

SKRIPSI LAURA TRI.pdf

by

Submission date: 04-Aug-2023 12:54PM (UTC+0700)

Submission ID: 2141161142

File name: SKRIPSI LAURA TRI.pdf (578.47K)

Word count: 8436

Character count: 57454



1
**INTENSI PERILAKU MUSLIM GEN Z TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN
TEKNOLOGI *DIGITAL PAYEMENT* DAN *CROWDFUNDING* DALAM PEMBAYARAN ZAKAT
INFAQ SEDEKAH**

**GEN Z MUSLIM BEHAVIOR INTENTIONS ON DECISIONS TO USE DIGITAL PAYMENT
TECHNOLOGY AND CROWDFUNDING IN PAYING ZAKAT INFAQ ALMS**

Laura Tri Dharma
192010300107
Nihlatul Qudus Sukma Nirwana
0709097506

SKRIPSI

**Program Studi Akuntansi
Fakultas Bisnis, Hukum, & Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **7** Intensi Perilaku Muslim Gen Z Terhadap Keputusan Penggunaan Teknologi *Digital Payment* dan *Crowdfunding* Dalam Pembayaran Zakat Infaq Sedekah
Nama Mahasiswa : Laura Tri Dharma
NIM : 192010300107

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing
Nilatul Qudus Sukma Nirwana SE, M.M
NIDN. 0709097506

Dosen Penguji 1
Aisha Hanif, S.E., M.Acc., Ak
NIDN. 0711118904

Dosen Penguji 2
Dina Dwi Oktavia Rini, SE., MSA., CTA, ACPA
NIDN. 0709107801

Diketahui Oleh,

Ketua Program Studi
Sarwenda Biduri, SE, M.SA
NIDN. 072048501

Dekan
Poppy Febriana, S.Sos, M.Ked.Kom
NIDN. 0711028001

Tanggal Ujian
(26/07/2023)

Tanggal Lulus
(26/07/2023)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	1
DAFTAR ISI	2
DAFTAR TABEL	2
PENDAHULUAN	3
PENGEMBANGAN HIPOTESIS	5
METODE PENELITIAN	7
Pendekatan Penelitian.....	7
Jenis dan Sumber Data.....	7
Populasi dan Sampel.....	7
Metode Pengumpulan Data.....	8
Teknik Analisis Data	9
Metode Analisis Data	9
HASIL DAN PEMBAHASAN	11
Statistik Deskriptif	11
Uji Validitas.....	12
Uji Reliabilitas.....	13
Uji Analisis Regresi Berganda.....	13
Uji Hipotesis	14
Uji T.....	14
Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	15
PEMBAHASAN	15
KESIMPULAN DAN SARAN	16
DAFTAR PUSTAKA	17

DAFTAR TABEL

Table 1 Konstruksi Kuisioner.....	10
Table 2 Statistik Deskriptif	11
Table 3 Uji Validitas	12
Table 4 Uji Reliabilitas	13
Table 5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	13
Table 6 Uji T (Parsial)	14
Table 7 Uji Koefisien Determinan (R ²)	15

7 INTENSI PERILAKU MUSLIM GEN Z TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL PAYMENT DAN CROWDFUNDING DALAM PEMBAYARAN ZAKAT INFAQ SEDEKAH

Laura Tri Dharma¹, Nihlatul Qudus Sukma Nirwana^{1,2}

¹) Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²) Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: Lauraatriidharma@gmail.com, nihlaqsn@umsida.ac.id

7 ABSTRAK

Perubahan gaya hidup generasi Z yang tidak terlepas dari kemajuan teknologi. Hal ini mendorong perubahan perilaku Muslim generasi Z dalam melakukan pembayaran ZIS yang awalnya dilakukan secara konvensional berubah ke dalam bentuk digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan karakteristik dan intensi Muslim Generasi Z terhadap keputusan penggunaan dalam menggunakan *digital payment* dan *crowdfunding* sebagai pembayaran ZIS. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Jumlah sampel dalam penelitian adalah 97 orang yang diperoleh menggunakan rumus *slovin* berdasarkan kuisioner yang disebarakan secara online. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS Versi 25. Penelitian ini menggunakan teori UTAUT dengan menguji intensi perilaku dengan menggunakan variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *habit*, serta menambahkan variabel *self-awareness* sebagai komponen utama. Temuan dari penelitian ini menjelaskan jika variabel *effort expectancy* dan *habit* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS. Sedangkan *performance expectancy*, *social influence* dan *self-awareness* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam membayar ZIS.

Kata Kunci: Intensi Perilaku, UTAUT, Keputusan Penggunaan, Gen Z, Digital Payemnt, Crowdfunding

ABSTRACT

Changes in the lifestyle of Generation Z are inseparable from technological advances. This has led to changes in the behavior of Generation Z Muslims in making ZIS payments, which were originally made conventionally, turning into digital forms. The purpose of this study is to describe the characteristics and intentions of Generation Z Muslims towards usage decisions in using digital payments and crowdfunding as ZIS payments. A quantitative approach was used in this study. The number of samples in the study was 97 people obtained using the *slovin* formula based on questionnaires distributed online. This study uses the UTAUT theory by examining behavioral intentions using *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* and *habit* variables, and adding *self-awareness* variables as the main component. The findings of this study explain that the variables of *effort expectancy* and *habit* have a positive influence on the decision to use digital payment technology and crowdfunding in ZIS payments. Meanwhile, *performance expectancy*, *social influence* and *self-awareness* have no effect on the decision to use digital payment technology and crowdfunding in paying ZIS.

Keywords: Behavioral Intention, UTAUT, Usage Decision, Gen Z, Digital Payment, Crowdfunding

PENDAHULUAN

Pada saat ini, kemajuan teknologi semakin cepat dan mampu memberikan kemudahan bagi masyarakat, salah satunya di bidang keuangan. Kemajuan teknologi berbasis layanan keuangan, juga dikenal sebagai "fintech", telah memicu diskusi baru di kalangan akademisi dan profesional industri. Para ahli telah menyarankan lembaga keuangan untuk segera beradaptasi dengan pertumbuhan yang begitu cepat untuk memastikan kelangsungan hidup jangka panjangnya [1]. Keberadaan FinTech dapat mendongkrak perekonomian nasional dengan memberikan kemudahan layanan keuangan berbasis teknologi dan memperluas peluang bisnis. FinTech menjanjikan layanan keuangan yang lebih baik dengan harga yang lebih rendah [2]. Teknologi keuangan memiliki keuntungan yang sama dengan sistem keuangan yang cara kerjanya lebih efisien. Mengurangi hambatan waktu dan lokasi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, serta meningkatkan transparansi untuk semua transaksi dan keuangan yang tercatat di internet [3]. Hal ini sejalan dengan keinginan masyarakat akan pelayanan yang cepat dan murah dan sistem pembayaran digital merupakan jenis FinTech yang populer di Indonesia saat ini [4].

Menurut [4] Internet merupakan sarana pendukung yang lebih disukai dalam sistem transaksi ekonomi global karena peran strategisnya dalam memperluas pasar di seluruh dunia. Sebanyak 17% pengguna internet telah membeli produk secara online atau melalui *e-commerce* atau pembayaran digital. Saat ini, Indonesia memasuki era bonus demografi, berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa penduduk Indonesia berjumlah sekitar 27.94%, berasal dari generasi kelahiran 1997-2028 [5]. Di mana jumlah penduduk usia produktif lebih banyak dibandingkan penduduk usia tidak produktif. Adanya bonus demografi dimana usia produktif mendominasi jumlah penduduk. Indonesia memiliki sumber daya generasi muda yang cukup besar khususnya mereka yang duduk dibangku perguruan tinggi dan yang memasuki dunia kerja [6]. Hal ini menyebabkan peningkatan jumlah pengguna internet dan pembayaran digital di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Fenomena ini tidak hanya mengubah lanskap sektor keuangan, tetapi juga memberikan inovasi bagi lembaga terkait lainnya, seperti organisasi zakat.

