FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR ZAKAT SECARA *ONLINE*

Oleh:

Nama : Intani Dwita Risanti
NIM : 19312023

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR ZAKAT SECARA *ONLINE*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna memperoleh
Gelar Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Bisnis Dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Oleh:
Nama : Intani Dwita Risanti
NIM : 19312023

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau dterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apaun sesuai peraturan yang berlaku.**”**

Yogyakarta, 14 Maret 2023
Penulis



Intani Dwita Risanti

HALAMAN PENGESAHAN

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR ZAKAT SECARA *ONLINE*

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna memperoleh
Gelar Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Bisnis Dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta

Oleh:
Nama : Intani Dwita Risanti
NIM : 19312023

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 13 Maret 2022

Dosen Pembimbing,

(Dr. Mahmudi, SE., M.Si., CA., CMA)

BERITA ACARA TUGAS AKHIR SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Faktor â€“ Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara Online

Disusun oleh : INTANI DWITA RISANTI

Nomor Mahasiswa : 19312023

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 06 April 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Mahmudi, Dr., M.Si., CMA.

Penguji : Abriyani Puspaningsih, Dra., M.Si., Ak., CA.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan Allah *Subhanahuwata'ala*, karena atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR ZAKAT SECARA *ONLINE*. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana (Strata-1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Skripsi ini terwujud atas bimbingan, pengarahan dan bantuan dari berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dan pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Diri saya pribadi yang sudah bertahan sejauh ini dan berjuang untuk mengerjakan skripsi hingga selesai.
2. Kedua orang tua saya yang saya cintai yakni bapak Sukarsono dan ibu Sya'bani Runiwati yang selalu memberi saya kasih sayang, sdukungan, emangat serta do'a setiap hari.
3. Kakak kandung saya, Alvieri Ali Arizona yang selalu menghibur saya, mendukung saya, dan memberi semangat selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., Ak., CMA., CA yakni dosen pembimbing skripsi saya yang sangat bermurah hati untuk meluangkan waktunya, pikiran, maupun tenaga dalam membimbing saya hingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si.,Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

6. Sahabat saya Shidky, Nanda, Lathifah dan teman-teman saya lainnya yang telah menghibur, memberi semangat serta berbagi keluh kesah dengan saya.
7. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan pelajaran yang sangat berharga.
8. Renjun, Jeno NCT Drean, Winwin, Hendery WayV dan Pedri Gonzalez yang karya dan kontennya telah menemani dan menghibur saya selama mengerjakan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulis sangat berharap hasil karya Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pribadi, nusa, bangsa, maupun bagi perkembangan Ilmu Ekonomi. Penulis juga menyadari atas berbagai kekurangan yang ada dalam penulisan studi Ekonomi yang telah dibuat, sehingga kritik dan saran serta bimbingan dari berbagai pihak sangat Penulis harapkan demi perbaikan dimasa-masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, Maret 2023



Intani Dwita Risanti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
BERITA ACARA TUGAS AKHIR SKRIPSI v
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI viii
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR xiii
ABSTRAK xiv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 7
1.5 Sistematika Penulisan 8
BAB II KAJIAN PUSTAKA 9
2.1 Landasan Teori 9
2.1.1 *Technology Acceptance Model* (TAM) 9
1. Zakat 10
2. Definisi Zakat 10
3. Jenis dan Penerima Zakat 11
4. Dasar Hukum Zakat 16
2.1.2 Zakat *Online* 17
2.1.3 Preferensi 20
2.2 Penelitian Terdahulu 21
2.3 Hipotesis Penelitian 24

1. Pengaruh Kemudahan Dalam Membayar Zakat Secara *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online* 24
2. Pengaruh Tingkat Kepercayaan Terhadap Preferensi Masyarakat Terhadap Membayar Zakat Secara *Online* 25
3. Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online* 26
4. Pengaruh Kerahasiaan Data Para Pengguna Layanan Zakat Secara *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online* 26
5. Pengaruh Keamanan Data Para Pengguna Layanan Zakat Secara *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online* 27

