

**PENGARUH PENGETAHUAN ZAKAT DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN BERZAKAT FITRAH GENERASI Z
MELALUI BAZNAS DENGAN CITRA LEMBAGA SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU PERSYARATAN UNTUK MENDAPATKAN
GELAR SARJANA EKONOMI**

OLEH:

SELVY AULIA PUTRI

22108010090

PEMBIMBING

Prof. Dr. ANTON BAWONO, S.E., M.Si.

197403202003121001

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

2026

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-802/Un.02/DEB/PP.00.9/07/2026

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PENGETAHUAN ZAKAT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN BERZAKAT FITRAH GENERASI Z MELALUI BAZNAS DENGAN CITRA LEMBAGA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SELVY AULIA PUTRI
Nomor Induk Mahasiswa : 22108010090
Telah diujikan pada : Senin, 15 Juni 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Valid ID: 6a38ebfdce96

Ketua Sidang

Prof. Dr. Anton Bawono, M.Si.
SIGNED



Valid ID: 6a462ec50a868

Penguji I

Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.
SIGNED



Valid ID: 6a472f2e46ca5

Penguji II

Rifaatul Indana, S.E.L.M.E., CMA
SIGNED



Valid ID: 6a4c6722132ac

Yogyakarta, 15 Juni 2026
UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Skripsi oleh Selvy Aulia Putri

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di-Yogyakarta

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan pengoreksian, pemeriksaan, memberikan arahan, serta melakukan perbaikan yang diperlukan, dengan demikian, saya sebagai Pembimbing menyatakan bahwa skripsi yang diajukan oleh mahasiswa berikut ini:

Nama : Selvy Aulia Putri
NIM : 22108010090
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGETAHUAN ZAKAT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN BERZAKAT FITRAH GENERASI Z MELALUI BAZNAS DENGAN CITRA LEMBAGA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Skripsi ini telah layak untuk diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam.

Dengan ini, kami berharap skripsi ini dapat segera diujikan. Terima kasih atas perhatian dan pertimbangannya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 23 Mei 2026

Pembimbing.

Prof. Dr. Anton Bawono, S.E., M.Si.

NIP: 197403202003121001

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selvy Aulia Putri
NIM : 22108010090
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berzakat Fitrah Generasi Z Melalui Baznas Dengan Citra Lembaga Sebagai Variabel Mediasi”** adalah benar-benar hasil karya asli saya sendiri dan bukan merupakan plagiarisme pencurian hasil karya milik orang lain hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis skripsi saya secara orisinil dan otentik.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakan integritas akademik di institusi.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 25 Mei 2026
Penulis,



Selvy Aulia Putri
NIM. 22108010090

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Selvy Aulia Putri
NIM : 22108010090
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

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

“Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berzakat Fitrah Generasi Z Melalui Baznas Dengan Citra Lembaga Sebagai Variabel Mediasi”

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakan integritas akademik di institusi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 25 Mei 2026

Penulis,



Selvy Aulia Putri

NIM: 22108010090

SURAT KETERANGAN MEMAKAI JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selvy Aulia Putri
NIM : 22108010090
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan isnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya tidak menuntut kepada Program Studi Ekonomi 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, 25 Mei 2026
Penulis,



Selvy Aulia Putri
NIM: 22108010090

HALAMAN MOTTO

“ Sebaik baik manusia adalah yang dapat bermanfaat bagi manusia lain”

(HR. Ahmad)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmannirrahim

Alhamdulillah segala syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia rahmat dan kesempatan sehingga penyusun dapat menyelesaikan tugas akhir dengan segala kekurangan. Serta *shalawat* salam tak lupa saya ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membuka ilmu pengetahuan.

Saya persembahkan Skripsi ini kepada:

Kedua orang tua saya yang telah membiayai pendidikan dan memotivasi saya agar terus semangat untuk menyelesaikan masa studi saya, para bapak/ibu dosen dan teman-teman yang telah berperan dalam proses saya hingga sampai titik ini.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

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

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Na ma	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā'	b	be
ت	tā'	t	te
ث	ṡā'	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	khā'	kh	ka and ha
د	dāl	d	de
ذ	ẓāl	ẓ	zet (dengan titik diatas)
ر	rā'	r	er
ز	zāi	z	zet
س	sīn	s	es
ش	syīn	sy	es and ye
ص	ṡād	ṡ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓā'	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
ه	hā'	h	ha
-	hamza h	,	apostrof
ي	yā'	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

ممتددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' Marbutāh* pada Akhir Kalimat

a. Ditulis dengan *h* jika dibaca *Sukun*

حكمة	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak berlaku untuk kata-kata Arab yang telah diserap ke dalam bahasa Indonesia, misalnya zakat, kecuali bila dikehendaki kata aslinya)

b. Bila diikuti dengan kata sandang 'al' serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>
---------------	---------	---------------------------

- c. Bila *Tā'marbutāh* hidup dengan *fathāh*, *kasrah*, or *dāmah* dengan demikian dituliskan *ny t* or *h*.

زكاة الفطرة	ditulis	<i>ḡakatā al-fitrāh</i>
-------------	---------	-------------------------

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

Semua *tā'marbutāh* 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.