Zakat, Infaq, Sedekah (ZIS) adalah beberapa bagian penting dari syariat Islam yang dapat menjadi faktor penggerak perekonomian Indonesia. Dengan memanfaatkan dana ZIS diharapkan dapat meningkatkan output, penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan masyarakat serta berujung pada kurangnya tingkat kemiskinan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi [7]. Menurut [8] Zakat telah berkembang menjadi alat fiskal Islam yang kritis bagi para ulama yang bersangkutan serta banyak negara yang cenderung Islami untuk mengatasi ketidakadilan sosial yang membutuhkan perbaikan dan kompensasi bagi yang membutuhkan. Zakat terdiri dari dua jenis, yaitu zakat fitrah dan zakat harta (maal) [9]. Zakat fitrah diwajibkan bagi umat Islam di bulan Ramadhan dan dibayarkan sebelum salat Idul Fitri, sedangkan zakat harta dapat dibayarkan kapan saja. Dengan demikian, dana zakat dapat dikumpulkan kapan saja. Zakat adalah cara untuk mengurangi kesenjangan antara kaya dan miskin [10]. Di sisi lain, infaq berarti menggunakan sebagian kekayaan atau pendapatan seseorang untuk tujuan yang diwajibkan oleh ajaran Islam. Apabila zakat terdapat nisab, sedangkan untuk infaq tidak terdapat nisab dan infaq diberikan kepada semua umat muslim, baik yang berpenghasilan besar maupun kecil. Sedekah memiliki makna yang sama dengan Infaq, termasuk hukum dan aturannya, namun sedekah memiliki makna yang lebih luas, yaitu materi maupun non-materi [11].

Menurut data survei BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional), potensi zakat di Indonesia sangat besar, dengan pengumpulan Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) mencapai Rp. 233,8 triliun pada tahun 2019, akan tetapi pendapatan zakat nasional hanya sekitar 4,1% atau sebesar Rp. 10,2 triliun saat pandemi COVID-19 pada tahun 2020. Selama masa pandemi COVID-19 di tahun 2020, BAZNAS mampu meningkatkan penghimpunan dana zakat sebesar Rp. 385,5 miliar, atau sekitar 101,44% dari akumulasi target zakat yang ditetapkan oleh BAZNAS, namun tingkat realisasinya hanya sebesar 21,7%. [12]. Menurut [13] pengumpulan zakat berbasis teknologi dapat meningkatkan efisiensi dalam proses pembayaran zakat. Selain itu, pemanfaatan teknologi akan memotivasi penghimpunan zakat dan pemberdayaan masyarakat lebih baik [14]. Oleh karena itu, digitalisasi pembayaran menjadi fokus utama dalam rangka meningkatkan potensi zakat di Indonesia.

Pengerahan zakat akan lebih mudah dilakukan dengan teknologi, maka dari itu BAZNAS melakukan digitalisasi dalam pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah yang menyesuaikan dengan preferensi generasi milenial saat ini [12]. Hal ini dimanfaatkan oleh BAZNAS untuk bekerjasama dengan perusahaan *fintech* dan berbagai macam sarana digital diantaranya social media, *e-commerce*, *fin* dia keuangan digital (*financial technology*). Baznas juga mempromosikan kemudahan sedekah dengan menyediakan dua platform yaitu platform internal dan platform eksternal [12]. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) mengadaptasi teknologi digital dengan menyediakan layanan pengantihan secara digitalisasi dalam bentuk website OPZ. Selain melalui website, memberikan fasilitas lainnya berupa kode-kode Quick Response (QR), sehingga Munfiq dapat dengan mudah menunaikan zakatnya. OPZ juga melakukan kerja sama dengan penyedia platform eksternal. Pertama, platform ride-hailing dari Indonesia, yaitu Gojek melalui unit Go-Give. Kedua, OPZ memanfaatkan *crowdfunding*. Salah satu platform *crowdfunding* yang digunakan adalah Kitabisa.com. Ketiga, BAZNAS sebagai lembaga koordinator OPZ juga membentuk Zakathub [12].

Studi mengenai zakat menunjukkan bahwa penelitian zakat bersifat multidisipliner dan terkait erat dengan fenomena sosial dan penggunaan zakat [15]. Adapun penelitian mengenai perilaku terhadap pembayaran zakat [16][17] dan penggunaan platform digital [18][19] yang menjadi topik menarik di antara peneliti akhir-akhir ini. Penelitian mengenai perilaku berzakat dengan menggunakan platform digital menjadi penting mengingat masih minimnya realisasi penghimpunan zakat dibandingkan dengan potensi yang ada. Penelitian sebelumnya telah membahas bagaimana perilaku muzakki menggunakan media digital. Model yang digunakan untuk mengeksplorasi perilaku muzakki antara lain *Technology Acceptance Model (TAM)* [19][14] dan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)* [20][21]. Penelitian ini ingin menyesuaikan dengan teori UTAUT dalam konteks niat untuk menggunakan zakat digital sebagai sarana pembayaran zakat.

UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), atau disebut juga sebagai “Teori Terpadu Penerimaan dan Penggunaan Teknologi”, adalah sebuah model teori penerimaan teknologi yang terkenal digunakan sebagai meneliti niat dan perilaku pengguna teknologi melalui persepsi penggunaan. [22]. *Performance expectancy, effort expectancy, social influence, & facilitating conditions* adalah faktor penentu niat dan penggunaan utama dalam teori UTAUT. Setiap faktor juga mempengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan. Selain itu, masing-masing determinan, berpengaruh terhadap *behavioral intention dan use behavior*. Sedangkan untuk model teori UTAUT2 adalah kelanjutan dari model UTAUT pertama yang merupakan gabungan dari delapan model teoritis yang telah ada sebelumnya yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Combined TAM and TPB (C-TAM-TPB)*, *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Social Cognitive Theory (SCT)*, *Model of Utilization (MPCU)*, *Motivation Model (MM)*, dan *Innovation Diffusion Theory (IDT)*. Model teori UTAUT2 (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2*) menjelaskan mengenai niat dan tindakan dalam penerimaan dan penggunaan sebuah teknologi yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu *Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, Hedonic Motivation, Price Value, dan Habit*. Sesuai riset yang dilakukan oleh [23] model ini menjelaskan bahwa penerimaan terhadap teknologi berdasarkan sisi pengguna, menjadi lebih baik dengan persentase perbaikan dari 56% menjadi 74%. Aspek penerimaan berupa niat perilaku pengguna, dengan persentase dari 40% menjadi 54%. Berasal dari teori perilaku penggunaan, model penerimaan teknologi menyatakan bahwa pemanfaatan sebuah teknologi dipengaruhi dari dua variabel diantaranya, *perceived usefulness* dan *perceived ease to use*.

Teori UTAUT banyak digunakan dalam penelitian sebelumnya tentang respon dan penerapan teknologi. Namun, penelitian ini memiliki temuan yang berbeda untuk setiap variabel yang mempengaruhi niat dan perilaku teknologi. Hasil temuan menunjukkan bahwa variabel pertama yaitu *Performance Expectancy* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *digital payment* sebagai alat pembayaran zakat [21][24]. Namun, temuan lain menyatakan bahwa *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap penggunaan *digital payment* sebagai pembayaran ZIS [25][26]. Hasil penelitian variabel kedua yaitu *Effort Expectancy* berpengaruh positif terhadap pembayaran ZIS melalui *digital payment* dan *crowdfunding* [25][21]. Namun, sebuah temuan menarik menyebutkan bahwa *Effort Expectancy* tidak mempengaruhi pembayaran ZIS melalui *digital payment* dan *crowdfunding* [27][28]. Variabel ketiga yaitu *Social Influence* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *digital payment* sebagai sarana pembayaran ZIS [21][24]. Temuan menarik lainnya menyatakan bahwa pengaruh sosial tidak mempengaruhi keputusan penggunaan *digital payment* sebagai sarana pembayaran ZIS [29][30]. Variabel keempat yaitu *Habit* berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *digital payment* sebagai sarana pembayaran ZIS [31]. Sedangkan menurut [32] *habit* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *digital payment* sebagai sarana pembayaran ZIS.