2.4 Kerangka Penelitian 28
BAB III METODE PENELITIAN 30
3.1 Populasi dan Sampel Penelitian 30
3.2 Jenis dan Sumber Data 32
3.3 Metode Pengumpulan Data 31
3.4 Variabel Penelitian 33
3.5 Teknik Analisis Data 40
3.6 Pengujian Hipotesis 44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN 49
4.1 Gambaran Umum Responden 49
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 49
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 50
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 50
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 51
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan 52
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Tidaknya Berzakat *Online* 53

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Platform 53
4.2 Analisis Data Statistik 55
4.2.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian 55
4.2.2 Uji Asumsi Klasik 62
4.2.3 Analisis Data 64
1. Analisis Data Deskriptif 64
2. Analisis Regresi Berganda 75
3. Uji Hipotesis Parsial (Uji t-test) 78
4. Uji Hipotesis Simultan (Uji f-test) 83
5. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2) 83
4.3 Pembahasan 87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 91
1.1 Kesimpulan 91
1.2 Saran 92
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 21
Tabel 3.1 Variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara Online..... 34
Tabel 3.2 Skala Likert 1 sampai dengan 6 35
Tabel 3.3 Variabel Kemudahan Membayar Zakat Secara Online..... 36
Tabel 3.4 Variabel Tingkat Kepercayaan 37
Tabel 3.5 Variabel Transparansi Lembaga Zakat 38
Tabel 3.6 Variabel Kerahasiaan Data Pengguna..... 39
Tabel 3.7 Variabel Keamanan Data Pengguna 40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Domisili..... 52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan 52
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Tidaknya Berzakat Online 53
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform..... 54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X1)..... 56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kepercayaan (X2)..... 57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Transparansi Lembaga (X3)..... 58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kerahasiaan Data (X4)..... 58
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan Data (X5)..... 59
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi masyarakat (Y)..... 60
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen..... 61
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas Data 63
Tabel 4.16 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Kemudahan..... 65
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan..... 63
Tabel 4.18 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Tingkat Kepercayaan. 67
Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Kepercayaan..... 67

Tabel4.20 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Transparansi Lembaga Zakat 69
Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Variabel Transparansi Lembaga Zakat..... 69
Tabel 4.22 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Kerahasiaan Data Pengguna 71
Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Variabel Kerahasiaan Data Pengguna 71
Tabel 4.24 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Keamanan Data 73
Tabel 4.25 Distribusi Frekuensi Variabel Keamanan Data..... 73
Tabel 4.26 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara Online 75
Tabel 4.27 Distribusi Frekuensi Variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara Online 75
Tabel 4.28 Hasil Olah Data Regresi X1 X2 X3 X4 dan X5 Terhadap Y 76
Tabel 4.29 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) 84
Tabel 4.30 Koefisien Korelasi X1 X2 X3 X4 dan X5 Terhadap Y 85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 *Technology Acceptance Model* (TAM) 10
Gambar 2.2 BAZNAS Platform 18
Gambar 2.3 Contoh Membayar Zakat Melalui Tokopedia 19
Gambar 2.4 Zakat Virtual Assistant 20
Gambar 2. 5 Kerangka Penelitian 29
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot Model Regresi 64

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI MASYARAKAT DALAM MEMBAYAR ZAKAT SECARA *ONLINE*

ABSTRAK

Zakat merupakan salah satu Rukun Islam dalam ajaran Agama Islam. Banyaknya lembaga yang membuka layanan membayar zakat secara *online* diharapkan mendorong minat masyarakat dalam membayar zakat atau menyisihkan pendapatannya untuk berzakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Muslim yang berada di sekitar Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* yang termasuk dalam *nonprobability sampling.* Pengumpulan data primer menggunakan metode kuesioner disebarkan melalui *platform* media sosial seperti *WhatsApp, Line, Instagram* dan *Twitter*. Kuesioner berbentuk *google form* harus diisi sendiri oleh responden. Data dianalisis menggunakan analisis analisis regresi berganda.