_____	fathah	ditulis	a
_____	kasrah	ditulis	i
_____	ḡammah	ditulis	u

فعل	fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذكر	kasrah	ditulis	<i>ḡukira</i>
يذهب	ḡammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1	fathah + alif	ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2	fathah + yā'mati	ditulis	<i>ā</i>
	تنسى	ditulis	<i>tans ā</i>

3	kasrah + yā'mati	ditulis	<i>i</i>
	كريم	ditulis	<i>karim</i>
4	ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
	فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1	fathāh + yā'mati	ditulis	<i>ai</i>
	بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2	fathāh + 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>
أُعِدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang alif + Lam

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

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

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

السَّمَاءُ	ditulis	<i>al-Samā'</i>
الشَّمْسُ	ditulis	<i>al-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِی الْفُرُوضِ	ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

ARABIC transliteration

The system of Arabic transliteration used in this thesis is based on Joint Circulating Letter of Minister of Religious Affairs and Minister of Education and Cultural Affairs of The Republic of Indonesia No. 158/1987 and 0543b/U/1987.

A. Single Consonant

Arabic Letter	Na me	Letter of Latin	Assertions
ا	alif	not symbolized	not symbolized
ب	bā'	b	be
ت	tā'	t	te
ث	ṣā'	ṣ	es (with point on top)
ج	jīm	j	je
ح	ḥā'	ḥ	ha (with point below)
خ	khā'	kh	ka and ha
د	dāl	d	de
ذ	zāl	ẓ	zet (with point on top)
ر	rā'	r	er
ز	zāi	z	zet
س	sīn	s	es
ش	syīn	sy	es and way
ص	ṣād	ṣ	es (with point below)
ض	ḍād	ḍ	de (with point below)
ط	tā'	ṭ	te (with point below)
ظ	ẓā'	ẓ	zet (with point below)
ع	'ain	‘	comma reversed from above

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	hamza h	,	apostrophe
ي	yā'	Y	Ye

B. Double Consonant Caused by *Syaddah* Written in Double

ممتددة	written	<i>muta'addidah</i>
عدة	written	<i>'iddah</i>

C. *Tā' Marbutāh* on The End of Word

- d. Written by *h* if Read in *Sukun*

ح كم ة	written	<i>ḥikmah</i>
ج ز ية	written	<i>jizyah</i>

(This stipulation is not required on Arabic words that has been assimilated into English Language e.g. zakah etc, except if the original word is wished)

- e. When followed by article ‘al’ and the second word is separated thus it is written by *h*.

كرامة الولياء	written	<i>karāmah al-aulyā’</i>
---------------	---------	--------------------------

- f. If Tā' *marbutāh* lives by *fathāh*, *kasrah*, or *dāmah* thus it is written by *t* or *h*.

زكاة الفطرة	written	<i>zakatā al-fitrāh</i>
-------------	---------	-------------------------

D. Short Vowels

_____	fathah	written	a
_____	kasrah	written	i
_____	ḍammah	written	u

E. Long Vowels

1	fathah + alif جاهلية	written	ā
		written	<i>jāhiliyah</i>
2	fathah + yā’ dead تتسى	written	ā
		written	<i>tans ā</i>
3	kasrah + yā’ dead كريم	written	i>
		written	<i>kari>m</i>
4	ḍammah + wāwu dead فروض	written	ū
		written	<i>furūd</i>

F. Double Vowels

1	fathah + yā' dead	written	ai
	بينكم	written	<i>bainakum</i>
2	fathah + wāwu dead	written	au
	قول	written	<i>qaul</i>

G. Consecutive Short Vowels in a Word Separated by Apostrophe

أَنْتُمْ	written	<i>a'antum</i>
أَعَدْتُ	written	<i>u'iddat</i>
إِلْنِ شَكَرْتُمْ	written	<i>la'in syakartum</i>

H. If Article *alif lam* is Followed by Letter of *Qomariyyah* or *Syamsiyyah*, Thus it is written by 'al'

الْقُرْآنُ	written	<i>al-qur'ān</i>
الْقِيَاسُ	written	<i>al-qiyās</i>
السَّمَاءُ	written	<i>al-samā'</i>
الشَّمْسُ	written	<i>al-syams</i>

I. Writing Words in Sentence

ذَوِي الْفُرُوضِ	written	<i>ẓawi al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	written	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji hanya bagi Allah SWT, Tuhan yang Maha Esa, yang dengan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan syukur atas segala nikmat yang diberikan, baik dalam bentuk kesehatan, kemudahan, maupun kesempatan untuk menyelesaikan studi ini. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya, baik bagi penulis pribadi, dunia akademik, maupun masyarakat secara umum.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan, doa, dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, izinkan saya menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mereka yang telah berperan besar dalam perjalanan penulis :

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA., sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Miftakhul Choiri, S.Sos.I., M.S.I. sebagai Kepala Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Bapak Prof. Dr. Anton Bawono, S.E., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang sudah memberikan nasihat, masukan dan motivasi yang sangat berharga sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Terima kasih atas dukungannya.
5. Bapak Dr. Taosige Wau, S.E., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih atas bimbingan dan sarannya untuk semua hal yang berkaitan dengan studi saya.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan wawasan bagi

penulis selama menempuh studi, khususnya dosen program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

