



Theory of Planned Behaviour Pada Niat Pembayaran Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) Secara Online

Kanaya Alexandra¹, Dewita Puspawati²

¹Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia, b200200087@student.ums.ac.id

²Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jawa Tengah, Indonesia, dp123@ums.ac.id

Corresponding Author: b200200087@student.ums.ac.id¹

Abstract: *This study aims to analyze the factors influencing people's intention to make Zakat, Infak, and Sedekah (ZIS) payments online using the Theory of Planned Behavior (TPB) approach. This model examines the influence of attitude, subjective norms, perceived behavioral control, and trust on the intention to make digital ZIS payments. The study employs a quantitative method using a survey technique involving 105 student respondents in Surakarta. Data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). The results show that attitude and subjective norms significantly influence the intention to pay ZIS online. Conversely, perceived behavioral control and trust do not have a significant impact on this intention. These findings indicate that individual beliefs and social influence play a more dominant role in driving digital ZIS payments compared to perceived behavioral control and trust in the payment system. The implications of this study highlight the importance of enhancing education and promotion that emphasize the convenience and social benefits of online ZIS payments to increase public participation in digital charity.*

Keyword: *Theory of Planned Behavior, Payment Intention, ZIS, Fintech, Digital Payment*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat masyarakat dalam melakukan pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) secara online dengan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). Model ini menelaah pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan kepercayaan terhadap niat pembayaran ZIS digital. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik survei terhadap 105 responden mahasiswa di Surakarta. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat pembayaran ZIS secara online. Sebaliknya, kontrol perilaku dan kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa keyakinan individu serta pengaruh sosial lebih dominan dalam mendorong pembayaran ZIS secara digital dibandingkan faktor kontrol perilaku dan kepercayaan terhadap sistem pembayaran. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan edukasi dan promosi yang menekankan aspek kemudahan dan manfaat

sosial dari pembayaran ZIS online untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam beramal secara digital.

Kata Kunci: *Theory of Planned Behavior*, Niat Pembayaran, ZIS, Fintech, Pembayaran Digital

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, oleh karena itu mempunyai potensi ZIS (zakat, infaq, sedekah) yang sangat besar. Zakat adalah kewajiban bagi setiap Muslim yang hartanya telah mencapai nilai minimum yang disebut nishab (Mustika et, al., 2019). Hasil riset Pusat Kajian Strategis BAZNAS menyebutkan total potensi zakat pada tahun 2020 mencapai Rp327,6 Triliun. Namun kenyataannya dana zakat yang terkumpul belum maksimal. Hal ini dibuktikan dengan pada akhir tahun 2018 total penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) hanya mencapai Rp. 8,1 triliun padahal rata-rata pertumbuhan penerimaan zakat melalui BAZNAS dalam 5 tahun ini mencapai 26,64% (Ashari, 2019; Asmara, 2019).

Pengaruh teknologi finansial atau yang dikenal dengan financial technology (fintech) sudah mulai terasa menembus sisi filantropi Islam, khususnya dalam pembayaran ZIS. Menyikapi hal tersebut, BAZ dan LAZ berinovasi dengan meluncurkan pembayaran ZIS secara online (cashless) sebagai respon terhadap kemajuan teknologi agar tidak tergerus arus disrupsi. BAZNAS melalui laman <https://baznas.go.id/bayarzakat> memberikan fasilitas bagi Muzakki (pemberi zakat) untuk dapat membayar zakat dengan cepat, mudah dan praktis. Muzakki tidak lagi harus datang ke kantor secara offline, cukup bermodalkan gadget yang terkoneksi internet, ZIS sudah bisa dibayarkan (Akhmadi, 2019).

BAZ dan LAZ juga menyediakan fasilitas pembayaran lainnya dengan bekerja samadengan vendor aplikasi pembayaran digital seperti e-wallet (GoPay, OVO, Dana, ShopeePay, LinkAja, dll) melalui skema QRIS (Quick Response Indonesian Standard). Hal ini nantinya akan diperluas melalui kerja sama dengan lembaga keuangan, marketplace, dan perusahaan dengan platform fintech lainnya. Melalui aplikasi PayPal misalnya, bisa dilakukan dengan memilih kategori dan mengisi nominal, lalu klik Bayar Sekarang. Pengguna dikirim ke situs web PayPal untuk konfirmasi pembayaran. Pembayaran menggunakan metode GoPay merupakan salah satu cara yang kurang praktis. Pengguna cukup membuka aplikasi Gojek, dan memindai QR Code yang ditampilkan di website BAZ atau LAZ untuk melakukan pembayaran. Beberapa masjid atau fasilitas umum lainnya, seperti BAZ atau LAZ telah menyediakan QRIS untuk memindai donasi ZIS (Fajar, 2017). Perluasan fasilitas tersebut juga didukung oleh semakin meningkatnya digital wallet di kalangan millennial dan gen-z di Indonesia karena terdapat manfaat, kemudahan, dan pengaruh sosial (Primastuti & Puspawati, 2024)

ZIS memiliki peran sentral dalam Islam, yang tidak hanya bersifat keagamaan tetapi juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Pertama, zakat adalah kewajiban bagi umat Islam untuk menyisihkan sebagian kekayaan mereka kepada yang membutuhkan. Ini tidak hanya membantu mengurangi kemiskinan tetapi juga menciptakan keadilan sosial. Infak, yang merupakan sumbangan sukarela, memungkinkan umat Islam untuk berperan aktif dalam membantu sesama dan memperbaiki kondisi sosial (Khasannah, 2022).