Kata Kunci: Preferensi, Masyarakat, Zakat, *Online*

ABSTRACT

Zakat is one of the Pillars of Islam in the teachings of Islam. It is hoped that many institutions that open zakat paying services online will encourage public interest in paying zakat or setting aside their income for zakat. This study aims to determine the factors that influence people's preferences in paying zakat online. The population of this study is the Muslim community around the Special Region of Yogyakarta. The research sampling technique uses a purposive sampling technique which is included in nonprobability sampling. Primary data collection uses a questionnaire method distributed through social media platforms such as WhatsApp, Line, Instagram and Twitter. The questionnaire in the form of a google form must be filled in by the respondent himself. Data were analyzed using multiple regression analysis.

Keywords: *Preference, Community, Zakat, Online*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi berkembang semakin pesat seiring berjalannya waktu. Karena perkembangan teknologi tersebut, segala sesuatu yang tadinya harus dilakukan dengan proses yang panjang atau bahkan sampai memakan waktu yang lama dapat dilakukan dengan cepat dan praktis secara *online* melalui internet. Penggunaan internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun, Asosiasi Penggunaan Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat sebanyak 77% atau sekitar 210 juta penduduk di Indonesia telah menggunakan internet (APJII, 2022). Hal ini harus dimanfaatkan dengan sebaik mungkin dalam segala aspek termasuk dalam membayar zakat.

Zakat termasuk rukun Islam ke-4 dalam ajaran Islam di mana setiap muslim yang telah mencapai syarat yang ditetapkan diwajibkan untuk mengeluarkan sebagian hartanya untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya. Zakat berasal dari kata "*zaka*" yang memiliki arti suci, berkah, baik, tumbuh dan berkembang. Tumbuh dalam arti zakat memiliki makna bahwa dengan menunaikan zakat dapat menyebabkan adanya pertumbuhan harta dan pahala. Sementara suci dalam arti zakat memiliki makna bahwa dengan bezakat dapat mensucikan jiwa dari segala hal tercela dan dosa – dosa. Seperti yang disebutkan dalam Al-Quran surat at-Taubah ayat 103 yang memiliki arti, "Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan diri dan menyucikan mereka" (BAZNAS, 2019).

Indonesia memiliki penduduk yang mayoritas beragama Islam, berdasarkan data dari Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), per 31 Desember 2021 jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 237,53 juta atau setara dengan 86,9% dari jumlah penduduk di Indonesia (Bayu, 2019). Namun sebagai negara berkambang, Indonesia tidak lepas dari berbagai permasalahan di bidang ekonomi. Permasalahan di bidang ekonomi yang dapat menghambat terwujudnya kesejahteraan masyarakat Indonesia yang masih belum teratasi hingga saat ini yaitu kemiskinan. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah penduduk miskin pada bulan Maret 2022 sebanyak 26,16 juta orang dengan garis kemiskinan Rp505.469,00/kapita/bulan yang memiliki komposisi garis kemiskinan makanan sebesar Rp374.455,00 (74,08%) dan garis kemiskinan bukan makanan sebesar Rp131.014,00 (25,92%) (BPS, 2022).

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) membuka *platform* digital untuk membayar zakat secara *online* guna memudahkan dan meningkatkan kenyamanan membayar zakat dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi kemiskinan di Indonesia. Selain *platform* milik BAZNAS, ada banyak lembaga lain yang memberikan layanan zakat secara *online*, yaitu Dompet Dhuafa, Rumah Zakat, Daarul Qur'an, Buka Lapak, Dana, Tokopedia, Shopee, Kita Bisa, dan Matahari Mall. Banyaknya lembaga yang membuka layanan membayar zakat secara *online* ini diharapkan mendorong minat masyarakat dalam membayar zakat atau menyisihkan pendapatannya untuk berzakat (Irhamsyah, 2019).