7. Kedua orang tua tersayang, Bapak Parlin Harianto dan Ibu Musriatin Terima kasih penulis ucapkan atas segala pengorbanan dan ketulusan yang diberikan. Meskipun bapak dan ibu tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan penulis. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga utuh memang tidak mudah, tetapi segala hal yang telah dilalui memberikan penulis pelajaran yang sangat berharga tentang arti menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang dan mandiri. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat membuat papa dan mama lebih bangga karena telah berhasil menjadikan anak tunggalnya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga bapak dan ibuk selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.
8. Seluruh teman-teman sahabat seperjuangan penulis, serta kepada teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungan yang telah diberikan. Terima kasih atas kebersamaan dan semangat yang telah diberikan selama masa perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini. Kebersamaan, canda, dan perjuangan bersama menjadi bagian berharga dalam perjalanan akademik penulis. Kalian membuat penulis percaya bahwa proses bertumbuh memang tidak mudah, tetapi tidak harus dijalani sendirian.
9. Kepada teman - teman UKM Pramuka Racana Nyi Ageng Serang dan Sunan Kalijaga, terima kasih telah menjadi organisasi pertama penulis yang memberikan tempat untuk tumbuh dan belajar. Di antara banyak perjalanan, kalian adalah tempat yang mengajarkan penulis bahwa menjadi kuat bukan berarti tidak pernah lelah, tetapi tetap melangkah meski lelah. Terima kasih telah menjadi bagian dari kisah yang akan selalu penulis bawa.

10. Teruntuk keluarga @temanberjalan.id sesuai tag linanya bertumbuh, berkembang, dan bermanfaat. Terima kasih sudah bermanfaat dan menjadi tempat penulis untuk bertumbuh dan berkembang, Tak semua perjalanan dimulai dari langkah yang kuat. Terima kasih telah membersamai langkah ketika penulis masih belajar bangkit, terima kasih telah menjadi rumah yang mengajarkan penulis untuk kembali melangkah.
11. Terakhir tidak lupa, kepada diri saya sendiri. Terima kasih “Selvy” sudah memilih untuk bertahan, mau berjuang untuk tetap ada hingga saat ini, serta menjadi perempuan yang kuat dan ikhlas atas segala perjalanan hidup yang mungkin tidak selalu indah. Dan proses ini mengajarkan penulis bahwa setiap luka dapat pulih, setiap lelah dapat beristirahat, dan setiap langkah kecil tetap memiliki arti. Dengan adanya skripsi ini, telah berhasil membuktikan bahwa kamu bisa menyandang gelar S.E tepat waktu dan menjadi tekad maupun acuan untuk terus melakukan hal lebih membanggakan lainnya. Bagaimanapun kehidupanmu selanjutnya, hargai dirimu, rayakan dirimu, berbahagialah atas segala proses yang berhasil dilalui untuk masa depan yang lebih baik dan cerah.

Akhir kata, saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya mengharapkan kritik, masukan, dan saran demi kesempurnaannya. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 25 Mei 2026

Penulis,



Selvy Aulia Putri

NIM: 22108010090

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
SURAT KETERANGAN MEMAKAI JILBAB.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	ix
ARABIC TRANSLITERATION	xiv
KATA PENGANTAR.....	xviii
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR.....	xxv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
ABSTRAK	xxvii
ABSTRACT	xxviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Landasan Teori	10
1. Theory of Planned Behavior (TPB)	10
2. Zakat.....	14
3. Keputusan Berzakat	18
4. Pengetahuan Zakat	19
5. Kepercayaan.....	21
6. Citra Lembaga.....	22

B. Kajian Pustaka.....	23
C. Pengembangan Hipotesis	32
D. Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi	39
2. Sampel.....	40
C. Definisi Operasional Variabel	41
D. Metode Pengumpulan Data	43
E. Teknik Analisis Data	43
1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	45
F. Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	51
1. Sejarah dan Landasan Hukum BAZNAS.....	51
2. Visi, Misi dan Tujuan BAZNAS	52
3. Struktur Organisasi.....	54
4. Tugas, Fungsi, dan Kewenangan.....	54
5. Transformasi Digital dan Layanan Modern	56
B. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	56
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
C. Statistik Deskriptif	60
D. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	62
1. Validitas Diskriminan.....	63
2. Validitas Konvergen	65
3. Reliabilitas.....	67
E. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	68
1. Koefisien determinasi (R^2).....	69

2. Uji <i>Effect Size</i> (F^2).....	71
3. Uji Multikolinieritas.....	72
F. Pengujian Hipotesis.....	74
G. Pembahasan.....	77
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Implikasi.....	85
C. Keterbatasan.....	86
D. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Muzaki	1
Tabel 1. 2 Proporsi Generasi di Indonesia	2
Tabel 2. 1 Kajian Pustaka.....	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif.....	61
Tabel 4. 7 Fornell-Larcker Criterion	64
Tabel 4. 8 Cross-Loadings.....	64
Tabel 4. 9 Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)	65
Tabel 4. 10 Outer Loading	66
Tabel 4. 11 Average variance extracted (AVE)	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 13 Koefisien determinasi (R^2)	70
Tabel 4. 14 Uji Effect Size (F^2)	71
Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4. 16 Uji Hipotesis.....	75


 STATE ISLAMIC UNIVERSITY
 SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Skema Theory of Planned Behavior.....	38
Gambar 4. 1 Outer Model	63
Gambar 4. 2 Inner Model.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2 Pilot Test.....	98
Lampiran 3 Data Karakteristik Responden.....	103
Lampiran 4 Data Jawaban Responden.....	109
Lampiran 5 Penyebaran Responden.....	121
Lampiran 6 Outer Model.....	122
Lampiran 7 Inner Model	125
Lampiran 8 Pengujian Hipotesis	127
Lampiran 9 Curriculum Vitae	128



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan zakat dan kepercayaan terhadap keputusan berzakat fitrah Generasi Z melalui BAZNAS dengan citra lembaga sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif explanatory research. Sampel diambil menggunakan metode purposive sampling sebanyak 139 responden Generasi Z yang mengetahui BAZNAS dan pernah membayar zakat fitrah. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pengetahuan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berzakat; (2) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berzakat; (3) pengetahuan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra lembaga; (4) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra lembaga; (5) citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berzakat; (6) citra lembaga memediasi secara signifikan pengaruh pengetahuan zakat terhadap keputusan berzakat; dan (7) citra lembaga memediasi secara signifikan pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berzakat.