Kedua, ZIS memainkan peran penting dalam pembangunan masyarakat dan ekonomi. Melalui zakat, dana dapat dialokasikan untuk memberikan pendidikan, kesehatan, dan bantuan ekonomi kepada mereka yang kurang beruntung. Hal ini berdampak positif pada pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Sedekah juga dapat digunakan untuk proyek-proyek kemanusiaan yang mendukung pembangunan infrastruktur dan pelayanan sosial (Nabillah, 2023).

Terakhir, ZIS bukan hanya tentang memberikan bantuan materi, tetapi juga memupuk rasa empati dan kepedulian dalam masyarakat. Praktik memberi dan berbagi ini membentuk karakter individu dan mendorong solidaritas antar anggota masyarakat. Dengan adanya ZIS, tercipta lingkungan sosial yang lebih adil, harmonis, dan peduli terhadap kebutuhan bersama (Hera, 2023).

Indonesia mempunyai potensi besar dalam menghimpun zakat, infaq dan shadaqah dalam konteks digital (cashless). Setidaknya target strategi segmentasi milenial dan kalangan melek teknologi punya harapan tersendiri mencapai potensi zakat sebesar Rp. 232 Triliun (Asmara, 2019). Momen inovasi teknologi finansial, harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dalam bersewaka, dengan memberikan kemudahan dalam pembayaran dan distribusi. Apalagi di masa pandemi Covid-19, digitalisasi pembayaran ZIS sangat berguna di tengah pembatasan pergerakan untuk meminimalisir penularan (Puspawati, 2020).

Tujuan integrasi pembayaran ZIS dengan fintech adalah untuk mengoptimalkan penggalangan dana ZIS bagi masyarakat khususnya di segmen milenial. BAZNAS pernah melaporkan bahwa pada saat munculnya aplikasi pembayaran online, tren penggunaan aplikasi online untuk membayar zakat tumbuh sebesar 12%. Pada tahun 2019, angka tersebut diperkirakan meningkat sekitar 16%. Peningkatan laju pertumbuhan ini kemungkinan besar akan dipengaruhi secara signifikan oleh perilaku masyarakat yang fokus pada gadget, smartphone, dan media digital online lainnya (Republika, 2019; NS Simamora, 2019).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Asmalia dkk mengenai potensi zakat dalam mendukung SDGs (Asmalia et al., 2018). Perbedaan dan pembaharuan penelitian ini terletak pada penggunaan instrumen digitalisasi ZIS sebagai objek perhatian. Penelitian ini dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat masyarakat membayar ZIS secara online.

Konstruk kuantitatif yang digunakan berdasarkan TPB dipersepsikan sikap, norma subjektif, yang dirasakan pengendalian perilaku dan niat mengeluarkan ZIS. Beberapa penelitian empiris sebelumnya menunjukkan bahwa pemodelan TPB terbukti mempunyai pengaruh terhadap niat pembayaran (Bulutoding et al., 2019; Hasyim & Nurohman, 2021; Kashif et al., 2015; Lai, 2017; Osman et al., 2019; Purwanto dkk., 2021; Shalender & Sharma, 2021; KT Wong dkk., 2013; Yusfiarto dkk., 2020).

Sikap, norma subjektif, perceived control, dan kepercayaan terhadap niat mengeluarkan ZIS melibatkan faktor psikologis dan sosial yang memainkan peran penting dalam membentuk perilaku beramal online (Simamora & Djamaludin, 2020). Sikap individu terhadap kewajiban keagamaan, seperti membayar ZIS, memainkan peran kunci dalam membentuk niat mereka. Norma subjektif, yaitu norma sosial yang diinternalisasi oleh individu, dapat memotivasi seseorang untuk berdonasi secara online karena adanya pengaruh dari lingkungan sosial mereka. Perceived control, atau persepsi individu terhadap kemampuannya untuk melakukan tindakan, juga mempengaruhi niat mereka dalam mengeluarkan ZIS secara online. Dengan kemudahan akses dan proses yang sederhana, individu merasa lebih mampu untuk beramal secara cepat dan efisien. Kepercayaan terhadap niat mengeluarkan ZIS menciptakan keyakinan bahwa tindakan mereka memiliki dampak positif dalam membantu sesama, memperkuat kesadaran akan tanggung jawab sosial, dan meningkatkan kepedulian terhadap kesejahteraan umat secara keseluruhan. Dengan begitu, kombinasi faktor-faktor ini berkontribusi pada perubahan paradigma menuju kebiasaan beramal online, yang semakin diperkuat oleh keterbukaan dan akuntabilitas yang ditawarkan oleh platform digital (Dash et al., 2011).

METODE

Metodologi Penelitian dalam penelitian ini merupakan pendekatan yang digunakan untuk meneliti pengaruh Theory of Planned Behavior (TPB) terhadap niat pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) secara online. Pendekatan yang digunakan adalah penelitian empiris

dan eksplanatori, yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Surakarta yang termasuk dalam Generasi Z, dengan rentang usia 12 hingga 28 tahun. Mahasiswa dipilih sebagai populasi karena mereka memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi dan lebih cenderung menggunakan sistem pembayaran digital. Sampel penelitian diambil secara accidental sampling atau convenience sampling, yang berarti responden dipilih berdasarkan kemudahan aksesibilitas. Untuk menentukan jumlah sampel yang memadai, digunakan aturan praktis yang mengacu pada metode "thumb rule", di mana jumlah pernyataan dalam kuesioner dikalikan lima, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 105 responden.