M.Arifin Purwakanata selaku direktur utama BAZNAS mengatakan bahwa potensi zakat *online* disetiap tahunnya mengalami peningkatan tajam. Pada tahun 2019 potensi zakat *online* mencapai 14% sementara tahun 2020 terjadi peningkatan mencapai 20% dan pada akhir tahun 2020 diperkirakan akan meningkat lagi hingga 25% sampai 30% (BAZNAS, 2020). Literasi pembayaran zakat secara *online* harus lebih difokuskan supaya penerapan pembayaran zakat secara *online* dapat dilakukan lebih maksimal lagi. Tentunya terdapat berbagai faktor yang dapat menjadi pengaruh bagi preferensi masyarakat dalam memutuskan untuk membayar zakat secara *online*. Preferensi dapat digambarkan sebagai ketertarikan konsumen dalam memilih berbagai pilihan produk atau jasa yang ada (Kotler, 2000). Oleh karena itu penulis telah mengambil beberara faktor yang akan diuji pengaruhnya bagi preferensi masyarakat dalam memutuskan untuk membayarkan zakatnya melalui *platform online*, seperti faktor kemudahan, faktor kepercayaan, faktor transparansi, faktor kerahasiaan, dan faktor keamanan.

Saat ini terdapat dua metode dalam pembayaran zakat, yaitu pembayaran zakat secara tradisional atau membayar zakat langsung memberikannya pada amil dan pembayaran zakat secara *online* atau membayar zakat melalui layanan internet yang disediakan oleh lembaga zakat (Irhamsyah, 2019). BAZNAS, Dompet Dhuafa, Rumah Zakat, Daarul Quran dan layanan zakat *online* lainnya menyediakan *web site* khusus untuk membayar zakat yang sangat mudah, hanya tinggal membuka laman tersebut, menentukan nominal, mengisi data diri kemudian memilih lanjut ke pembayaran. Setelah itu akan diberi berbagai macam

metode pembayaran seperti melalui transfer bank, *virtual account*, atau *e-wallet* (Qothrunnada, 2022). Masyarakat yang hendak membayarkan zakatnya akan merasa membayar zakat melalui *platform online* lebih efisien karena tidak perlu mengkhawatirkan jarak maupun waktu (Dewi, 2022).

Banyaknya *platform* yang menyediakan layanan membayar zakat secara *online* membuat masyarakat dengan mudah beralih pada merek-merek tertentu. Kepercayaan masyarakat pada merek-merek tertentu dapat mempengaruhi preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*. Dalam penelitiannya (Wiharjo & Hendratmi, 2019) menyatakan bahwa tingkat kepercayaan membawa pengaruh pasti pada penggunaan layanan membayar zakat secara *online*. Hasil penelitian menyatakan, semakin terpercayanya *platform* membayar zakat secara *online*, maka semakin tinggi penggunaan layanan tersebut (Wiharjo et al, 2019). Jika tidak dapat memberikan kepercayaan atau kepercayaan tersebut tidak dapat dipertanggung jawabkan pada *platform* membayar zakat secara *online* maka pengguna layanan ini tidak segan untuk beralih pada merek lain.

Saat seseorang membayar zakat, mereka sangat mempertimbangkan apakah harta yang telah mereka zakatkan dikelola dengan baik dan disalurkan kepada orang yang berhak menerima zakat sebagaimana mestinya. Tentunya BAZNAS dan *platform* lainnya yang menyediakan layanan membayar zakat secara *online* telah memiliki izin dalam menjalankan kegiatannya. Terdapat beberapa *platform* yang merilis data hasil perolehan dan penyaluran zakat secara transparan, selain

itu mereka juga menyajikan laporan keuangan melalui *website* resmiya sebagai bentuk pertanggung jawabannya (Rostiana, 2021).

Kerahasiaan data pengguna atau pembayar zakat dan penerima zakat merupakan hal yang sangat penting. Kerahasiaan merupakan adanya keterbatasan dalam mengungkapkan informasi pribadi tertentu (Nasution, 2021). Terkadang orang tidak mau diketahui identitasnya saat membayarkan zakatnya sehingga bersifat anonim dan kerahasiaan penerima zakat dapat mempengaruhi keikhlasan masyarakat dalam membayarkan zakatnya. Selain itu, faktor keamanan juga sama pentingnya dengan faktor kerahasiaan. Semakin tinggi tingkat keamanan data para pengguna *platform* layanan membayar zakat secara *online*, maka akan semakin tinggi juga *platform* layanan zakat *online* tersebut digunakan (Dewi, 2022).