Berdasarkan latar belakang diatas, ditemukan inkonsistensi hasil dari model UTAUT. Untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai niat perilaku seseorang terhadap penggunaan teknologi, dengan menambahkan variabel *Self-Awareness*. Menurut [33] menyebutkan kesadaran diri berperan secara dominan dalam meningkatkan minat muzakki dalam menyalurkan zakatnya. Didukung oleh penelitian yang dilakukan [34] [35] yang menyatakan bahwa *Self-Awareness* memungkinkan seseorang untuk berhubungan dengan emosi, pikiran, dan tindakan. Kesadaran diri menyiratkan bahwa ketika seseorang dapat mengenali diri sendiri, maka akan dapat memahami apa yang dirasakan dan lakukan. Dengan memiliki *Self-Awareness* meningkatkan tingkat pemahaman seseorang terhadap ZIS dan meningkatkan rasa kepedulian sosial didalam dirinya. Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, dikarenakan universitas ini menggabungkan ilmu pengetahuan dengan nilai-nilai islam. Selain itu, menurut peneliti meyakini bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo adalah golongan berilmu yang sudah mempelajari tentang zakat, infaq, dan sedekah. Peneliti juga mengasumsikan jika mahasiswa merupakan calon muzakki. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh niat perilaku seseorang terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* sarana pembayaran zakat, infaq, sedekah.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

UTAUT merupakan salah satu model penerimaan teknologi terbaru yang dikembangkan oleh Venkatesh (2003). Model ini menggabungkan delapan teori sebelumnya (TRA, TAM, MM, TPB, TAM&TPB, MPTU, IDT, SCT), oleh karena itu teori ini berguna untuk menilai pengenalan teknologi baru dan memahami faktor-faktor penerimaan teknologi tersebut. Terdapat banyak penelitian empiris yang mengadopsi model ini telah dilakukan dan menghasilkan temuan yang beragam. UTAUT dianggap lebih berhasil dibandingkan delapan teori lainnya yang dijelaskan hingga terdapat 75% varian pada niat dalam menggunakan teknologi [36]. Tujuan utama dari penelitian yang menggunakan UTAUT adalah untuk membantu memahami bagaimana pengguna bereaksi terhadap pengenalan teknologi baru [37]. Dalam model UTAUT, terdapat 4 variabel utama yang memberikan signifikansi terbesar dalam mempengaruhi niat dan penggunaan teknologi, yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy/PE*), ekspektasi usaha (*effort expectancy/EE*), pengaruh sosial (*social influence/SI*), dan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition/FC*). PE atau ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya mendapatkan keuntungan dalam melakukan pekerjaan, sedangkan EE atau ekspektasi usaha didefinisikan sebagai tingkat kemudahan dalam menggunakan sistem. SI atau pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu merasakan bahwa orang lain yang penting baginya percaya bahwa dia harus menggunakan sebuah sistem. Terakhir, FC atau kondisi fasilitas didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu percaya bahwa infrastruktur kelembagaan atau organisasi dan hal-hal teknis yang disediakan oleh institusi ada untuk mendukung penggunaan sistem [36]. Selain empat variabel utama tersebut, juga dimungkinkan untuk menambahkan variabel lain yang diyakini dapat menjelaskan maksud dan penggunaan teknologi tertentu ke dalam kerangka kerja UTAUT yang telah diperluas [38].

Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS

Performance Expectancy adalah sejauh mana individu mempercayai bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka [22]. Dalam konteks model platform digital payment dan crowdfunding berbasis ZIS, para donatur muslim percaya bahwa menggunakan platform ini akan meningkatkan aktivitas pembayaran ZIS mereka. Dengan demikian, *performance expectancy* memiliki dampak signifikan dan variabel penting untuk mempengaruhi niat untuk menggunakan produk dan layanan teknologi keuangan [39][24]. Dengan demikian, hipotesis berikutnya ditetapkan:

1
 H1: *Performance Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah
Pengaruh *Effort Expectancy* keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS

Effort Expectancy merupakan tingkat kemudahan saat menggunakan teknologi baru yang terdiri dari *Perceived Ease of Use, Complexity, dan Ease of Use* [22]. Dalam model platform pengumpulan dana berbasis ZIS, *effort expectancy* menyatakan bahwa para muzakki akan mudah mengoperasikan platform tersebut. Menurut [40], ketika individu mempersepsikan kemudahan, maka akan menciptakan efek positif terhadap niat untuk mengadopsi produk serta layanan teknologi keuangan. Dengan demikian, *effort expectancy* memiliki dampak yang signifikan dan merupakan variabel penting untuk mempengaruhi niat untuk menggunakan produk dan layanan financial technology [21]. Oleh karena itu, hipotesis kedua dari penelitian ini adalah

H2: *Effort Expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah

Pengaruh *Social Influence* keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS

Menurut [22], *Social Influence* merupakan keyakinan individu mengenai bagaimana perasaan kerabat mereka jika mengadopsi teknologi tersebut. Dalam konteks, model platform digital dan *crowdfunding* berbasis ZIS, *social influence* adalah persepsi donatur mengenai bagaimana reaksi kerabat mereka jika menggunakan model platform tersebut [24]. Dengan demikian, pengaruh sosial secara signifikan mempengaruhi kesediaan individu untuk menggunakan produk dan layanan teknologi keuangan. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dari penelitian ini adalah

H3: *Social Influence* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah

Pengaruh *Habit* keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS

Habit adalah sejauh mana seseorang cenderung berperilaku secara otomatis karena pembelajaran yang didapatkan sebelumnya [22]. Seseorang yang sudah terbiasa menggunakan smartphone akan dengan mudah mempelajari aplikasi-aplikasi baru yang ada pada smartphone tersebut. Hal ini berbeda dengan seseorang yang relatif baru dalam hal tersebut. Beberapa penelitian yang berkaitan dengan UTAUT2, menempatkan *habit* sebagai faktor penting dalam menentukan penerimaan dan penggunaan teknologi, seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh [31]. Dengan demikian *habit* secara signifikan mempengaruhi kesediaan individu untuk menggunakan produk dan layanan teknologi keuangan. Oleh karena itu, hipotesis keempat dari penelitian ini adalah

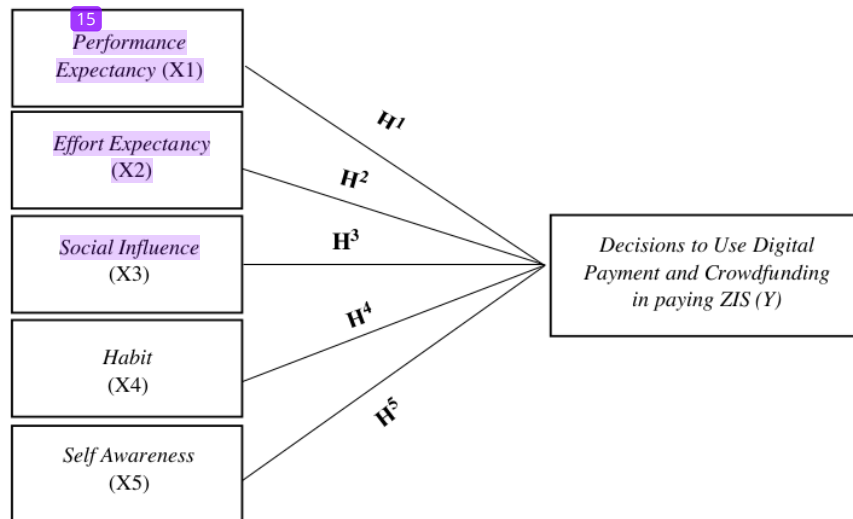
H4: *Habit* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah.