Penelitian ini menggunakan variabel dependen dan independen yang diukur melalui instrumen kuesioner dengan skala Likert 1 hingga 4. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat pembayaran ZIS secara online, yang diadaptasi dari teori Ajzen dan Fishbein (1989) dengan tiga pernyataan utama. Sementara itu, variabel independen meliputi sikap (X1), norma subjektif (X2), kontrol perilaku (X3), dan kepercayaan (X4). Sikap mengacu pada evaluasi positif atau negatif individu terhadap pembayaran ZIS secara online, yang diukur melalui empat pernyataan yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fathya Fikri Izzuddin, dan Ibrahim Kholilul Rohman (2022) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah Non Tunai.. Norma subjektif mencerminkan pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, dan tokoh agama, dalam memengaruhi niat seseorang untuk membayar ZIS secara digital, yang juga diukur dengan empat pernyataan. Kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada sejauh mana seseorang merasa mampu melakukan pembayaran ZIS secara online, dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti akses teknologi dan literasi digital, yang diukur dengan lima pernyataan. Kepercayaan, sebagai faktor tambahan dalam model penelitian, mencakup kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital, keamanan transaksi, serta transparansi lembaga penerima ZIS. Variabel ini juga diukur dengan lima pernyataan yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hera (2023) yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Membayar ZIS Secara Online Melalui Digital Fundraising Pada BAZNAS Kota Bandar Lampung (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung).

Data penelitian dikumpulkan melalui metode survei dengan penyebaran kuesioner menggunakan Google Form. Untuk menganalisis data, digunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). SEM-PLS dipilih karena fleksibilitasnya dalam mengembangkan model statistik serta kemampuannya dalam menguji hubungan struktural antara variabel-variabel penelitian. Beberapa uji yang dilakukan dalam analisis ini mencakup uji model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) dan menjelaskan bahwa niat seseorang dalam melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama. Faktor pertama adalah sikap terhadap perilaku, yaitu sejauh mana seseorang memiliki evaluasi positif atau negatif terhadap suatu tindakan yang akan dilakukan. Semakin positif sikap seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut untuk melaksanakan perilaku tersebut. Faktor kedua adalah norma subjektif, yang merujuk pada pengaruh sosial atau tekanan yang dirasakan individu dari lingkungan sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau masyarakat, dalam mendukung atau menolak suatu perilaku (Ajzen, 1985). Jika individu merasa bahwa orang-orang di sekitarnya mengharapkan atau mendukung tindakan tertentu, maka ia lebih cenderung untuk

melakukannya. Faktor ketiga adalah kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu persepsi individu mengenai sejauh mana mereka merasa mampu untuk melaksanakan suatu tindakan (Mahyarni, 2013). Jika seseorang merasa memiliki sumber daya, keterampilan, atau kesempatan yang cukup, maka kemungkinan besar ia akan melaksanakan perilaku tersebut. Dengan demikian, TPB menjelaskan bahwa niat seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh kombinasi dari sikap pribadi, tekanan sosial, dan persepsi terhadap kemampuannya dalam mengendalikan perilaku tersebut.

Kepercayaan dan Niat Berperilaku

Kepercayaan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi niat seseorang dalam melakukan suatu tindakan, termasuk dalam pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) secara online. Kepercayaan terhadap sistem pembayaran digital memainkan peran krusial dalam membentuk keyakinan individu bahwa transaksi yang dilakukan aman, cepat, dan efisien. Selain itu, transparansi lembaga penerima juga menjadi aspek yang menentukan, di mana masyarakat cenderung lebih bersedia membayar ZIS secara digital jika mereka yakin bahwa dana yang disalurkan akan dikelola dengan baik dan tepat sasaran. Jaminan keamanan transaksi, seperti perlindungan data pribadi, enkripsi pembayaran, serta kepastian bahwa dana yang dikirim sampai kepada penerima yang berhak, juga turut meningkatkan keyakinan individu untuk menggunakan platform digital dalam berzakat. Dengan adanya kepercayaan yang tinggi terhadap berbagai aspek tersebut, niat masyarakat dalam membayar ZIS secara online dapat semakin meningkat, sehingga mempermudah dan memperluas jangkauan penerimaan dana ZIS untuk kemaslahatan umat (Kharisma & Jayanto, 2021).

Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) dalam Islam

Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) merupakan bagian dari kewajiban dan anjuran dalam Islam yang memiliki peran penting dalam menciptakan kesejahteraan sosial dan ekonomi bagi umat. Zakat sebagai kewajiban bagi Muslim yang mampu bertujuan untuk membersihkan harta dan membantu golongan yang berhak menerimanya, sedangkan infak dan sedekah bersifat sukarela namun tetap memiliki dampak besar dalam meningkatkan solidaritas sosial. Seiring dengan perkembangan teknologi, digitalisasi pembayaran ZIS melalui fintech telah memberikan kemudahan akses bagi masyarakat dalam menunaikan kewajiban dan amal mereka kapan saja dan di mana saja. Sistem pembayaran digital ini juga memiliki potensi untuk meningkatkan jumlah donasi, karena prosesnya yang lebih praktis, transparan, serta aman. Dengan adanya digitalisasi, distribusi dana ZIS dapat dilakukan lebih cepat dan tepat sasaran, sehingga manfaatnya dapat dirasakan secara lebih luas oleh mereka yang membutuhkan (Putri, et al., 2022).

Hipotesis

Pengaruh Sikap terhadap Niat Pembayaran ZIS Secara Online

Ajzen (2005) mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau secara singkat disebut keyakinan-keyakinan perilaku. Ajzen (2005) mengindikasikan bahwa sikap seseorang terhadap suatu perilaku cenderung dipengaruhi oleh keyakinan individu tentang konsekuensi dari perilaku tersebut. Keyakinan-keyakinan individu, yang dapat berupa pemikiran tentang dampak positif atau negatif dari perilaku tersebut, menjadi penentu utama dalam membentuk sikap individu terhadap perilaku tersebut. Dengan kata lain, sikap seseorang terhadap suatu perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap perilaku itu sendiri, tetapi juga oleh persepsi mereka tentang hasil yang mungkin terjadi akibat perilaku tersebut.