Berdasarkan sumber di atas, maka peneliti ingin memakai objek penelitian yaitu masyarakat muslim yang berada di sekitar Daerah Istimewa Yogyakarta untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*. Dasar pemilihan wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai objek wilayah sasaran pengujian dikarenakan wilayah ini memiliki jumlah populasi penduduk serta skala aktivitas ekonomi yang relatif besar. Masyarakat di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki juga fasilitas dan pengetahuan yang cukup mengenai internet. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat dalam Membayar Zakat *Secara Online*."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka terdapat lima rumusan masalah. Kelima rumusan masalah tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan dalam membayar zakat secara *online* berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*?
2. Apakah tingkat kepercayaan berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*?
3. Apakah transparansi lembaga zakat berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*?
4. Apakah kerahasiaan dalam membayar zakat secara *online* berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*?
5. Apakah keamanan dalam membayar zakat secara *online* berpengaruh pada preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kemudahan dalam membayar zakat secara *online* terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online.*
2. Pengaruh tingkat kepercayaan terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*.
3. Pengaruh transparansi lembaga zakat terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*.

4. Pengaruh kerahasiaan data para pengguna layanan membayar zakat secara *online* terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*
5. Pengaruh keamanan data para pengguna layanan membayar zakat secara *online* terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online.*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Peneliti mampu menambah wawasan dan melatih berpikir kritis atas fenomena akuntansi yang ada di lingkungan sekitar yang berkaitan dengan preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*.

2. Bagi Universitas

   Hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* ini diharapkan mampu menjadi referensi atau pembelajaran untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Akademis dan Peneliti Selanjutnya

   Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi akadmisi dan peneliti selanjutnya untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* dan diharapkan mampu memberikan manfaat, kontribusi, maupun sebagai acuan dalam menciptakan dan mengembangkan inovasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun menjadi lima bab. Masing-masing bab tersebut akan dijelaskan adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi penyajian latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Berisi landasan teori mengenai pengertian *Technology Acceptance Model*, zakat, dasar hukum zakat, preferensi, penelitian terdahulu, hipotesis penelitian serta kerangka penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Memaparkan metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimana berisi populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, variable penelitian, uji instrument penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penguraian hasil analisis dari data yang berkaitan dengan penelitian yang sudah dilakukan mengunakan alat analisis data untuk memastikan signifikan atau tidaknya dengan hipotesis penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Memaparkan mengenai kesimpulan yang merupakan hasil dalam penelitian serta saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

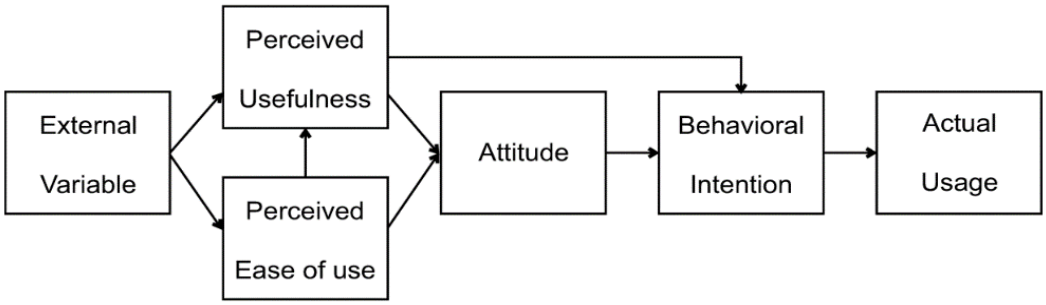
2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceeptance Model (TAM) menurut (Venkatesh & Davis, 2000) merupakan metode yang digunakan dalam penelitian guna mengkaji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi diterimanya suatu teknologi yang ditunjukkan pada pengguna terhadap teknologi yang mereka gunakan yang nantinya akan diketahui apakah teknologi ini memberi manfaat atau tidak bagi penggunanya. *Technology Acceeptance Model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1989 ialah adaptasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikemukakan oleh Fishben dan Ajzen pada tahun 1980. TRA dirancang khusus untuk model penerimaan pengguna sistem informasi yang dapat menggambarkan hubungan antara perilaku, sikap, niat, norma, dan keyakinan (Davis et al., 1989).

