Jonathan; Affandi, Azhar; Priadana, S. (2020). *Ragam Analisis dalam Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Yogyakarta: ANDI. https://www.google.co.id/books/edition/Ragam_Analisis_dalam_Metode_Penelitian/bEYMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=validitas_konvergen_sempls&pg=PR2&printsec=frontcover
- Nashoni, Fuad; Mucharam, R. D. (2002). *Mengembangkan Kreatifitas dalam Perspektif Psikologi Islam*. Jogjakarta: Menara Kudus.
- Nasiri, A., Noori, A. and Salleh, M. C. M. (2019). Acceptance and practices of cash WAQF among university's students. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(3), 38–48. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v9-i3/6325>
- Nitzl, C. (2016). The use of partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) in management accounting research : Directions for future theory development. *Integrative Medicine Research*, 37, 19–35. <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2016.09.003>
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory, 2nd ed*. New York: McGraw-Hill.

- Nuraini, I., Takidah, E., & Fauzi, A. (2018). 289452-Faktor-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Intensi-34a53a75 (1). *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 1(<http://jurnal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>), 97–108.
- Pranogyo, A. Bowo, H. dan S. T. (2021). *Kinerja Karyawan Teori Pengukuran dan Implikasi*. Bandung: CV. Fenix Muda Sejahtera.
- Prinsip, P., Governance, G., Nazhir, P., Uang, W., Di, N. W. U., Fitriyah, M., & Alim, M. N. (n.d.). *RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT WAKIF BERWAKAF TUNAI PENDAHULUAN Covid-19 sudah menyebar luas di Indonesia sejak tahun 2020 hingga sekarang , yang tidak hanya berdampak buruk terhadap kesehatan namun juga terhadap perekonomian khususnya di Kabupaten Lamongan . 10*, 104–117.
- Rahman, A.A., Asrarhaghighi, E. and Rahman, A. S. (2015). Consumers and halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2013-0068>
- Ramayanti, F., & Kurriwati, N. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Saluran Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen di Era Pandemi Studi Pada Ramio Cafe And Mart di Sumenep. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(4), 99–110. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i4.13507>
- Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. CV BUDI UTAMA. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=penentuan_jumlah_sampel&pg=PR4&printsec=frontcover
- Robiatul Muvidah, A., & Andriani, S. (2022). Pengaruh pengetahuan dan digitalisasi perpajakan terhadap voluntary tax compliance di mediasi kepercayaan pada industri kecil menengah Jawa Timur. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5084–5093. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1776>
- Rosalinda, M., Abdullah, A., & Fadli, F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Zakat, Pendapatan Dan Kepercayaan Muzakki Terhadap Minat Pelaku Umkm Untuk Membayar Zakat Niaga Di Organisasi Pengelola Zakat Kota Bengkulu. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 67–80. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.11.1.67-80>
- Sagita, D. D., Fauzi, D. M., & Tuasikal, J. M. S. (2021). Analisis Tingkat Religiusitas Pada Mahasiswa Yang Mengikuti Organisasi. *Pedagogika*, 12(2), 201–216. <https://doi.org/10.37411/pedagogika.v12i2.817>
- Said, M., Hassan, F., Musa, R., & Rahman, N. A. (2014). Assessing Consumers' Perception, Knowledge and Religiosity on Malaysia's Halal Food Products. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130(May), 120–128. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.015>
- Sari, M. D. Y., Sukaatmadja, I. P. G., & Yasa, N. N. K. (2020). Peran Kepercayaan Memediasi Pengetahuan Dengan Partisipasi Pengguna Toko Online di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(5), 1197–1232.
- Sari sasi gendro, dea aulya. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan*

Partial Least Square SEM (PLS-SEM) (T. A. Prabawati, Ed.; ed.). ANDI.