Faktor lain seperti norma sosial, kontrol diri, dan faktor-faktor situasional juga dapat memengaruhi niat seseorang untuk melakukan sesuatu. Jadi, tergantung pada konteks dan

variabel lainnya, sikap tidak selalu menjadi penentu utama dari niat seseorang. (Masrurah, 2019) menunjukkan bahwa teknologi seperti ATM aplikasi seluler, fintech, dan semua aplikasi berbasis blockchain, semuanya dapat membantu pengelolaan zakat yang efektif

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Sikap berpengaruh terhadap niat pembayaran ZIS secara online.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Pembayaran ZIS Secara Online

Norma subjektif adalah persepsi individu terhadap harapan dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya mengenai dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu yang bersifat subjektif. Konsep norma subjektif dalam Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) dipahami sebagai persepsi individu tentang harapan-harapan yang dimiliki oleh orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupan mereka terkait dengan perilaku tertentu. Norma subjektif mencerminkan keyakinan individu tentang apa yang orang-orang penting bagi mereka harapkan, baik untuk atau menentang perilaku tersebut. Ini dapat menjadi fungsi dari keyakinan individu tentang pandangan orang lain terhadap objek sikap yang berkaitan dengan individu itu sendiri (Ajzen, 1989).

Persepsi individu tentang harapan dari orang-orang yang berpengaruh akan mempengaruhi niat dan akhirnya perilaku individu. Keyakinan individu tentang apa yang diharapkan atau ditolak oleh orang-orang yang berpengaruh dapat memotivasi individu untuk bertindak sesuai atau bertentangan dengan harapan tersebut (Ajzen, 1989). Abdullah et al. (2021) menunjukkan bahwa norma subjektif, yang mencerminkan persepsi individu tentang harapan dari orang-orang yang berpengaruh, berpengaruh terhadap penggunaan digital wallet. Ini sesuai dengan teori yang diusulkan oleh Ajzen (1989), yang menyatakan bahwa keyakinan individu tentang apa yang diharapkan atau ditolak oleh orang-orang yang berpengaruh dapat memotivasi individu untuk bertindak sesuai atau bertentangan dengan harapan tersebut. Dalam konteks penggunaan digital wallet, norma subjektif dapat memengaruhi niat dan akhirnya perilaku individu terkait dengan penggunaan teknologi tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: Norma subjektif berpengaruh terhadap niat pembayaran ZIS secara online.

Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Niat Pembayaran ZIS Secara Online

Menurut (Nugroho et al., 2018; Rohmah & Martini, 2021) persepsi kontrol perilaku berperan sebagai salah satu penentu atas keinginan berperilaku. Persepsi atas kemudahan maupun kesulitan saat melakukan sebuah perilaku tertentu didasari pada pengalaman seorang individu terhadap perilaku tersebut, sehingga halangan yang muncul bisa diantisipasi dengan baik.

Kontrol keyakinan mencakup pengalaman individu sebelumnya terkait dengan sumber daya dan peluang yang tersedia, serta pengaruh informasi terdahulu yang dapat mempengaruhi kesulitan atau kemudahan dalam melakukan suatu perilaku. Faktor pengendalian, di sisi lain, merujuk pada akses individu terhadap faktor-faktor yang mendukung atau menghambat perilaku tertentu (Fishbein, 1989). (Li et al. 2020) menemukan bahwa kontrol keyakinan, termasuk pengalaman pengguna sebelumnya dengan teknologi dan kemampuan untuk mengakses informasi terkait, mempengaruhi niat dan penggunaan digital wallet. Faktor pengendalian juga memiliki peran, di mana aksesibilitas platform digital wallet dan kebijakan keamanan yang diterapkan dapat memengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan platform tersebut. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana kontrol keyakinan dan faktor pengendalian memengaruhi perilaku pengguna terkait dengan penggunaan teknologi keuangan seperti digital wallet.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat pembayaran ZIS secara online.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Pembayaran ZIS Secara Online

Penelitian oleh Al-Nahdi (2015) menunjukkan bahwa kepercayaan, terhadap faktor-faktor yang memfasilitasi atau mencegah suatu perilaku dapat mempengaruhi seberapa mungkin seseorang akan melakukannya. Misalnya, kepercayaan terhadap kemudahan atau kesulitan melakukan suatu tindakan, serta keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri, dapat memengaruhi seberapa sering seseorang akan melakukan perilaku tersebut. Penelitian ini dilakukan oleh Al-Nahdi (2015), dan temuannya memberikan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana kepercayaan individu memengaruhi perilaku terkait dengan konteks tertentu.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: kepercayaan berpengaruh terhadap niat pembayaran ZIS secara online.

Deskripsi Responden

Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Laki-laki	66	62,9%
Perempuan	39	37,1%
Jumlah	105	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Jumlah responden yang dikategorikan dengan jenis kelamin yang menjadi responden peneliti yaitu sebanyak 66 orang laki-laki sebagai responden atau sebanyak 62,9% dari total seluruh responden sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 39 responden atau 37,1% dari total seluruh responden.

Provinsi

Deskripsi responden berdasarkan Provinsi dijelaskan pada tabel di bawah:

Tabel 2. Asal Provinsi

Provinsi	Jumlah Responden	Persen
Jawa Tengah	95	90,5%
Daerah Istimewa Yogyakarta	5	4,8%
Kepulauan Riau	2	1,9%
Jawa Barat	2	1,9%
Jawa Timur	1	1%
Jumlah	105	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Dari tabel diatas kita dapat mengetahui bahwa mayoritas responden berasal dari Provinsi Jawa Tengah, dengan jumlah 95 orang atau 90,5% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta survei lahir dari daerah tersebut, baik sebagai tempat tinggal maupun sebagai daerah asal mereka. Selain itu, sebanyak 5 orang atau 4,8% berasal dari Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), yang berdekatan dengan Jawa Tengah dan memiliki keterkaitan budaya serta geografis yang erat.