Kata kunci: Pengetahuan Zakat, Kepercayaan, Citra Lembaga, Keputusan Berzakat, Generasi Z, BAZNAS.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of zakat knowledge and trust on Generation Z's decision to pay zakat fitrah through BAZNAS, with institutional image as a mediating variable. This study uses a quantitative explanatory research approach. The sample was taken using a purposive sampling method of 139 Generation Z respondents who were aware of BAZNAS and had paid zakat fitrah. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The results show that: (1) zakat knowledge has a positive and significant effect on zakat decisions; (2) trust has a positive and significant effect on zakat decisions; (3) zakat knowledge has a positive and significant effect on institutional image; (4) trust has a positive and significant effect on institutional image; (5) institutional image has a positive and significant effect on zakat decisions; (6) institutional image significantly mediates the effect of zakat knowledge on zakat decisions; and (7) institutional image significantly mediates the effect of trust on zakat decisions.

Keywords: Zakat Knowledge, Trust, Institutional Image, Zakat Decision, Generation Z, BAZNAS.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Zakat merupakan instrumen ekonomi Islam yang memiliki peran strategis dalam mewujudkan keadilan sosial dan pengentasan kemiskinan. Melalui pengelolaan zakat yang profesional dan terorganisasi, potensi zakat dapat dioptimalkan untuk mendukung pembangunan ekonomi umat secara berkelanjutan (Qardhawi, 2011). Di Indonesia, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) berperan sebagai lembaga resmi yang bertanggung jawab dalam pengelolaan zakat secara nasional. Namun demikian, besarnya potensi zakat nasional belum sepenuhnya terealisasi, salah satunya disebabkan oleh rendahnya partisipasi masyarakat dalam menyalurkan zakat melalui lembaga resmi (BAZNAS, 2023).

Tabel 1. 1 Jumlah Muzaki

Tahun	Jumlah Muzaki
2021	10,7 Juta Jiwa
2022	21,4 Juta Jiwa
2023	27,6 Juta Jiwa
2024	28,1 - 28,46 Juta Jiwa

Sumber: Laporan BAZNAZ, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah muzaki (pembayar zakat) di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang cukup signifikan selama periode 2021 hingga 2024. Pada tahun 2021, jumlah muzaki tercatat sebanyak 10,7 juta jiwa. Angka ini melonjak drastis menjadi 21,4 juta jiwa pada tahun 2022, yang berarti terjadi peningkatan hampir 100% (dua kali

lipat) dalam kurun waktu satu tahun. Lonjakan ini mencerminkan keberhasilan strategi BAZNAS dalam menjangkau lebih banyak pembayar zakat, terutama melalui transformasi digital dan penguatan kelembagaan.

Tabel 1. 2 Proporsi Generasi di Indonesia

Generasi	Tahun Kelahiran	Jumlah (2026)	Persentase
Generasi Z	1997–2012	75.250.862 jiwa	~26,0%
Milenial	1981–1996	68.453.627 jiwa	~23,6%
Generasi Alfa	2013–2024	55.579.572 jiwa	~19,2%
Generasi X	1965–1980	55.259.175 jiwa	~19,1%
Baby Boomers	1946–1964	26.484.763 jiwa	~9,1%
Generasi Beta	Setelah 2024	5.505.121 jiwa	~1,9%
Silent Generation	1928–1945	3.148.856 jiwa	~1,1%
Old Generation	Sebelum 1928	34.134 jiwa	~0,01%
Total Penduduk		289.716.110 jiwa	100%

Sumber: Data Kependudukan Bersih (DKB) Dinamis Ditjen Dukcapil Kemendagri, 2026

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa Generasi Z merupakan kelompok generasi terbesar di Indonesia dengan jumlah mencapai 74,93 juta jiwa (27,94%) pada 2024, meningkat menjadi 75,25 juta jiwa pada 2026. Generasi ini mengungguli generasi Milenial yang berjumlah 69,38 juta jiwa (25,87%) pada 2024 dan 68,45 juta jiwa pada 2026. Jika digabungkan, Generasi Z dan Milenial mencapai hampir separuh dari total penduduk Indonesia, yaitu sekitar 49,27% pada 2025. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda mendominasi struktur demografi Indonesia, yang merupakan bonus demografi sekaligus tantangan bagi berbagai sektor, termasuk pengelolaan zakat. Dominasi Generasi Z dalam struktur penduduk Indonesia menjadikan kelompok ini sebagai target strategis bagi lembaga pengelola zakat seperti BAZNAS. Karakteristik Generasi Z yang melek teknologi, kritis terhadap

informasi, dan menilai kredibilitas lembaga menjadi dasar pentingnya penelitian tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka dalam berzakat, khususnya pengetahuan zakat, kepercayaan, dan citra lembaga.