Pengaruh *Self-Awareness* keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS

Self-Awareness merupakan salah satu faktor penting untuk menunjukkan pemahaman mengenai perilaku seseorang. *Self-Awareness* juga merupakan perilaku yang bisa memungkinkan orang lain untuk melihat diri mereka sendiri dan mampu membandingkan dirinya dengan orang lain, serta seseorang yang mampu menempatkan diri dari suatu waktu serta kondisi [41]. Hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behaviour (TPB) control belief*, menjelaskan bahwa keyakinan seseorang akan hal-hal yang mendukung dan menghambat perilaku terhadap persepsinya tentang seberapa kuat aspek tersebut dalam mempengaruhi perilakunya. Sehingga, dengan adanya keyakinan bahwa melakukan Zakat, Infaq, dan Sedekah merupakan amalan ibadah umat Islam, dengan adanya keyakinan akan hal tersebut menumbuhkan kesadaran diri untuk melakukan kewajiban dalam membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah secara digital [35][34]. Dengan demikian *self-awareness* secara signifikan mempengaruhi kesediaan individu untuk menggunakan produk dan layanan teknologi keuangan. Oleh karena itu, hipotesis kelima dari penelitian ini adalah

H5: *Self-Awareness* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah.

Rerangka Konseptual



Berdasarkan rerangka konseptual diatas, terdapat lima variabel dalam penelitian ini diantaranya:

H1: *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dan *crowdfunding* untuk membayar ZIS

H2: *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dan *crowdfunding* untuk membayar ZIS

H3: *Social Influence* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dan *crowdfunding* untuk membayar ZIS

H4: *Habit* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dan *crowdfunding* untuk membayar ZIS

H5: *Self-Awareness* berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dan *crowdfunding* untuk membayar ZIS

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut [42], penelitian kuantitatif atau metode positivistik adalah sebuah metode yang berlandaskan filsafat positivisme, menggunakan data penelitian berupa analisis dengan statistik dan angka-angka. Digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah ada [42].

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang merupakan data penelitian berupa angka. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data yang berupa informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama yang menjadi objek penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kelompok yang menjadi fokus peneliti dalam melakukan penelitian. Dengan kata lain, populasi berarti keseluruhan dari subjek penelitian. [43] menyatakan bahwa populasi adalah sekumpulan kasus yang lengkap dari mana sampel diambil. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial. Berdasarkan data yang diperoleh dari Akademik Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, terdapat 3.339 mahasiswa aktif periode 2018-2021 di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Pada penelitian ini jumlah ukuran sampel dibuat menggunakan rumus perhitungan statistika *Slovin Umar (2008)*. Dari sudut pengumpulan sampel, kuantitas yang ditentukan harus spesimen. Oleh karena itu, dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini digunakanlah rumus, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Ukuran sampel
 N = Ukuran Populasi
 e = Tingkat toleransi kesalahan 10%

Diketahui bahwa dalam penelitian ini jumlah populasi adalah (N) = 3.339 dan tingkat kesalahan sebesar 10%. Dari rumus tersebut dapat diperoleh jumlah sampel (n) sebagai berikut:

$$n = \frac{3.339}{1 + 3.339 \times 0.1^2}$$

$$= 97$$

Berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 responden atau mahasiswa.

Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan sumber data primer yang dikumpulkan dengan cara mendistribusikan kuesioner pada calon responden. Menurut [44] kuesioner atau daftar-daftar pertanyaan merupakan sebuah list pertanyaan yang dirancang secara logis berhubungan dengan masalah pada penelitian, serta setiap pertanyaan merup¹⁰ in jawaban yang memiliki arti dalam pengujian hipotesis. Daftar perta⁴ aan dibuat secara terperinci dan lengkap. Data pada penelitian ini menggunakan modifikasi ska⁴ likert dari nilai 1-5 1) sangat tidak setuju 2) tidak setuju 3) netral 4) setuju 5) sangat setuju. Dalam kuesioner ini juga mencakup enam pertanyaan skriptif mengenai jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, dan proporsi yang disisihkan untuk amal. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyeb¹¹ kan kuesioner secara online melalui *Google Form* kepada calon responden. Dimana kuisisioner berisikan rangkaian pertanyaan yang wajib diisi oleh responden. Data yang didapatkan selanjutnya akan dianalisis untuk memahami intensi perilaku penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding terhadap keputusan mahasiswa dalam membayar zakat, infaq, dan sedekah.

Tabel Kuisisioner 1. Konstruk Kuisisioner

Variabel	Indikator
<i>Performance Expectancy</i>	Menurut saya aplikasi Digital Payment dan Crowdfunding memudahkan saya dalam melakukan Zakat, Infaq, dan Sedekah
	Menurut saya aplikasi Digital Payment dan Crowdfunding meningkatkan efektifitas dalam membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah
	Menurut saya aplikasi Digital Payment dan Crowdfunding meningkatkan minat dalam membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah
	Menurut saya aplikasi Digital Payment dan Crowdfunding, sangat membantu dalam melakukan pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah
<i>Effort Expectancy</i>	Saya paham bagaimana cara menggunakan Teknologi Digital Payment dan Crowdfunding sebagai alat pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah.
	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan aplikasi digital payment dan crowdfunding
	Menurut saya aplikasi digital payment dan crowdfunding mudah digunakan dalam pembayaran ZIS
	Menurut saya fitur-fitur yang ada dalam aplikasi digital payment dan crowdfunding mudah untuk digunakan
<i>Social Influence</i>	Orang disekitar saya mempengaruhi dan mendorong saya untuk menggunakan aplikasi Digital Payment dan Crowdfunding sebagai alat pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah.

	<p>Teman-teman atau rekan saya menyarankan menggunakan aplikasi digital payment dan crowdfunding dalam melakukan pembayaran ZIS</p> <p>1</p> <p>Teman-teman atau rekan saya juga banyak melakukan pembayaran ZIS melalui aplikasi Digital Payment dan Crowdfunding.</p> <p>Secara umum lingkungan saya menggunakan aplikasi digital payment dan crowdfunding sebagai alat pembayaran ZIS</p>
<i>Habit</i>	<p>Penggunaan aplikasi digital payment dan crowdfunding telah menjadi kebiasaan saya</p> <p>Saya gemar menggunakan aplikasi digital payment dan crowdfunding</p> <p>Lebih baik menggunakan aplikasi digital payment dan crowdfunding dibandingkan transaksi secara langsung bagi saya</p> <p>1</p>
<i>Self-Awareness</i>	<p>Saya sadar membayar zakat, infaq, dan sedekah dapat membersihkan harta saya</p> <p>Saya sadar membayar zakat, infaq, dan sedekah dapat membersihkan jiwa saya</p> <p>Saya sadar membayar zakat, infaq, dan sedekah penting untuk meningkatkan ekonomi islam</p> <p>Saya sadar membayar zakat, infaq, dan sedekah adalah prioritas saya sebagai umat muslim</p> <p>Saya sadar membayar zakat, infaq, dan sedekah adalah tanggung jawab saya sebagai umat muslim</p> <p>Saya sadar membayar zakat, infaq, dan sedekah berada di bawah kendali saya</p> <p>Saya suka membantu seseorang teman yang sedang kesusahan karena hal tersebut adalah salah satu bentuk sedekah</p> <p>1</p> <p>Saya akan membantu dengan hati yang tulus dan tidak mengharapkan imbalan</p> <p>Saya sadar membantu seseorang yang sedang kesusahan ialah salah satu bentuk sedekah</p> <p>Saya sadar selain membantu seseorang, tersenyum, dan menyapa seseorang juga salah satu bentuk bersedekah</p>

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.0 [45]. Statistik deskriptif merupakan statistik yang berfungsi mendeskripsikan terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan berlaku secara umum [45].