Sementara itu, Provinsi Kepulauan Riau dan Jawa Barat masing-masing menyumbang 2 orang atau 1,9%, menunjukkan bahwa terdapat sejumlah kecil responden yang berasal dari wilayah luar Pulau Jawa. Di sisi lain, Provinsi Jawa Timur tercatat memiliki 1 responden atau 1%, menjadikannya provinsi dengan jumlah peserta paling sedikit dalam survei ini.

Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Usia

Usia	Frekuensi	Persen
12 – 17 tahun	3	2,9%
18 – 23 tahun	81	77,1%
24 – 28 tahun	21	20%
Jumlah	105	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden dengan usia 12 – 17 tahun adalah sebanyak 3 orang dengan persentase 2,9%, responden dengan usia 18 – 23 tahun adalah sebanyak 81 orang dengan persentase 77,1%, responden dengan usia 24 – 28 tahun adalah sebanyak 21 orang dengan persentase 20%. Sehingga dari data diatas kita dapat menyimpulkan bahwa responden didominasi pada usia 18 – 23 tahun.

Pendapatan Per bulan

Deskripsi responden berdasarkan pendapatan per bulan dijelaskan tabel di bawah ini:

Tabel 4. Pendapatan Per Bulan

Usia	Frekuensi	Persen
< Rp 1.000.000	23	21,9%
Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	19	18,1%
Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000	26	24,8%
> Rp 2.000.001	37	35,2%
Jumlah	105	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan < Rp 1.000.000 adalah sebanyak 23 orang dengan persentase 21,9%, responden dengan pendapatan Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000 adalah sebanyak 19 orang dengan persentase 18,1%, responden dengan pendapatan Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000 adalah sebanyak 26 orang dengan persentase 24,8%, dan responden dengan pendapatan > Rp 2.000.000 adalah sebanyak 37 orang dengan persentase 35,2%. Dari data diatas kita dapat menyimpulkan bahwa responden dengan pendapatan >Rp.2.000.001 mendominasi.

Pekerjaan

Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan dijelaskan pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Pekerjaan

Usia	Frekuensi	Persen
Pelajar/Mahasiswa	63	60%
Pegawai Swasta	22	21%
ASN	5	4,8%
Wiraswasta	10	9,5%
Freelance	3	2,9%
Kerja	1	1%
freelance	1	1%
Jumlah	105	100%

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar/mahasiswa adalah sebanyak 63 orang dengan persentase 60%, responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Swasta adalah sebanyak 22 orang dengan persentase 21%, responden dengan pekerjaan sebagai ASN adalah sebanyak 5 orang dengan persentase 4,8%, responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta adalah sebanyak 10 orang dengan persentase 9,5%, responden dengan pekerjaan sebagai Freelance adalah sebanyak 3 orang dengan persentase 2,9%, responden dengan pekerjaan sebagai Kkerja adalah sebanyak 1 orang dengan persentase 1%, dan responden dengan pekerjaan freelance adalah sebanyak 1 orang dengan persentase 1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar/mahasiswa yang mendominasi.

Validitas Konvergen (Convergen Validity)

Indikator validitas dapat dilihat dari nilai loading factor, dimana jika nilai loading factor antara 0,5-0,6 maka dikatakan cukup, sedangkan jika nilai loading factor $\geq 0,7$ maka dikatakan mempunyai validitas yang baik. Berikut ini merupakan nilai outer loading masing-masing indikator pada variabel penelitian.

Tabel 6. Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer Loading
Variabel Dependen (Y1)	Y1.1	0,867
	Y1.2	0,935
	Y1.3	0,903
Variabel Independen Sikap (X1)	X1.1	0,888
	X1.2	0,897
	X1.3	0,873
	X1.4	0,902
Variabel Independen Norma Subjektif (X2)	X2.1	0,882
	X2.2	0,913
	X2.3	0,923
	X2.4	0,866
Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3)	X3.1	0,855
	X3.2	0,833
	X3.3	0,876
	X3.4	0,896
	X3.5	0,791
Variabel Independen Kepercayaan Terhadap Niat Pembayaran (X4)	X4.1	0,836
	X4.2	0,854
	X4.3	0,922
	X4.4	0,836
	X4.5	0,884

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, masing-masing indikator variabel penelitian diketahui memiliki nilai outer loading $> 0,7$. Data di atas menunjukkan bahwa tidak ada indikator variabel yang memiliki nilai outer loading $< 0,5$, sehingga semua indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan dalam penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Validitas Diskriminan (Discriminant Validity)

Suatu indikator dikatakan memenuhi uji validitas diskriminan jika nilai cross loading $> 0,7$. Berikut ini merupakan nilai cross loading masing-masing indikator pada variabel penelitian.

Tabel 7. Nilai Cross Loading

Variabel	Indikator	Cross Loading
Variabel Dependen (Y1)	Y1.1	0,867
	Y1.2	0,935
	Y1.3	0,903
Variabel Independen Sikap (X1)	X1.1	0,888
	X1.2	0,897
	X1.3	0,873
	X1.4	0,902
Variabel Independen Norma Subjektif (X2)	X2.1	0,882
	X2.2	0,913
	X2.3	0,923
	X2.4	0,866
Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3)	X3.1	0,855
	X3.2	0,833
	X3.3	0,876
	X3.4	0,896
	X3.5	0,791
Variabel Independen Kepercayaan Terhadap Niat Pembayaran (X4)	X4.1	0,836
	X4.2	0,854
	X4.3	0,922
	X4.4	0,836
	X4.5	0,884

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, masing-masing indikator variabel penelitian diketahui memiliki nilai cross loading > 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa secara validitas diskriminan indikator dinyatakan layak atau valid untuk digunakan dalam penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Composite Reliability

Rule of thumb yang digunakan untuk nilai composite reliability > 0,7. Berikut ini merupakan nilai rule of thumb yang digunakan untuk nilai composite reability pada masing-masing variabel penelitian.