TAM mengemukakan dua persepsi yang diyakini yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang memiliki relevansi utama terhadap perilaku penerimaan komputer. *Percieved usefulness* (U) didefinisikan sebagai penilaian pribadi calon pengguna bahwa menggunakan sistem aplikasi akan meningkatkan kinerja pekerjaan dan yakin dengan adanya manfaat yang bisa dirasakan. *Percieved ease of use* (EOU) mengacu pada sejauh mana calon pengguna mempercayai bahwa menggunakan suatu teknologi yang dapat meringankan aktifitas tidak memerlukan usaha yang keras (Davis et al., 1989). Kedua persepsi tersebut dapat mempengaruhi *attitude toward using* dan

mempengaruhi *actual usage*. Tujuan utama dari TAM sendiri yaitu memberi gambaran pada faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan pengguna.



Gambar 2.1 *Technology Acceptance Model* (TAM)

2.1.2 Zakat

2.1.2.1 Definisi Zakat

Zakat telah disebutkan dalam Al-Quran ialah salah satu rukun Islam yang diwajibkan bagi seluruh umat muslim yang mampu. Menurut Sayyid Sabiq (2006) zakat merupakan sebutan dari sesuatu hak Allah yang dikeluarkan seseorang kepada fakir miskin dan diberi nama zakat dikarenakan terkandung harapan untuk mendapat berkah yang membersihkan jiwa dan mengembangkannya dengan berbagai kebaikan. Selain dapat membersihkan jiwa, membayar zakat juga dapat memberi keberkahan pada keluarganya, hartanya, dan membersihkan dari hal-hal haram. Perintah untuk berzakat dituliskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 43 sebagai berikut:

وَاَقِيْمُوا الصَّلٰوةَ وَاٰتُوا الزَّكٰوةَ وَارْكَعُوْا مَعَ الرّٰكِعِيْنَ

Artinya: "*Dan laksanakanlah salat, tunaikanlah zakat, dan rukuklah beserta orang yang rukuk.*"

Jika seseorang telah membayarkan zakatnya, maka orang tersebut akan mendapatkan pahala sebagaimana yang dijanjikan-Nya karena telah melaksanakan kewajibannya. Dalam pelaksanaannya, zakat memiliki kontribusi dalam mengatasi masalah yang ada di Indonesia seperti kesenjangan sosial dan kemiskinan, sehingga diharapkan supaya zakat dapat meningkatkan konsumsi dan pendapatan masyarakat (Kalimah, 2020). Bahkan pemerintah telah membuat undang-undang mengenai zakat yaitu Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat dan membentuk lembaga independen seperti Badan Zakat Nasional dan perkembangan lembaga-lembaga zakat lainnya kemudian diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 14 Tahun 2014 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tadi (KEMENAG, 2021).

2.1.2.2 Jenis dan Penerima Zakat

Sebagai rukun Islam ke-4, tentunya terdapat berbagai jenis zakat yang telah diketahui masyarakat, namun setelah dipertinjau, terdapat 2 jenis zakat yang wajib dibayarkan oleh umat Muslim, yaitu:

1. Zakat Fitrah

   Zakat fitrah merupakan jenis zakat yang wajib dibayarkan oleh umat Muslim yang hanya bisa dilakukaan pada saat bulan Ramadhan hingga menjelang Idul Fitri. Zakat Fitrah dapat dibayarkan dengan 3,5 liter makanan pokok per orang seperti biji-bijian, gandum, hingga kurma kering, akan tetapi di Indonesia biasanya seorang muslim akan membayarkan zakat fitrahnya dengan beras. Namun menurut Shaikh Yusuf Qaradwi, zakat fitrah dapat dibayarkan menggunakan uang yang setara dengan 1 sha' gandum, beras, dan juga kurma.