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan gambaran maupun deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, maximum, minimum, dan standar deviasi [46].

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuisisioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada instrumen atau kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut [46]. Uji validitas dilaksanakan dengan perhitungan hubungan antara nilai yang didapatkan dari kuisisioner atau istilah lainnya *pearson correlation*. Kevalidan sebuah instrumen kuisisioner dipastikan menggunakan perbandingan indeks korelasi *product moment pearson* dengan 0.30 yang diartikan apabila $r > 0.30$ dinyatakan valid. Uji

signifikansi dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dapat dilakukan uji koefisien signifikan dengan taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid apabila menunjukkan korelasi yang signifikan terhadap skor total. Apabila r hitung $>$ r tabel dengan nilai positif, maka butir tersebut dinyatakan valid. Akan tetapi, sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka butir pernyataan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang bersisikan indikator dari suatu variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dapat dinyatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuisioner dalam penggunaan yang berulang. Dalam mencari reliabilitas dalam penelitian ini, menggunakan rumus *Cronbach Alpha* untuk menguji reliabilitas. Dengan kriteria pengambilan keputusan sesuai pernyataan oleh [46] yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha* $>$ 0,70 maka pertanyaan dinyatakan valid atau reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach Alpha* $<$ 0,70 maka pertanyaan dinyatakan tidak valid atau tidak reliabel.

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yaitu menyelidiki pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen [46]. Bentuk umum model regresi linier berganda dengan p variabel independen dan variabel dependen ditunjukkan pada persamaan berikut ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

- Y = Keputusan Penggunaan
- a = Konstanta
- b = Koefisien Regresi
- X1 = *Performance Expectancy*
- X2 = *Effort Expectancy*
- X3 = *Social Influence*
- X4 = *Habit*
- X5 = *Self-Awareness*
- e = Error

Pengujian Hipotesis

Uji T (Parsial)

Menurut [46] uji parsial (t-test) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial dalam data penelitian ini menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05. Dengan tingkat signifikansi 5% maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Bila nilai signifikan $<$ 0,05 dan t hitung $>$ t tabel, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen
- b. Bila nilai signifikan $>$ 0,05 dan t hitung $<$ t tabel, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dipergunakan sebagai pengukur jauhnya kekuatan variabel independen dalam pengungkapan perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1 [46].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknik Analisis Data
Statistik Deskriptif

Table 2

Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Performance Expectancy	97	8	20	15.31	2.404
Effort Expectancy	97	8	20	14.97	2.261
Social Influence	97	5	20	13.68	3.016
Habit	97	5	15	10.24	2.164
Self Awareness	97	30	50	42.65	5.397
Keputusan Penggunaan	97	6	15	11.23	2.089
Valid N (listwise)	97				

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil analisis dari 97 responden pada penelitian ini, diperoleh hasil berupa nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi dari tiap variabel, diantaranya:

1. Variabel *Performance Expectancy* memiliki nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum sebesar 20. Rata-rata pada variabel ini adalah sebesar 15.31, serta standar deviasi sebesar 2.404.
2. Variabel *Effort Expectancy* memiliki nilai minimum sebesar 8 dan nilai maksimum sebesar 20. Rata-rata pada variabel ini adalah 14.97, dengan standar deviasi sebesar 2.261.
3. Variabel *Social Influence* memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 20. Rata-rata pada variabel ini adalah sebesar 13.68, serta standar deviasi sebesar 3.016.
4. Variabel *Habit* memiliki nilai minimum sebesar 5 dan nilai maksimum sebesar 15. Rata-rata pada variabel ini adalah sebesar 10.24, serta standar deviasi sebesar 2.164.
5. Variabel *Self-Awareness* memiliki nilai minimum sebesar 30 dan nilai maksimum sebesar 50. Rata-rata pada variabel ini adalah sebesar 42.65, serta standar deviasi sebesar 5.397.
6. Variabel *Keputusan Penggunaan* memiliki nilai minimum sebesar 6 dan nilai maksimum sebesar 15. Rata-rata pada variabel ini adalah sebesar 11.23, serta standar deviasi sebesar 2.089.

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan apakah kuisioner yang digunakan valid atau tidak valid. Kuisioner bisa dinyatakan valid jika kuisioner yang digunakan dapat mengukur fungsi dan hasil, dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

Table 3
Uji Validitas

Variabel	Corrected item-total correlation	Signifikan	Keterangan
X1.1	0,884	0,00	Valid
X1.2	0,908	0,00	Valid
X1.3	0,889	0,00	Valid
X1.4	0,909	0,00	Valid
X2.1	0,824	0,00	Valid
X2.2	0,886	0,00	Valid
X2.3	0,849	0,00	Valid
X2.4	0,860	0,00	Valid
X3.1	0,903	0,00	Valid
X3.1	0,909	0,00	Valid
X3.3	0,918	0,00	Valid
X3.4	0,870	0,00	Valid
X4.1	0,851	0,00	Valid
X4.2	0,920	0,00	Valid
X4.3	0,791	0,00	Valid
X5.1	0,431	0,00	Valid
X5.1	0,809	0,00	Valid
X5.3	0,766	0,00	Valid
X5.4	0,852	0,00	Valid
X5.5	0,826	0,00	Valid
X5.6	0,749	0,00	Valid
X5.7	0,822	0,00	Valid
X5.8	0,762	0,00	Valid
X5.9	0,830	0,00	Valid
X5.10	0,788	0,00	Valid
Y1	0,937	0,00	Valid
Y2	0,945	0,00	Valid
Y3	0,909	0,00	Valid

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan pada variabel X1,X2,X3,X4,X5, dan Y terdapat nilai *pearson correlation* diatas 0,30 dan nilai signifikan dibawah 0,05. Demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan adalah valid dan semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur pada butir kuisioner tersebut.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas bergantung terhadap level reliabilitas dari kuisioner yang diikuti hasil berikut ini:

Table 4

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Performance Expectancy (X1)	0.919 > 0.70	Reliabel
Effort Expectancy (X2)	0.875 > 0.70	Reliabel
Social Influence (X3)	0.921 > 0.70	Reliabel
Habit (X4)	0.816 > 0.70	Reliabel
Self-Awareness (X5)	0.889 > 0.70	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0.922 > 0.70	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Uji validitas menggunakan metode Alpha Cronbach Alpha, dasar pengambilan keputusan adalah jika nilai Cronbach Alpha > 0,70 maka kuisioner dinyatakan reliabel. Dapat dilihat berdasarkan Tabel 3 menunjukkan hasil dari tiap variabel > 0,70. Sehingga dapat dinyatakan bahwa butir kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Uji Analisis Regresi Berganda

Table 5

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1	(Constant)	2.049	1.564		1.310	.193
	Performance Expectancy	.020	.085	.023	.231	.818
	Effort Expectancy	.267	.100	.290	2.668	.009
	Social Influence	-.027	.075	-.039	-.362	.718
	Habit	.468	.110	.484	4.233	.000
	Self Awareness	.011	.032	.028	.337	.737

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4, persamaan regresi linier berganda disusun sebagai berikut:

$$Y = 2,049 + 0,020X_1 + 0,267X_2 - 0,027X_3 + 0,468X_4 + 0,011X_5 + e$$

Uji Hipotesis
Uji T

Table 6

Uji T

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
1	(Constant)	2.049	1.564		1.310	.193
	Performance Expectancy	.020	.085	.023	.231	.818
	Effort Expectancy	.267	.100	.290	2.668	.009
	Social Influence	-.027	.075	-.039	-.362	.718
	Habit	.468	.110	.484	4.233	.000
	Self Awareness	.011	.032	.028	.337	.737