Tabel 8. Nilai Composite Reability

Variabel	Indikator	Cross Loading
Variabel Dependen (Y1)	Y1.1	0,867
	Y1.2	0,935
	Y1.3	0,903
Variabel Independen Sikap (X1)	X1.1	0,888
	X1.2	0,897
	X1.3	0,873
	X1.4	0,902
Variabel Independen Norma Subjektif (X2)	X2.1	0,882
	X2.2	0,913
	X2.3	0,923
	X2.4	0,866
Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3)	X3.1	0,855
	X3.2	0,833
	X3.3	0,876
	X3.4	0,896
	X3.5	0,791
Variabel Independen Kepercayaan Terhadap Niat Pembayaran (X4)	X4.1	0,836
	X4.2	0,854
	X4.3	0,922

X4.4	0,836
X4.5	0,884

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, masing-masing variabel penelitian diketahui memiliki nilai *rule of thumb* $> 0,7$. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji composite reability, seluruh variabel penelitian memiliki tingkat reabilitas yang tinggi dan variabel penelitian dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Cronbach’s Alpha

Suatu instrumen penelitian dikatakan dapat diandalkan (reliable) apabila nilai cronbach’s alpha $> 0,60$. Berikut ini merupakan cronbach’s alpha pada masing-masing variabel penelitian.

Tabel 9. Nilai Cronbach’s Alpha

Variabel	Composite Reability (rho_c)
Variabel Dependen (Y)	0,929
Variabel Independen Sikap (X1)	0,938
Variabel Independen Norma Subjektif (X2)	0,942
Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3)	0,929
Variabel Independen Kepercayaan terhadap Niat Pembayaran (X4)	0,938

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, masing-masing variabel penelitian diketahui memiliki nilai cronbach’s alpha $> 0,6$. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji cronbach’s alpha, seluruh variabel penelitian memiliki tingkat reabilitas yang tinggi dan variabel penelitian dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Multikolinaritas

Suatu indikator yang memiliki nilai VIF < 10 atau nilai tolerance $> 0,01$, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinaritas. Berikut ini merupakan nilai VIF pada masing-masing indikator variabel penelitian.

Tabel 10. Nilai VIF

Variabel	Indikator	VIF
Variabel Dependen (Y1)	Y1.1	2.115
	Y1.2	3.610
	Y1.3	2.877
Variabel Independen Sikap (X1)	X1.1	3.085
	X1.2	3.059
	X1.3	2.623
	X1.4	3.141
Variabel Independen Norma Subjektif (X2)	X2.1	2.818
	X2.2	3.377
	X2.3	3.656
	X2.4	2.609
Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3)	X3.1	2.524
	X3.2	2.399
	X3.3	2.726
	X3.4	3.210
	X3.5	1.867

Variabel Independen	X4.1	2.256
Kepercayaan Terhadap	X4.2	2.823
Niat Pembayaran (X4)	X4.3	4.700
	X4.4	2.567
	X4.5	3.009

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, masing-masing indikator variabel penelitian diketahui memiliki nilai VIF < 10 atau nilai tolerance > 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa indikator variabel penelitian tidak melanggar uji multikolinearitas.

Analisis Inner Model

Uji Path Coefficient

Berikut ini merupakan nilai R² dalam penelitian.

Tabel 11. Nilai Coefficient of Determination (R²)

Variabel	R-Square
Variabel Dependen (Y)	0,834

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai R menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Dapat dilihat bahwa besarnya R² untuk continuance intention adalah 0,834. Hal ini berarti bahwa Variabel Independen Sikap (X1), Variabel Independen Norma Subjektif (X2), Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3), dan Variabel Independen Kepercayaan Terhadap Niat Pembayaran (X4) berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y) sebesar 83,4%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 17,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Uji Kebaikan Model (Goodness of Fit)

Dalam pengujian ini, nilai SRMR (Standarized Root Mean Square Residual) < 0,08 (ai ret al. 2021) dapat dianggap baik. Berikut ini merupakan nilai SRMR dalam penelitian.

Tabel 12. Model Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0,047	0,047

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai SRMR adalah 0,047 < 0,08. Sehingga penelitian ini dikatakan memiliki goodness of fit yang baik.

Uji Hipotesis

Uji Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Uji pengaruh langsung dapat dilihat pada tabel path coefficient dengan menggunakan proses bootstrapping untuk melihat nilai t-statistics, p values, dan original sample yang diperoleh dari proses tersebut. Dalam pengujian ini, t-statistik untuk alpha 5% maka nilai statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga apabila nilai t-statistik > 1,96 dan nilai p < 0,05 maka hipotesis diterima. Berikut ini merupakan tabel path coefficient dalam penelitian.