2. Zakat Mal (Harta)

Zakat mal merupakan zakat penghasilan yang wajib dibayarkan oleh setiap muslim sesuai nisab dan haulnya. Tidak ada batasan waktu untuk membayarkan zakat mal sehingga dapat dibayarkan kapan saja ketika syarat zakat sudah terpenuhi, tidak seperti zakat fitrah yang hanya bisa dibayarkan ketika bulan Ramadhan saja. Untuk syarat membayar zakat mal harus berasal dari harta yang halal yang memadai batas minimum dan barang tersebut telah mencapai satu tahun lamanya. Didalam Surat Al-Baqarah ayat 267 telah dijelaskan sebagai berikut:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْاَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّآ اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya: "*Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji*"

Terdapat beberapa kategori harta yang perlu dibayarkan pada zakat mal, yaitu:

1. Zakat emas, perak dan logam mulia lainnya

   Zakat emas, perak maupun logam mulia lainnya merupakan zakat yang telah mencapai nisab dan haul. Kewajiban untuk berzakat dengan emas,

perak maupun logam mulia didasari oleh beberapa hadits, salah satunya hadits riwayat Abu Dawud sebagai berikut:

"Jika engkau memiliki *perak 200 dirham telah mencapai haul (satu tahun) maka darinya wajib zakat 5 dirham. Dan untuk emas, anda tidak wajib menzakatinya kecuali telah mencapai 20 dinar, maka darinya wajib zakat setengah dinar, lalu dalam setiap kelebihannya wajib dizakati sesuai prosentasenya."* (HR. Abu Dawud)

Adapun syarat emas dan perak yang wajib dizakatkan yaitu milik sendiri secara sah dan sempurna atau bukan memijam milik orang lain, sampai haulnya atau telah disimpan selama satu tahun berjalan, dan sampai nisabnya yang artinya telah mencapai kategori sebagai harta yang wajib dizakatkan. Untuk nisab zakat berupa emas sebesar 85 gram dan perak sebesar 595 gram.

2. Zakat penghasilan

   Zakat penghasilan yang sering juga dikenal sebagai zakat profesi atau zakat pendapatan merupakan harta yang wajib dikeluarkan yang berasal dari penghasilan rutin atau pendapatan dari pekerjaan yang sesuai dengan syariah. Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) menjelaskan bahwa penghasilan yang dimaksud merupakan penghasilan seperti gaji, upah, jasa, honorarium, dan lainnya yang diperoleh secara halal.

3. Zakat peternakan

   Zakat peternakan merupakan hasil dari peternakan seperti sapi, unta, kambing, domba, unggas, dan lainnya. Zakat peternakan juga memiliki

syarat yaitu telah mencapai nishabnya dimana nishab atau kadarnya berbeda-beda dan sifatnya bertingkat, telah melampaui satu tahun, tenaga dari hewan tersebut tidak dipergunakan untuk produksi, dan digembalakan.

4. Zakat pertanian

   Zakat pertanian merupakan 5% atau 10% takaran yang dikeluarkan dari seluruh hasil taninya. Zakat peetanian meliputi sayur, nuah, biji-bijian seperti kacan, dan lainnya.

5. Zakat rikaz

   Zakat rikaz ialah zakat yang berupa harta yang berasal dari barang temuan. Contohnya saat menjumpai harta karun yang tidak diketahui pemiliknya, harta tersebut dapat dijadikan zakat rikaz. Zakat ini dikeluarkan sebesar sekitar 20%.

6. Zakat harta lainnya.

   Zakat harta lainnya biasanya meliputi hasil pertambangan dan tangkapan laut, hasil saham dan obligasi, hasil penyewaan aset, hasil jasa profesi dan lainnya.

Orang-orang yang berhak menerima zakat telah ditentukan sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Quran Surat At-Taubah ayat 60 sebagai berikut:

وَفِى الرِّقَابِ وَالْغٰرِمِيْنَ وَفِيْ سَبِيْلِ اللّٰهِ اِنَّمَا الصَّدَقٰتُ لِلْفُقَرَآءِ وَالْمَسٰكِيْنِ وَالْعٰمِلِيْنَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوْبُهُمْ وَابْنِ السَّبِيْلِۗ فَرِيْضَةً مِّنَ اللّٰهِۗ وَاللّٰهُ عَلِيْمٌ حَكِيْمٌ

Artinya: "*Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (mualaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui, Maha Bijaksana*."