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 5 diatas, Level of Significant yang digunakan sebesar 5%. Sehingga dapat diuraikan interpretasi dari hasil pengujian regresi berikut ini:

- H1: Pengaruh Performance Expectancy (X1) terhadap keputusan penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding dalam pembayaran ZIS (Y)** Hasil uji hipotesis 1 yang ditunjukkan pada tabel uji koefisien determinasi menunjukkan T_{hitung} sebesar 0,231 < 1,990 dan tingkat signifikansi sebesar 0,818 dimana angka tersebut lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding dalam pembayaran ZIS.
- H2: Pengaruh Effort Expectancy (X2) terhadap keputusan penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding dalam pembayaran ZIS (Y)** Hasil uji hipotesis 2 yang ditunjukkan pada tabel uji koefisien determinasi menunjukkan T_{hitung} sebesar 2,668 > 1,990 dan tingkat signifikansi sebesar 0,009 dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding dalam pembayaran ZIS.
- H3: Pengaruh Social Influence (X3) terhadap keputusan penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding dalam pembayaran ZIS (Y)** Hasil uji hipotesis 3 yang ditunjukkan pada tabel uji koefisien determinasi menunjukkan T_{hitung} sebesar -0,362 < 1,990 dan tingkat signifikansi sebesar 0,718 dimana angka tersebut lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *social influence* tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding dalam pembayaran ZIS.
- H4: Pengaruh Habit (X4) terhadap keputusan penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding dalam pembayaran ZIS (Y)** Hasil uji hipotesis 4 yang ditunjukkan pada tabel uji koefisien determinasi menunjukkan T_{hitung} sebesar 4,233 > 1,990 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *habit* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding dalam pembayaran ZIS.
- H5: Pengaruh Self-Awareness (X5) terhadap keputusan penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding dalam pembayaran ZIS (Y)** Hasil uji hipotesis 5 yang ditunjukkan pada tabel uji koefisien determinasi menunjukkan T_{hitung} sebesar 0,337 < 1,990 tingkat signifikansi sebesar 0,737 dimana angka tersebut lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *self-awareness* tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi digital payment dan crowdfunding dalam pembayaran ZIS.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Table 7

Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.458	.428		1.580

a. Predictors: (Constant), Self Awareness, Habit, Performance Expectancy, Social Influence, Effort Expectancy
 Sumber: Data Primer diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 6 diperoleh nilai koefisien determinasi 0,428 atau 42,8% artinya terdapat pengaruh hubungan antara variabel bebas *behavioral intention* (*performance expectancy, effort expectancy, social influence, habit, dan self-awareness*) terhadap variabel terikat (*decisions to use payment technology and crowdfunding in paying ZIS*) sebesar 42,8%. Sedangkan sisanya 57,2% (100-42,8%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Performance Expectancy* (X1), *Effort Expectancy* (X2), *Social Influence* (X3), *Habit* (X4), *Self-Awareness* (X5) pada keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS (Y) di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berdasarkan hasil analisis maka pembahasan mengenai penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh *Performance Expectancy* terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS

Berdasarkan hasil pengujian penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel *performance expectancy* (X1) tidak terdapat pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS. Hal ini diperkuat adanya uji hipotesis yang memperoleh T_{hitung} sebesar $0,231 < 1,990$ dan tingkat *sig* $0,818 < 0,05$ yang ditunjukkan dengan H_0 ditolak dan H_a ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian [26] yang menyatakan bahwa kurangnya signifikansi *performance expectancy* terhadap niat berdonasi dapat dikaitkan dengan kondisi para pengguna platform digital yang tidak terlalu memperdulikan fokus kerja pada sistem yang ada, melainkan berfokus pada keinginan membantu (ZIS) terhadap pihak yang membutuhkan. Penelitian ini tidak sejalan dengan [39][24] yang berpendapat bahwa muzakki yang memiliki niat untuk menggunakan layanan *digital payment* dan *crowdfunding* menyadari kegunaan pada sistem dalam hal meningkatkan kinerja pengguna. Maka pemanfaatan platform *digital payment* dan *crowdfunding* lebih optimal dan berdampak. Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, menunjukkan bahwa mahasiswa yang berniat membayar ZIS melalui *digital payment* dan *crowdfunding* lebih mengutamakan keinginan untuk membantu pihak yang membutuhkan daripada kebermanfaatan yang didapatkan untuk diri sendiri.

2. Pengaruh *Effort Expectancy* terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS

Berdasarkan hasil pengujian penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel *effort expectancy* (X2) terdapat pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS. Hal ini diperkuat dengan hasil uji hipotesis yang memperoleh T_{hitung} sebesar $2,668 > 1,990$ dan tingkat *sig* $0,009 < 0,05$ yang ditunjukkan dengan H_0 diterima dan H_a diterima. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh [25][21] yang menyatakan bahwa persepsi pengguna dalam menggunakan ataupun mengoperasikan platform *digital payment* dan *crowdfunding* mudah digunakan, sehingga meningkatkan niat pengguna untuk melakukan pembayaran ZIS melalui platform *digital payment* dan *crowdfunding*.

3. Pengaruh *Social Influence* terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS

Berdasarkan hasil pengujian penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel *social influence* (X3) tidak berpengaruh secara positif terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS. Hal ini diperkuat dengan adanya uji hipotesis yang memperoleh T_{hitung} sebesar $-0,362 < 1,990$ dan tingkat *sig* $0,718 > 0,05$ yang ditunjukkan dengan H_0 ditolak dan H_a ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian [29] menyatakan bahwa teman, kerabat, dan orang-orang sekitarnya tidak berpengaruh terhadap persepsi tiap individu mengenai pembayaran ZIS melalui platform *digital payment* dan *crowdfunding*. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [24] bahwa muzakki akan menggunakan platform *digital payment* dan *crowdfunding* sebagai pembayaran ZIS melalui rekomendasi teman atau keluarga.

4. Pengaruh *Habit* terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS

Berdasarkan hasil pengujian penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel *habit* (X4) terdapat pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS. Hal ini diperkuat dengan hasil uji hipotesis yang memperoleh T_{hitung} sebesar $4,233 > 1,990$ dan tingkat sig $0,000 < 0,05$ yang ditunjukkan dengan H_0 diterima dan H_a diterima. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh [31] bahwa penggunaan *digital payment* sebagai alat pembayaran ZIS telah menjadi kebiasaan dan kegiatan yang dilakukan tanpa berpikir bagi mayoritas responden. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *digital payment* dan *crowdfunding* yang memunculkan kebiasaan bagi pengguna dan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan aplikasi *digital payment* dan *crowdfunding*.