Tabel 13. Path Coefficient

Hipotesis	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Keterangan
-----------	---------------------	--------------------------	----------	------------

H1 = Variabel Independen Sikap (X1) > Variabel Dependen (Y)	0,443	3,504	0,000	Signifikan
H2 = Variabel Independen Norma Subjektif (X2) > Variabel Dependen (Y)	0,543	4,069	0,000	Signifikan
H3 = Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3) > Variabel Dependen (Y)	0,006	0,049	0,961	Tidak Signifikan
H4 = Variabel Independen Kepercayaan Terhadap Niat Pembayaran (X4) > Variabel Dependen (Y)	-0,059	0,451	0,652	Tidak Signifikan

Sumber: Data Analisis Primer, 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka interpretasinya adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis pertama adalah Variabel Independen Sikap (X1) berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y) dapat dilihat pada tabel di atas bahwa Variabel Independen Sikap (X1) mempunyai tingkat signifikan terhadap Variabel Dependen (Y) dengan t-statistic ($3,504 > 1,96$) atau p-value ($0,000 < 0,05$). Sehingga Variabel Independen Sikap (X1) berpengaruh dan signifikan terhadap Variabel Dependen (Y), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima.
- 2) Hipotesis kedua adalah Variabel Independen Norma Subjektif (X2) berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y) dapat dilihat pada tabel di atas bahwa Variabel Independen Norma Subjektif (X2) mempunyai tingkat signifikan terhadap Variabel Dependen (Y) dengan t-statistic ($4,069 < 1,96$) atau p-value ($0,000 > 0,05$). Sehingga Variabel Independen Norma Subjektif (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap Variabel Dependen (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima.
- 3) Hipotesis ketiga adalah Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3) berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y) dapat dilihat pada tabel di atas bahwa Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3) mempunyai tingkat signifikan terhadap Variabel Dependen (Y) dengan t-statistic ($0,049 > 1,96$) atau p-value ($0,961 < 0,05$). Sehingga Sehingga Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Variabel Dependen (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 ditolak.
- 4) Hipotesis keempat adalah Variabel Independen Kepercayaan Terhadap Niat Pembayaran (X4) berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y) dapat dilihat pada tabel di atas bahwa Variabel Independen Kepercayaan Terhadap Niat Pembayaran (X4) mempunyai tingkat signifikan terhadap Variabel Dependen (Y) dengan t-statistic ($0,451 < 1,96$) atau p-value ($0,652 > 0,05$). Sehingga Variabel Independen Kepercayaan Terhadap Niat Pembayaran (X4) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Variabel Dependen (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Variabel Independen Sikap (X1) terhadap Variabel Dependen (Y) dalam Penggunaan ZIS secara online

Variabel Independen Sikap (X1) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Variabel Dependen (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai p-value $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amin et al. (2022) yang menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap continuance intention. Informasi yang berkualitas tinggi memiliki kemampuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara signifikan, dengan mengurangi hambatan operasional yang mungkin timbul, serta memperkuat koneksi yang berkelanjutan dan berkesinambungan dalam penggunaan jangka panjang (Amin et al, 2022).

Pengaruh Variabel Independen Norma Subjektif (X2) terhadap Variabel Dependen (Y) dalam Penggunaan ZIS secara online

Variabel Independen Norma Subjektif (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap Variabel Dependen (Y). Hal ini dibuktikan dengan p-value $0,000 > 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lestari & Novitaningtyas (2021) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap continuance intention. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya kecepatan respon yang dihasilkan oleh mobile banking, pengguna kurang nyaman dengan layanan konektivitas yang diberikan, dan kesulitan untuk mengelola mobile banking yang dimiliki. Perbedaan hasil ini juga dapat disebabkan oleh beberapa faktor karakteristik seperti jenis kelamin, usia, dan faktor demografi lainnya, dimana hasil penelitian yang dilakukan adalah kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap continuance intention.

Pengaruh Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3) terhadap Variabel Dependen (Y) dalam Penggunaan ZIS secara online

Variabel Independen Kontrol Perilaku (X3) tidak memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Variabel Dependen (Y). Hal ini dibuktikan dengan p-value $0,961 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maharani et al. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap continuance intention. Mobile banking memberikan kemudahan dalam penggunaannya serta memiliki panduan yang mudah dipahami oleh penggunanya. Selain itu mobile banking juga memiliki tampilan yang menarik. Hal ini membuktikan bahwa kualitas sistem menjadi pertimbangan pengguna dalam menentukan niat berkelanjutan penggunaan mobile banking.

Pengaruh Variabel Independen Kepercayaan Terhadap Niat Pembayaran (X4) terhadap Variabel Dependen (Y) dalam Penggunaan ZIS secara online

Variabel Independen Kepercayaan Terhadap Niat Pembayaran (X4) tidak berpengaruh terhadap Variabel Dependen (Y). Hal ini dibuktikan dengan p-value $0,652 > 0,05$. Terdapat hasil penelitian yang sejalan dengan hasil penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Syamsu et al. (2020) yang menyatakan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap e-satisfaction. Hal ini disebabkan karena informasi yang dihasilkan kurang relevan dengan kebutuhan pengguna serta informasi yang kurang up to date pada mobile banking. Kualitas informasi seperti ini tentu memberikan pengalaman yang kurang signifikan terhadap pengguna mobile banking sehingga pelanggan tidak merasa puas dengan adanya mobile banking..

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh Theory of Planned Behaviour (TPB) terhadap niat pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) secara online, dapat disimpulkan bahwa sikap dan norma subjektif memiliki pengaruh dan signifikan terhadap niat pembayaran ZIS secara online, di mana semakin positif sikap individu dan semakin kuat dorongan sosial dari keluarga, teman, atau tokoh agama, semakin besar niat mereka untuk menggunakan pembayaran digital. Sebaliknya, kontrol perilaku yang dirasakan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pembayaran ZIS secara online, menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap kemudahan atau kendala dalam pembayaran online tidak langsung mempengaruhi niat mereka. Selain itu, meskipun kepercayaan terhadap sistem pembayaran juga penting, faktor norma sosial dan sikap lebih dominan dalam membentuk niat masyarakat untuk beramal secara digital.