Perkembangan demografi menunjukkan bahwa Generasi Z menjadi kelompok penduduk yang semakin dominan dalam struktur usia produktif. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang melek teknologi, kritis terhadap informasi, serta memiliki kecenderungan untuk menilai kredibilitas dan reputasi suatu lembaga sebelum mengambil keputusan (Prensky, 2001; Stillman & Stillman, 2017). Dalam konteks zakat, karakteristik tersebut menuntut lembaga pengelola zakat, termasuk BAZNAS, untuk tidak hanya menjalankan fungsi penghimpunan dan pendistribusian dana, tetapi juga membangun kepercayaan dan citra lembaga yang positif agar mampu menarik keputusan Generasi Z untuk berzakat melalui lembaga formal.

Salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan seseorang dalam berzakat adalah pengetahuan zakat. Pengetahuan zakat mencakup pemahaman mengenai konsep, hukum, jenis, serta mekanisme penyaluran zakat. Tingkat pengetahuan yang memadai akan membentuk kesadaran individu terhadap kewajiban zakat dan mendorong sikap positif dalam menunaikannya (Hafidhuddin, 2002). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa individu dengan pemahaman zakat yang baik cenderung memiliki keputusan lebih tinggi untuk berzakat melalui lembaga resmi dibandingkan mereka yang memiliki pengetahuan terbatas (Nurhayati, 2023).

Selain pengetahuan, kepercayaan menjadi faktor kunci dalam keputusan berzakat melalui lembaga zakat. Kepercayaan mencerminkan keyakinan muzakki terhadap integritas, transparansi, dan profesionalisme lembaga pengelola zakat (Hunt & Morgan, 1994). Dalam era digital, Generasi Z sangat sensitif terhadap isu transparansi dan akuntabilitas, sehingga tingkat kepercayaan terhadap BAZNAS akan sangat menentukan keputusan mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga tersebut. Rendahnya kepercayaan berpotensi mendorong muzakki untuk menyalurkan zakat secara langsung kepada mustahik tanpa melalui lembaga resmi (Ramadhani & Hapsari, 2022).

Lebih lanjut, citra lembaga memegang peranan penting sebagai faktor yang menjembatani hubungan antara pengetahuan, kepercayaan, dan keputusan berzakat. Citra lembaga merupakan persepsi publik terhadap reputasi, kredibilitas, dan kualitas kinerja suatu organisasi (Phillip & Keller, 2019). Citra lembaga yang positif akan memperkuat keyakinan dan preferensi masyarakat terhadap lembaga tersebut, sehingga mendorong keputusan berzakat secara berkelanjutan. Bagi Generasi Z, citra lembaga yang modern, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan sosial menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan (Schiffman & Wisenblit, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan berzakat Generasi Z melalui BAZNAS tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan zakat dan kepercayaan secara langsung, tetapi juga melalui citra lembaga sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan zakat dan kepercayaan

terhadap keputusan berzakat Generasi Z melalui BAZNAS dengan citra lembaga sebagai variabel mediasi.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan zakat terhadap keputusan berzakat Generasi Z melalui BAZNAS?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berzakat Generasi Z melalui BAZNAS?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan zakat terhadap citra lembaga BAZNAS?
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap citra lembaga BAZNAS?
5. Bagaimana pengaruh citra lembaga BAZNAS terhadap keputusan berzakat Generasi Z?
6. Bagaimana citra lembaga BAZNAS memediasi pengaruh pengetahuan zakat terhadap keputusan berzakat Generasi Z?
7. Bagaimana citra lembaga BAZNAS memediasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berzakat Generasi Z?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan zakat terhadap keputusan berzakat Generasi Z melalui BAZNAS.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berzakat Generasi Z melalui BAZNAS.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan zakat terhadap citra lembaga BAZNAS.

4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap citra lembaga BAZNAS.
5. Untuk mengetahui pengaruh citra lembaga BAZNAS terhadap keputusan berzakat Generasi Z.
6. Untuk mengetahui citra lembaga BAZNAS memediasi pengaruh pengetahuan zakat terhadap keputusan berzakat Generasi Z.
7. Untuk mengetahui citra lembaga BAZNAS memediasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berzakat Generasi Z.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi Islam dan perilaku konsumen Muslim, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berzakat melalui lembaga resmi. Secara khusus, penelitian ini memperkaya kajian empiris mengenai pengaruh pengetahuan zakat dan kepercayaan terhadap minat berzakat dengan citra lembaga sebagai variabel mediasi pada Generasi Z. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengangkat tema serupa dengan objek, metode, atau pendekatan yang berbeda.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi lembaga pengelola zakat, khususnya BAZNAS, sebagai bahan

pertimbangan dalam merumuskan strategi peningkatan penghimpunan zakat dari kalangan Generasi Z. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk memperkuat program edukasi dan literasi zakat, meningkatkan transparansi serta akuntabilitas pengelolaan dana, serta membangun citra lembaga yang positif melalui pemanfaatan media digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan komunikasi publik guna memperkuat kepercayaan masyarakat.

3. Manfaat Kebijakan

Dari sisi kebijakan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemerintah, regulator zakat, dan pemangku kepentingan terkait dalam menyusun kebijakan pengelolaan zakat yang lebih efektif, khususnya dalam menjangkau Generasi Z. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam penguatan program literasi zakat nasional, peningkatan tata kelola dan transparansi lembaga zakat, serta pengembangan sistem layanan zakat berbasis digital yang aman dan terpercaya, sehingga mampu mendorong peningkatan partisipasi masyarakat dalam menyalurkan zakat melalui lembaga resmi secara berkelanjutan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai alur pembahasan skripsi secara keseluruhan.