- Sholihin, Mahfud; Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis* (Clara Mitak (ed.); I). PENERBIT ANDI.
https://www.google.co.id/books/edition/Analisis_SEM_PLS_dengan_WarpPLS_7_0_untu/NbMWEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=pengujian+pls&printsec=frontcover
- Shukor, S.A., Anwar, I.F., Aziz, S.A. and Sabri, H. (2017). *Muslim attitude towards participation in cash waqf: antecedents and consequences*. 18(1), 193–204.
- Simanjuntak, M., & Dewantara, M. M. (2014). The Effects of Knowledge, Religiosity Value, and Attitude on Halal Label Reading Behavior of Undergraduate Students. *ASEAN Marketing Journal*, 6(2). <https://doi.org/10.21002/amj.v6i2.4216>
- Siregar, P. H., & Marpaung, R. F. (2021). Perbedaan Pengetahuan Sebelum dan Sesudah Masa Penyuluhan Mencuci Tangan pada Pandemi Covid-19 pada Lansia. In *PT Inovasi Pratama Internasional*. PT. Inovasi Pratama Internasional.
https://www.google.co.id/books/edition/Perbedaan_Pengetahuan_Sebelum_dan_Sesuda/gxBsEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1%0Ahttps://www.google.co.id/books/edition/Perbedaan_Pengetahuan_Sebelum_dan_Sesuda/gxBsEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=faktor+yang+mempengaruhi+pengetahuan+m
- Siregar, Z. M. E. (2023). *STRUCTURAL EQUATION MODELING KONSEP DAN IMPLEMENTASINYA PADA KAJIAN ILMU MANAJEMEN DENGAN MENGGUNAKAN AMOS*. DEEPUBLISH DIGITAL.
https://www.google.co.id/books/edition/Structural_Equation_Modeling_Konsep_Da_n/cNjYEAQAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=tujuan+mengetahui+Goodness+of+Fit+Model&pg=PA22&printsec=frontcover
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Supriadi, I. (2022). *Riset Akuntansi Keperilakuan: Penggunaan SmartPLS dan SPSS Include Macro Andrew F.Hayes*. CV. Jakad Media Publishing.
https://www.google.co.id/books/edition/Riset_Akuntansi_Keperilakuan_Penggunaan/iup4EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=multikolinearitas+sempls&pg=PT3&printsec=frontcover
- Susetyo, B. (2009). Menuju Teori Stewardship Manajemen. *Jurnal Permana*, 1(1).
- Tang, T.W., & Chi, W. H. (2005). *The Role of Trust in Customer Online Shopping Behavior: Perspective of Technology Acceptance Model*.
http://onemvweb.com/sources/sources/role_trust_online_shopping.pdf
- Tarsi. (2014). Wakaf Uang dengan Sistem Online. *Mahkamah Agung RI-Pengadilan Tinggi Agama Medan*, 1–17. <http://www.pta-medan.go.id/index.php/2016-12-22-04-37-57/artikel-anda/1822-wakaf-uang-dengan-sistem-online>
- Tham, J. (2013). Book Review: *The Zen of Social Media Marketing: An Easier Way to Build Credibility, Generate Buzz, and Increase Revenue*, by Shama Hyder Kabani. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(3), 590–591.
<https://doi.org/10.1177/1077699013496037>
- Ulfah, P., Wahyudin, & Pratiwi, U. (2022). Faktor yang dipertimbangkan mahasiswa dalam

berwakaf tunai. *Call for Paper and National Conference 2022: "Rural Tourism and Creative Economy to Develop Sustainable Wellness,"* 97–108.

- Umar Sulaima al-Asyqar. (2006). *Fiqih Niat*. Jakarta: Gema Insani. https://books.google.co.id/books?id=pUWhEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Umi Narimawati, Jonathan Sarwono, Dadang Munandar, M. B., & Winanti. (2020). *Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis (untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. CV ANDI OFFSET. [https://www.google.co.id/books/edition/Ragam_Analisis_dalam_Metode_Penelitian/bEYMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji kecocokan model smartpls&pg=PR2&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Ragam_Analisis_dalam_Metode_Penelitian/bEYMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji%20kecocokan%20model%20smartpls&pg=PR2&printsec=frontcover)
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh Online Customer Review , Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *Iqtishadia: Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 10(1), 31–47. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i1.8407>
- Valančienė, L., & Jegelevičiūtė, S. (2013). Valuation of Crowdfunding: Benefits and Drawbacks. *Economics and Management*, 18(1), 39–48. <https://doi.org/10.5755/j01.em.18.1.3713>
- Wang, C.; Chen, C.; dan Jiang, J. (2009). The Impact of Knowledge and Trust on E_Consumers' Online Shopping Activities: An Empirical Study. *Journal Of Computers*, 4(1), 11–18.
- Werner, P. (2004). *Reasoned Action and Planned Behavior*.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2011). *Generasi Baru Mengolah Data Penelitian dengan Partial Least Square Path Modelling: Aplikasi dengan Software XLSTAT, Smart PLS, dan Visual PLS (0, Ed.)*. Salemba Infotek.
- Yudhistira, V., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli dengan Variabel Kepercayaan Sebagai Mediator (Studi Pada Produk Fashion Online di Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1237–1243.
- Yuliafitri, I., & Rivaldi, A. I. (2017). Pengaruh Penerapan Prinsip-Prinsip Good Governance dan Promosi Terhadap Penerimaan Wakaf Tunai (Pada Lembaga Pengelola Wakaf Di Indonesia). *InFestasi*, 13(1), 217. <https://doi.org/10.21107/infestasi.v13i1.3044>
- Yulianti, D. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Tingkat Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Uang. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 13(2), 125–148. <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.v13i2.131>