5. Pengaruh *Self-Awareness* terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS

Berdasarkan hasil pengujian penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel *self-awareness* (X5) tidak terdapat pengaruh positif terhadap keputusan penggunaan teknologi *digital payment* dan *crowdfunding* dalam pembayaran ZIS. Hal ini diperkuat dengan hasil uji hipotesis yang memperoleh T_{hitung} sebesar $0,337 < 1,990$ dan tingkat sig $0,737 > 0,05$ yang ditunjukkan dengan H_0 ditolak dan H_a ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [47] menyatakan bahwa *self-awareness* bukanlah faktor yang mempengaruhi seseorang dalam membayar zakat, melainkan faktor pendapatan yang dimiliki. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian [35] bahwa kesadaran diri memiliki pengaruh untuk membuat mahasiswa menunaikan ZIS, dikarenakan mahasiswa memiliki pengetahuan dan kesadaran akan pentingnya membayar zakat, infaq, dan sedekah.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disampaikan beberapa hal sebagai berikut:

1. *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dan *crowdfunding* sebagai sarana pembayaran ZIS, karena para muzakki tidak terlalu memperdulikan bagaimana kenyamanan sistem yang digunakan, akan tetapi mereka hanya berfokus terhadap keinginan membantu sesama.
2. *Effort Expectancy* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dan *crowdfunding* sebagai sarana pembayaran ZIS, hasil tersebut membuktikan semakin mudah pengoperasian sebuah teknologi meningkatkan niat pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut sebagai sarana pembayaran ZIS.
3. *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dan *crowdfunding* sebagai sarana pembayaran ZIS, dari hasil tersebut membuktikan bahwa lingkungan sekitar, teman, kerabat dekat ataupun keluarga tidak dapat mempengaruhi persepsi tiap individu terhadap pembayaran ZIS.
4. *Habit* berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dan *crowdfunding* sebagai sarana pembayaran ZIS, hal menunjukkan bahwa penggunaan teknologi secara berulang-ulang setiap hari dapat menumbuhkan kebiasaan tiap individu dalam menggunakan teknologi, oleh sebab itu hal ini mempengaruhi perilaku individu terhadap keputusan penggunaan aplikasi *digital payment* dan *crowdfunding* sebagai sarana pembayaran ZIS.
5. *Self-Awareness* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan *digital payment* dan *crowdfunding* sebagai sarana pembayaran ZIS, dapat disimpulkan jika kesadaran diri bukan merupakan faktor yang berpengaruh dalam melaksanakan pembayaran ZIS, akan tetapi faktor pendapatan merupakan faktor yang mempengaruhi seseorang terhadap keputusannya dalam membayar ZIS.

Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang diberikan untuk BAZNAS dan Lazismu Universitas Muhammadiyah Sidoarjo adalah tetap menyediakan layanmam pembayaram ZIS secara *online* bahkan dapat meningkatkan kualitas layanan ataupun *marketing* agar semakin banyak muzakki yang berasal dari generasi Z untuk menggunakan aplikasi platform ZIS digital dan merasakan manfaatnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mencari faktor-faktor lain yang memiliki pengaruh secara positif terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan platform *digital payment* dan *crowdfunding* sebagai sarana pembayaran ZIS.

Keterbatasan

1. Peneliti berharap bahwa penelitian dapat menggunakan model teori penelitian lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini untuk melihat perbandingan hasilnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 5 variabel, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya atau melibatkan antar variabel yang ada

3. Menggunakan sampel yang lebih besar dan komperhensif di seluruh wilayah Indonesia, ataupun kelompok yang telah melakukan pembayaran ZIS secara digital, serta menggunakan sampel dari berbagai generasi, yang tidak hanya generasi Z.
4. Jumlah sampel dan target sampel penelitian yang hanya ditujukan kepada mahasiswa FBHIS Universitas Muahmmadiyah Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Lee and Y. J. Shin, "Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges," *Bus. Horiz.*, vol. 61, no. 1, pp. 35–46, 2018, doi: 10.1016/j.bushor.2017.09.003.
- [2] Dian Prasetyo, "Berkembangnya Tren Digital Payment System," *Tribun News*, Mar. 2022. [Online]. Available: <https://jateng.tribunnews.com/2022/03/11/berkembangnya-tren-digital-payment-system>
- [3] W. P. Setiyono, *Financial technology*. UMSIDA Press, 2021. [Online]. Available: <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/download/978-623-6292-68-6/1048/>
- [4] Plunkett Research Ltd, *Plunkett's E-Commerce & Internet Business Almanac*. Plunkett Research, Ltd., 2008.
- [5] Badan Pusat Statistika, "BERITA," no. 7, 2021, [Online]. Available: <https://gunungsitolikota.bps.go.id/pressrelease/2021/01/26/255/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- [6] E. Virdaus *et al.*, "Praktik Filantropi Sosial," *Buana Graf.*, p. 60, 2020, [Online]. Available: https://fisipol.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1056/2020/03/Praktik-Filantropi-Sosial_.pdf#page=62
- [7] E. Munandar, M. Amirullah, and N. Nurochani, "Pengaruh Penyaluran Dana Zakat , Infak dan Sedekah (ZIS)...... Al-Mal : Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam Lecturer STEI Ar Risalah Ciamis Eris Munandar dkk Pengaruh Penyaluran Dana Zakat , Infak dan Sedekah (ZIS)..... Eris Munandar dkk," *Al-Mal J. Akunt. dan Keuang. Islam*, vol. 01, no. 01, pp. 25–38, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/al-mal%0APENGARUH>
- [8] M. A. Al Haq, N. Binti, and A. Wahab, "EFFECTIVE ZAKAH DISTRIBUTION : HIGHLIGHTING FEW ISSUES AND GAPS IN KEDAH , MALAYSIA," vol. 9, no. July, pp. 259–288, 2017, doi: 10.15408/aiq.v9i2.4002.
- [9] A. Chintya and E. T. Wahyuni, "Pembagian Zakat Fitrah Kepada Mustahiq: Studi Komparatif Ketentuan Ashnaf Menurut Imam Syafi'i dan Imam Malik," *Muqtasid J. Ekon. dan Perbank. Syariah*, vol. 8, no. 2, p. 154, 2018, doi: 10.18326/muqtasid.v8i2.154-167.
- [10] A. Marimin and T. N. Fitria, "Zakat Profesi (Zakat Penghasilan) Menurut Hukum Islam," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 1, no. 01, pp. 50–60, 2017, doi: 10.29040/jiei.v1i101.9.
- [11] K. D. Hafidhuddin, *Panduan praktis tentang zakat infak sedekah*. 1998.
- [12] BAZNAS, *Outlook Zakat 2021*. 2021. [Online]. Available: <https://puskasbaznas.com/publications/books/1418-outlook-zakat-indonesia-2021>
- [13] M. Hasif and K. Ahmad, "Factors Affecting the Acceptance of Financial Technology among Asnaf for the Distribution of Zakat in Selangor- A Study Using UTAUT," *J. Islam. Financ. (Special Issue)*, vol. 2117, pp. 35–46, 2019.
- [14] P. Utami, T. Suryanto, M. Nasor, and R. A. Ghofur, "The Effect Digitalization Zakat Payment Against Potential of Zakat Acceptance in National Amil Zakat Agency," *Iqtishadia*, vol. 13, no. 2, p. 216, 2020, doi: 10.21043/iqtishadia.v13i2.7809.
- [15] M. Nor Paizin, S. M. Ab Rahman, K. A. Wahid, M. N. A. Nafi, S. Awang, and M. Setapa, "Bibliometric Analysis of Zakat Research in Scopus Database," *Int. J. Zakat*, vol. 6, no. 1, pp. 13–24, 2021, doi: 10.37706/ijaz.v6i1.253.
- [16] A. C. Andam and A. Z. Osman, "Determinants of intention to give zakat on employment income," *J. Islam. Account. Bus. Res.*, vol. 10, no. 4, pp. 528–545, Jan. 2019, doi: 10.1108/JIABR-08-2016-0097.
- [17] M. A. Mohd *et al.*, "Factors That Influence the Zakat Collection Funds: a Case in Kuantan," *South East Asia J. Contemp. Business, Econ. Law*, vol. 13, no. 1, p. 1, 2017, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/320736056>
- [18] F. Ali Hudaefi, I. S. Beik, and M. H. Z. M. C. H. F. U. L. Junari, "HOW DOES ZAKAT INSTITUTION RESPOND TO FINTECH? EVIDENCE FROM BAZNAS, INDONESIA," *Issues*, no. 2, 2020.
- [19] Purwanto, Sulthon, and Milna, "Behavior Intention to Use Online Zakat : Application of Technology Acceptance Model with Development," *ZISWAF J. Zakat dan Wakaf*, vol. 8, no. 1, pp. 44–60, 2021, [Online]. Available: <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Ziswaf/article/view/10457/pdf>
- [20] R. A. Kasri and A. M. Yuniar, "Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience," *J. Islam. Account. Bus. Res.*, vol. 12, no. 3, 2021, doi: 10.1108/JIABR-08-2020-0258.
- [21] Suleman and Ninglasari, "Analysing the Behavioral Intention Factors in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia : A Quantitative Study," *Int. J. Zakat*, vol. 5, no. 3, pp. 1–19, 2020, [Online]. Available:

- <https://ijazbaznas.com/index.php/journal/article/view/267/96>
- [22] V. Venkatesh, "Adoption and use of AI tools: a research agenda grounded in UTAUT," *Ann. Oper. Res.*, vol. 308, Jan. 2022, doi: 10.1007/s10479-020-03918-9.
- [23] A. Chang, "UTAUT AND UTAUT 2 : A REVIEW AND AGENDA FOR FUTURE RESEARCH," vol. 13, no. 9, pp. 106–114, 2012.
- [24] U. Musahidah and N. Sobari, "Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment," *J. Ekon. DAN Perbank. SYARIAH*, vol. 9, no. 2, pp. 65–91, 2021, doi: 10.46899/jeps.v9i2.284.
- [25] Y. Moon and J. Hwang, "Crowdfunding as an Alternative Means for Funding Sustainable Appropriate Technology: Acceptance Determinants of Backers," *Sustainability*, vol. 10, no. 5, 2018, doi: 10.3390/su10051456.
- [26] E. Purwanto and J. Loisa, "The Intention and Use Behaviour of the Mobile Banking System in indonesia: UTAUT Model," *Technol. Reports Kansai Univ.*, no. July, pp. 2757–2767, 2020, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/343230847>
- [27] V. Soodan and A. Rana, "Modeling customers' intention to use e-wallet in a developing nation: Extending UTAUT2 with security, privacy and savings," *J. Electron. Commer. Organ.*, vol. 18, no. 1, pp. 89–114, 2020, doi: 10.4018/JECO.2020010105.
- [28] N. Syifa and V. Tohang, "The use of e-wallet system," *Proc. 2020 Int. Conf. Inf. Manag. Technol. ICIMTech 2020*, no. November, pp. 342–347, 2020, doi: 10.1109/ICIMTech50083.2020.9211213.
- [29] U. E. Cahyani, D. P. Sari, and A. Afandi, "Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment : The Moderating Role of Knowledge of Zakat," vol. 9, no. 1, pp. 1–16, 2022.
- [30] S. A. Raza, N. Shah, and M. Ali, "Acceptance of mobile banking in Islamic banks: evidence from modified UTAUT model," *J. Islam. Mark.*, vol. 10, no. 1, pp. 357–376, 2019, doi: 10.1108/JIMA-04-2017-0038.
- [31] Rachmat, L. M. Baga, and N. Purnaningsih, "Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment," *Al-Muzara 'Ah*, vol. 8, no. 2, pp. 95–108, 2020, doi: 10.29244/jam.8.2.95-108.
- [32] D. A. Wadi and M. S. Nurzaman, "Millennials Behaviour towards Digital Waqf Innovation," *Int. J. Islam. Econ. Financ.*, vol. 3, no. 3, pp. 1–30, 2020, doi: 10.18196/ijief.3232.
- [33] D. R. Pakpahan, A. Fadli, M. Andiriani, and S. Chaniago, "Efforts To Increase Interest In Paying Zakat With Knowledge And Self-Awareness," *Int. J. Sci. Technol. Manag.*, pp. 1956–1960, 2016.
- [34] Fakhri, M. N. Mifrahi, and C. Pratiwi, "The Impact of Religiosity, Self Awareness and Trust On Muzakki's Interest to Pay Zakat In Baznas Langkat," *J. Econ. welfare. philanthropy, zakat, dan waqf*, vol. 01, no. 02, p. 157, 2022, [Online]. Available: <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/asnaf>
- [35] F. Akmila, Rosmana Sandy, and F. Indriyani, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Filantropi Mahasiswa melalui Pembayaran Zakat, Infaq dan Shadaqah," *Islam. Econ. Financ. J.*, vol. 1, no. 1, pp. 54–72, 2022, doi: 10.55657/iefj.v1i1.10.
- [36] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, and F. D. Davis, "User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View Published by : Management Information Systems Research Center , University of Minnesota Stable URL : <https://www.jstor.org/>," no. September 2003, 2003, doi: 10.2307/30036540.
- [37] T. Handayani and S. Sudiana, "Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttnas Yogyakarta)," *Angkasa J. Ilm. Bid. Teknol.*, vol. 7, no. 2, p. 165, 2017, doi: 10.28989/angkasa.v7i2.159.
- [38] Y.-Z. Li, T.-L. He, Y.-R. Song, Z. Yang, and R.-T. Zhou, "Factors impacting donors' intention to donate to charitable crowd-funding projects in China: a UTAUT-based model," *Information, Commun. & Soc.*, vol. 21, no. 3, pp. 404–415, 2018, doi: 10.1080/1369118X.2017.1282530.
- [39] T. H. Hoang, T. H. N. Duong, and H. T. Pham, "An empirical analysis of factors affecting the intention of using digital wallets in Vietnam," *J. Int. Econ. Manag.*, vol. 21, no. 1, pp. 86–107, 2021, doi: 10.38203/jiem.021.1.0024.
- [40] C. T. Huei, L. S. Cheng, L. C. Seong, A. A. Khin, and R. L. Leh Bin, "Preliminary study on consumer attitude towards fintech products and services in malaysia," *Int. J. Eng. Technol.*, vol. 7, no. 2, pp. 166–169, 2018, doi: 10.14419/ijet.v7i2.29.13310.
- [41] W. Widayanti, J. Safitri, and F. Yuserina, "Hubungan Antara Kesadaran Diri Dengan Perilaku Altruisme Pada Relawan Guru Sekumpul," *J. Kognisia*, vol. 2, no. 2, pp. 134–139, 2020, [Online]. Available: <http://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/kog/article/view/1677>
- [42] Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, 2014.
- [43] Syahrullah and M. Ulfah, "Response of Indonesian Academicians Toward Factors Influencing the Payment of Zakat on Employment Income," *Res. Humanit. Soc. Sci. ISSN*, vol. 6, no. 10, pp. 87–94, 2016.
- [44] Mohammad Nazir, *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia, 2003.
- [45] M. P. Dr. Marwan Hamid, M. P. Dr. Ibrahim Sufi, M. S. Drs. Wen Konadi, and M. S. Drh. Yusrizal Akmal,

- “Analisis jalur dan aplikasi spss versi 25”.
- [46] Ghozali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro, 2018.
- [47] J. Kapten and M. Basri, “Pengaruh Pendidikan , Pendapatan dan Kesadaran Terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS): Studi Kasus Kota Medan Influence of Education , Income and Awareness to Public Interest Paying Zakat in National Amil Zakat Bo,” *J. Ilmu Ekon. dan Stud. Pembang.*, vol. 17, no. 2, pp. 147–158, 2017.

SKRIPSI LAURA TRI.pdf

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	dspace.uui.ac.id Internet Source	3%
2	journal.scimadly.com Internet Source	3%
3	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
4	jurnal.stie-aas.ac.id Internet Source	2%
5	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	1%
6	repository.stei.ac.id Internet Source	1%
7	journal.ipb.ac.id Internet Source	1%
8	doaj.org Internet Source	1%
9	repository.untar.ac.id Internet Source	1%

10	repository.ubharajaya.ac.id Internet Source	1 %
11	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1 %
12	trilogi.ac.id Internet Source	1 %
13	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	1 %
14	repository.stiedewantara.ac.id Internet Source	1 %
15	repository.ub.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On