REFERENSI

Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior.* "Action control: From cognition to behavior. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

- Akhmadi, D. P. (2019). Cara Bayar Zakat Online Melalui Situs Web Baznas. Tirti.Id. <https://tirto.id/cara-bayar-zakat-online-melalui-situs-web-baznas-dtLd>
- Alfarizi, M. (2022). Studi Eksplorasi Penerimaan Digitalisasi Pembayaran Zakat melalui Aplikasi Fintech Indonesia Pasca Pandemi Covid-19. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah* 9.2, 410-443.
- Ashari, M. (2019). Potensi Zakat di Indonesia Belum Dimaksimalkan. *Pikiran Rakyat*.
- Asmara, C. G. (2019). Potensi Zakat Rp 252 T, Masuk Baznas Cuma Rp 8,1T.
- Bulutoding, L., Parmitasari, R. D. A., & Suhartono. (2019). Perilaku Kepatuhan Para Wajib Zakat Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Laa Maisyir*, 6(2), 191–210. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/lamaisyir/article/view/11800>
- Dash, M., Bhusan, M., Kanta, B., & Suryakanta, M. (2012). Understanding consumers' risks perception for banking on the Internet. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 3(2), 146-150.
- Dewi, T. I. (2024). Pengalaman Persepsi Jama'ah Masjid Al-Falah Darul Muttaqin dalam Mengimplementasikan Digital Payment Infak dan Sedekah melalui Aplikasi QR di Pekanbaru. Diss., *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Fajar, R. (2017). Baznas Luncurkan Portal Layanan Zakat. *Republika*. <https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/17/06/05/or2oyd423-baznas-luncurkan-portal-layanan-zakat>
- Hasyim, F., & Nurohman, Y. A. (2021). Adopsi Teori Perilaku Berencana dalam Menganalisis Niat Melakukan Wakaf Tunai. *Among Makarti*, 14(1). <https://doi.org/10.52353/AMA.V14I1.201>
- Kashif, M., Sarifuddin, S., & Hassan, A. (2015). *Charity donation: intentions and behaviour. Marketing Intelligence & Planning*, 33(1), 90–102. <https://doi.org/10.1108/MIP-07-2013-0110>
- Khasannah, L. (2022). *Pengaruh Technology Acceptance Model (Tam) Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Berzakat, Infaq, Sedekah Secara Online Pada Masyarakat Provinsi Banten* [Skripsi]. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Jakarta.
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 16.1.
- Kulsum, U., & Riza, A. F. (2024). Analisis Minat Berinfak Menggunakan QRIS: Studi Empiris Jamaah Masjid di DI Yogyakarta. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking* 4.2, 150-164.
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi perilaku dan religiusitas generasi millenials terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7.2, 15-22.
- Lai, P. (2017). *The Literature Review of technology Adoption odels and Theories For The Novelty Technology*. 14(1), 21–38. <https://doi.org/10.4301/S180717752017000100002>
- Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah* 4.1, 13-23.
- Mumtaz, H. M. (2023). Kesiapan Digital Baznas di Yogyakarta Berdasarkan Indeks Kesiapan Digital Organisasi Pengelola Zakat. *Diss. Universitas Islam Indonesia*.
- Mustika, F. N., Setyowati, E., & Alam, A. (2019). Analysis of effect of ZIS (Zakat, Infaq, and Shadaqah), regional domestic products of Bruto, regional minimum wage and inflation on levels poverty in Indonesia 2012–2016. *Journal of Islamic Economic Laws*, 2(2), 193-211.
- Nabilah, B. (2023). Islamic Social Fund (Zakah Infaq Shodaqoh), Inflation, and Poverty Alleviation in Surabaya City. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 54-64.

- Putri, Y. N., Fitriyah, N., & Lenap, I. P. (2022). Pengaruh Kualitas Informasi Akuntansi, Sumber Daya Manusia Dan Sosialisasi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Dan Infak/Sedekah. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi* 2.3 , 542-555.
- Simamora, T. P., & Djamaludin, M. D. (2020). Analysis of Intention to Buy Cinema E-Tickets Among IPB Students with Theory of Planned Behavior (TPB) Approach. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 58–72. <https://doi.org/10.29244/JCS.5.1.58-72>
- Osman, I., Ma'in, M., & Muda, R. (2019). Determinants Of Behavioural Intention Towards Green Investments: The Perspectives If Muslims. In *International Journal of Islamic Business (Issue 1)*.
- Purwanto, P., Sulthon, M., & Wafirah, M. (2021). Behavior Intention to Use Online Zakat: Application of Technology Acceptance Model with Development. *ZISWA: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 8(1), 44–60. <https://doi.org/10.21043/ZISWAF.V8I1.10457>
- Seetharaman, A., Kumar, K. N., Palaniapan, S., & Weber, G. (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. 7(2), 116–136.
- Shalender, K., & Sharma, N. (2021). Using extended theory of planned behaviour (TPB) to predict adoption intention of electric vehicles in India. *Environment, Development and Sustainability*, 23(1), 665–681. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00602-7>
- Wong, K. T., bt Osman, R., Goh, P. S. C., & Rahmat, M. K. (2013). Understanding student teachers' behavioural intention to use technology: Technology acceptance model (TAM) validation and testing. *International Journal of Instruction*, 6(1), 89–104.
- Yusfiarto, R., Setiawan, A., & Nugraha, S. S. (2020). Literacy and Intention to Pay Zakat : A Theory Planned Behavior View Evidence from Indonesian Muzakki. *International Journal of Zakat*, 5(1), 15–27.
- Primastuti, G. R., & Puspawati, D. (2024). Customer Attitude Terhadap Continuance Intention Melalui Kepuasan dalam Penggunaan Digital Wallet. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 614–628. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v5i2.1218>