Penelitian ini terbagi ke dalam lima bab yang saling terkait dan tersusun secara sistematis, yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah yang mendorong dilakukannya penelitian, rumusan masalah yang ingin dijawab, tujuan yang ingin dicapai, manfaat penelitian baik secara teoritis, praktis, maupun kebijakan, serta sistematika penulisan yang menjelaskan alur pembahasan skripsi.

BAB II: LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi landasan teori yang digunakan sebagai pijakan konseptual penelitian, meliputi Theory of Planned Behavior (TPB), keputusan berzakat, pengetahuan zakat, kepercayaan, dan citra lembaga. Selain itu, bab ini juga menyajikan kajian pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan, pengembangan hipotesis, serta kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, serta teknik analisis data yang terdiri atas evaluasi model pengukuran (outer model), evaluasi model struktural (inner model), dan pengujian hipotesis menggunakan pendekatan SEM-PLS.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil analisis data yang meliputi gambaran umum objek penelitian (BAZNAS), gambaran umum subjek penelitian (karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan), statistik deskriptif setiap variabel, evaluasi model pengukuran (validitas diskriminan, validitas konvergen, dan reliabilitas), evaluasi model struktural (koefisien determinasi R^2 , uji effect size f^2 , dan uji multikolinieritas), pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian yang mengaitkan temuan dengan teori dan penelitian terdahulu.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi teoritis dan praktis, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya dan bagi pihak-pihak terkait, terutama BAZNAS dan regulator.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan zakat dan kepercayaan terhadap keputusan berzakat fitrah Generasi Z melalui BAZNAS dengan citra lembaga sebagai variabel mediasi. Responden dalam penelitian ini berjumlah 139 orang yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan telah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan metode SEM-PLS, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berzakat fitrah Generasi Z melalui BAZNAS. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengetahuan responden tentang zakat, semakin mantap keputusan mereka untuk menunaikan zakat fitrah melalui BAZNAS.
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berzakat fitrah Generasi Z melalui BAZNAS. Semakin tinggi kepercayaan Generasi Z terhadap BAZNAS, semakin kuat keputusan mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga tersebut.
3. Pengetahuan zakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra lembaga BAZNAS. Pengetahuan yang baik tentang zakat membantu Generasi Z menilai BAZNAS sebagai lembaga yang profesional dan kredibel, sehingga membentuk citra yang positif.

4. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra lembaga BAZNAS. Kepercayaan yang tinggi terhadap integritas dan transparansi BAZNAS berkontribusi langsung dalam membangun citra lembaga yang positif di mata Generasi Z.
5. Citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berzakat fitrah Generasi Z melalui BAZNAS. Semakin positif citra BAZNAS, semakin tinggi kecenderungan Generasi Z untuk memutuskan berzakat melalui BAZNAS.
6. Citra lembaga secara signifikan memediasi pengaruh pengetahuan zakat terhadap keputusan berzakat fitrah Generasi Z melalui BAZNAS. Pengetahuan zakat tidak hanya berpengaruh langsung, tetapi juga berpengaruh tidak langsung melalui peningkatan citra BAZNAS terlebih dahulu.
7. Citra lembaga secara signifikan memediasi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan berzakat fitrah Generasi Z melalui BAZNAS. Kepercayaan terhadap BAZNAS juga memiliki pengaruh tidak langsung terhadap keputusan berzakat melalui pembentukan citra lembaga yang positif.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkuat *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam konteks keputusan berzakat dengan membuktikan bahwa pengetahuan zakat dan kepercayaan berperan sebagai anteseden yang membentuk sikap dan

persepsi kontrol perilaku. Selain itu, citra lembaga terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang memperkaya kerangka TPB. Penelitian ini juga menambah literatur empiris tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan berzakat Generasi Z melalui lembaga resmi.

2. Implikasi Praktis

- a. BAZNAS perlu meningkatkan literasi zakat Generasi Z melalui media sosial (TikTok, Instagram, YouTube) dengan konten edukatif yang kreatif dan mudah dipahami.
- b. Memperkuat kepercayaan publik dengan transparansi laporan keuangan dan penyaluran zakat secara rutin melalui platform digital.
- c. Membangun citra lembaga positif melalui *branding* konsisten, kerja sama dengan *influencer* muda Muslim, serta layanan berbasis digital yang cepat dan aman (aplikasi mobile, dompet digital).

C. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui dan menjadi catatan untuk interpretasi hasil, antara lain:

1. Cakupan sampel terbatas, penelitian ini hanya melibatkan 139 responden yang tergabung dalam Generasi Z dengan kriteria tertentu. Jumlah sampel yang relatif kecil dan teknik *purposive sampling* membatasi generalisasi hasil penelitian ke populasi Generasi Z secara nasional.
2. Wilayah penelitian tidak spesifik, data dikumpulkan secara daring (*online*) tanpa batasan wilayah geografis, sehingga tidak dapat diketahui apakah

terdapat perbedaan karakteristik antar daerah yang mungkin memengaruhi hasil.

3. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner daring, risiko *common method bias* dan jawaban yang tidak sepenuhnya jujur mungkin terjadi, meskipun telah diupayakan untuk meminimalkannya.
4. Objek penelitian terbatas pada BAZNAS secara umum, penelitian ini tidak membedakan antara BAZNAS pusat, provinsi, atau kabupaten/kota, padahal persepsi responden mungkin berbeda terhadap tingkatan lembaga tersebut.

D. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian, berikut saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya serta bagi BAZNAS dan pemangku kepentingan:

1. Memperluas cakupan sampel dengan jumlah responden yang lebih besar (minimal 200–300 responden) serta menggunakan teknik *probability sampling* (misalnya *stratified random sampling*) agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke populasi Generasi Z secara nasional.
2. Menentukan wilayah penelitian secara spesifik, misalnya dengan mengambil sampel dari beberapa provinsi atau kota besar di Indonesia (seperti Jakarta, Surabaya, Medan, Makassar), sehingga dapat dilakukan analisis komparatif antar daerah untuk melihat perbedaan karakteristik dan persepsi terhadap BAZNAS.

3. Menggunakan metode mixed-method (kuantitatif dan kualitatif) dengan menggabungkan kuesioner daring dan wawancara mendalam atau *focus group discussion* (FGD) untuk meminimalkan risiko *common method bias* serta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang alasan di balik keputusan berzakat.
4. Memperluas objek penelitian dengan membandingkan BAZNAS pusat, BAZNAS provinsi, dan BAZNAS kabupaten/kota, atau membandingkan BAZNAS dengan lembaga amil zakat (LAZ) lainnya, sehingga dapat diketahui apakah terdapat perbedaan persepsi responden terhadap tingkatan atau jenis lembaga pengelola zakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A., Fadhillah, A., & Hidayat, N. W. (2022). Pengaruh pengetahuan, religiusitas, transparansi dan reputasi lembaga terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta. *Journal of Islamic Social Finance Management*, 3(1), 38–52.
- Aisyah, S., & Sutejo, B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat Nurul Fikri Zakat Center Area Sampit. *Keizai*, 1(1), 50–59.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes. *European review of social psychology*, 11(1), 1–33.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). *Personality and Behavior 2nd Edition*. London: Open University Press.
- Ajzen, I., Joyce, N., Sheikh, S., & Cote, N. G. (2011). Knowledge and the prediction of behavior: The role of information accuracy in the theory of planned behavior. *Basic and applied social psychology*, 33(2), 101–117.
- Ali, S., Jamalurus, H. L., Abd Rahim, H., & Nasir, N. S. M. (2024). Bibliometric Analysis of Zakat Literature: Exploring Research Trends and Factors Influencing Zakat Payment. *Journal of Islamic Finance*, 13(2), 1–21.
- Arifin, S. (2016). Perkembangan kognitif manusia dalam perspektif psikologi dan Islam. *Tadarus*, 5(1), 50–67.
- Aziz, M. R. A. B., & Anim, N. A. H. M. (2020). Trust towards zakat institutions among muslims business owners. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 1–9.
- Bahri, E. S. (2021). Trust, Religiousity, Income, Quality of Accounting Information, and Muzaki Decision to Pay Zakat. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*.
- BAZNAS. (2023). *Laporan kinerja pengelolaan zakat nasional*.
- Bin-Nashwan, S. A., Abdul-Jabbar, H., & Aziz, S. A. (2021). Does trust in zakat institution enhance entrepreneurs' zakat compliance? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(5), 768–790.
- Canova, L., Bobbio, A., & Manganelli, A. M. (2020). Buying organic food products: the role of trust in the theory of planned behavior. *Frontiers in psychology*, 11, 575820.
- Carfora, V., Cavallo, C., Caso, D., Del Giudice, T., De Devitiis, B., Viscecchia, R., ... Cicia, G. (2019). Explaining consumer purchase behavior for organic milk: Including trust and green self-identity within the theory of planned behavior. *Food quality and preference*, 76, 1–9.

- Carolina, A. D., Azwari, P. C., & Mardiah, S. (2026). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Muzakki Membayar Zakat dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening di Lazismu Kota Palembang. *Miftah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(1), 11–28.
- Davi, I., & Afandi, M. Y. (2023). Determinan keputusan membayar zakat profesi dengan citra lembaga sebagai variabel moderasi. *ISTISMAR*, 6(2), 25–42.
- Duffy, K. G., & Wong, F. Y. (2000). Community psychology. (No Title).
- Fahmi, Z., & Nur, M. M. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan, terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 1(3), 89–99.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares (PLS): Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidhuddin, D. (2002). *Zakat dalam perekonomian modern*. Gema insani.
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2019). *Essentials of business research methods*. Routledge.
- Hajijah, N., & Putri, K. W. (2024). Pengaruh Citra Lembaga dan Kepercayaan Donatur terhadap Keputusan Berdonasi pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Kalimantan Selatan dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *JURNAL BISNIS DAN PEMBANGUNAN*, 13(3), 306–316.
- Haki, U. (2020). Pengaruh pengetahuan zakat dan citra lembaga terhadap keputusan muzakki dalam membayar zakat fitrah. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 4(1), 81–97.
- Hamzah, Z., & Kurniawan, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal tabarru': islamic banking and finance*, 3(1), 30–40.
- Harrison, S. (2005). *Marketers Guide to Public Relation*. New York: John Willy and Son.
- Hudaifah, A., Tutuko, B., Ishaq, A. A., & Albar, M. (2020). *Sinergi pengelolaan zakat di Indonesia*. Scopindo media pustaka.
- Hunt, S. D., & Morgan, R. M. (1994). Relationship marketing in the era of network competition. *Marketing management*, 3(1), 18.
- Isnaini, Y. (2018). Pengaruh pengetahuan zakat, tingkat pendapatan, tingkat keimanan dan kepercayaan terhadap motivasi muzakki profesi: studi kasus di Rumah Zakat Cabang Semarang. *UIN Walisongo Semarang*.
- Jamaludin, H., Zhang, H., Syed Salleh, S. N., & Lacheheb, Z. (2025). Trust as the engine of change: a conceptual model for trust building in zakat institutions.

Journal of Islamic Accounting and Business Research.

- Juliana, J., Romdoni, J., Rosida, R., & Marlina, R. (2023). Does Religiosity Mediate The Level Of Knowledge Of Zakat And The Level Of Income On Decision To Pay Zakat? In *Icceis: Internasional Collaboratif Conference On Islamic Economic Internasional Conference And Call For Paper*.
- Kamal, S., Safarida, N., & Kassim, E. S. (2024). Investigating the role of fiqh zakat knowledge in moderating the behaviour of the Acehnese to pay zakat digitally. *Journal of Islamic Marketing*, 15(11), 3048–3083.
- Kanji, L. (2019). Faktor–Faktor Determinan Motivasi Membayar Zakat determinant Faktors Motivation Playing Zakat. Universitas Hasanuddin.
- Khamil, A., Kamil, I., Cahyono, D., Sanosra, A., & Qomariah, N. (2023). The impact of the image of charity institutions, Influencers and trust on the decision to Become a lazismu donor. *International Social Sciences and Humanities*, 2(3), 1101–1110.
- Klewes, J., & Wreschniok, R. (2009). Reputation capital Building and maintaining trust in the 21st century. In *Reputation capital: Building and maintaining trust in the 21st century* (hal. 1–8). Springer.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (15 Global). New York: Pearson.
- Lewicki, R. J., & Wiethoff, C. (2000). Trust, trust development, and trust repair. *The handbook of conflict resolution: Theory and practice*, 1(1), 86–107.
- Nurhayati, S. (2023). *Akuntansi Syariah di Indonesia, edisi 5*. Penerbit Salemba.
- Papadopoulou, P., Nikolaidou, M., & Martakos, D. (2010). What is trust in e-government? A proposed typology. In *2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences* (hal. 1–10). IEEE.
- Park, S. H., Hsieh, C.-M., & Lee, C.-K. (2017). Examining Chinese college students' intention to travel to Japan using the extended theory of planned behavior: Testing destination image and the mediating role of travel constraints. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(1), 113–131.
- Phillip, K., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently? *On the horizon*, 9(6), 1–6.
- Ramadhani, R. Y., & Hapsari, M. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membayar Zakat Online Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3).
- Ramayani, S., & Zulkifly, M. U. (2023). The influence of religiosity, knowledge, and income on the decision of muzakki to pay zakat mal in Baitul Mal Aceh

- Tamiang. *ASNAF: Journal of Economic Welfare, Philanthropy, Zakat and Waqf*, 47–69.
- Sariningsih, D. (2019). Analisis pengaruh pengetahuan zakat, religiusitas, dan motivasi membayar zakat terhadap minat membayar zakat profesi (Studi Kasus ASN di Kabupaten Semarang). IAIN SALATIGA.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior (12th ed.)*. Pearson Education Limited.
- Schoorman, F. D., Mayer, R. C., & Davis, J. H. (1996). Organizational trust: Philosophical perspectives and conceptual definitions. *Academy of Management Review*. JSTOR.
- Sedayu, A., Primasanti, Y., & Nugrahadi, B. (2025). Pengaruh Transparansi, Kualiatas Layanan, dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Masyarakat Melakukan Zakat di Lazis Jateng Cabang Solo. Universitas Sahid Surakarta.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6 Buku 2.
- Shilfani, S., Judijanto, L., & Sepriano, S. (2025). *Public Relations: Membangun Citra Positif dan Meningkatkan Kepercayaan Publik*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Sofiyani, I., & Kristiyono, A. (2021). Analisis Pengaruh Citra Lembaga, Kualitas Layanan dan Religiusitas terhadap Keputusan Muzaki Membaya Zakat dengan Minat sebagai Variabel Moderating. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 74–81.
- Solomon, R. C., & Flores, F. (2003). *Building trust: In business, politics, relationships, and life*. Oxford University Press.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2017). *Gen Z@ work: How the next generation is transforming the workplace*. HarperCollins.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Vallerand, R. J., Pelletier, L. G., Blais, M. R., Briere, N. M., Senecal, C., & Vallieres, E. F. (1992). The Academic Motivation Scale: A measure of intrinsic, extrinsic, and amotivation in education. *Educational and psychological measurement*, 52(4), 1003–1017.
- Wardani, A. R., & Fachrunnisa, O. (2022). Strengthening reputation of Zakat management institution through organizational trust. *AZKA International Journal of Zakat & Social Finance*, 86–99.

Wibisono, Y. (2015). *Mengelola zakat indonesia*. Kencana.

Yusuf Al Qardhawi. (2011). *Fiqh Az-Zakah. Dar Al-Taqwa*.

Zahriyah, A., & Hikmah, F. (2024). Pengaruh Edukasi, Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat Daerah (LAZDA) Rizki Jember. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 4(2), 111–122.

Zuhri, M., Sholahuddin, M., & Nasir, M. (2023). The Influence of Zakat Literacy and Trust on Decisions and Awareness of Paying Zakat Through Amil Zakat Institutions Using The SEM-PLS Method. *istinbath*, 22(2), 235–246.