Dalam potongan surat diatas telah dijelaskan bahwa orang yang berhak menerima zakat yaitu:

1. Fakir

   Fakir merupakan orang yang tidak memiliki harta maupun usaha yang bisa menjamin 50% kebutuhan sehari-hari dalam hidupnya.

2. Miskin

   Miskin ialah orang memiiki harta dan usaha yang menghasilkan lebih dari 50% untuk kebutuhan sehari-hari dalam hidupnya tetapi tidak mencukupi.

3. Hamba sahaya

   Hamba sahaya merupakan orang yang belum merdeka atau memiliki perjanjian akan dimerdekakan oleh tuannya dengan menebus dirinya.

4. Amil

   Amil merupakan orang yang dipercaya untuk mengumpulkan dan membagikan zakat pada yang berhak menerima yang sesuai dengan hukum Islam atau biasanya disebut dengan panitia zakat.

5. Musafir

   Musafir merupakan orang yang sedang melakukan perjalanan jauh dengan maksud baik seperti menyiarkan agama, menuntut ilmu, dan sebagainya.

6. Sabilillah

Sabilillah merupakan orang yang berjuang menegakkan agama Allah dengan suka rela.

7. Gharimin

   Gharimin merupakan orang yang berhutang demi suatu kepentingan yang bukan maksiat dan tidak sanggup melunasinya.

2.1.2.3 Dasar Hukum Zakat

Dasar hukum zakat telah ditetapkan oleh Allah Swt. melalui Al-Qur,an dan As-Sunnah sebagai landasan yang kuat, maka dari itu *fardhu 'ain* hukumnya bagi setiap muslim untuk melaksanakan persyaratan yang telah ditetapkan oleh Allah Swt. Terdapat firman Allah Swt. Mengenai anjuran berzakat yaitu dalam surat At-Taubah ayat 71 sebagai berikut:

وَيُقِيْمُوْنَ الصَّلٰوةَ وَالْمُؤْمِنُوْنَ وَالْمُؤْمِنٰتُ بَعْضُهُمْ اَوْلِيَآءُ بَعْضٍۘ يَأْمُرُوْنَ بِالْمَعْرُوْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

زَّكٰوةَ وَيُطِيْعُوْنَ اللّٰهَ وَرَسُوْلَهٗۗ اُولٰۤىِٕكَ سَيَرْحَمُهُمُ اللّٰهُۗ اِنَّ اللّٰهَ عَزِيْزٌ حَكِيْمٌوَيُؤْتُوْنَ الـ

Artinya: "*Dan orang-orang yang beriman, laki-laki dan perempuan, sebagian mereka menjadi penolong bagi sebagian yang lain. Mereka menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar, melaksanakan salat, menunaikan zakat, dan taat kepada Allah dan Rasul-Nya. Mereka akan diberi rahmat oleh Allah. Sungguh, Allah Maha Perkasa, Maha Bijaksana*."

Kemudian firman Allah Swt. yang terdapat dalam surat Adz-Dzariyaat ayat 19 sebagai berikut:

وَفِيْٓ اَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّاۤىِٕلِ وَالْمَحْرُوْمِ

Artinya: "*Dan pada harta benda mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta*."

Dan firman Allah Swt. yang lain yang terdapat pada surat Al-Bayyinah ayat 5 sebagai berikut:

زَّكٰوةَ وَذٰلِكَ دِيْنُ الْقَيِّمَةِۗوَمَآ اُمِرُوْٓا اِلَّا لِيَعْبُدُوا اللّٰهَ مُخْلِصِيْنَ لَهُ الدِّيْنَ ەۙ حُنَفَاۤءَ وَيُقِيْمُوا الصَّلٰوةَ وَيُؤْتُوا الـ

Artinya: "*Padahal mereka hanya diperintah menyembah Allah dengan ikhlas menaati-Nya semata-mata karena (menjalankan) agama, dan juga agar melaksanakan salat dan menunaikan zakat; dan yang demikian itulah agama yang lurus (benar).*"

Di samping ayat Al-Quran juga terdapat hadits yang menjelaskan mengenai anjuran berzakat salah satunya hadits riwayat Bukhori sebagai berikut:

"*Ibnu Abbas r.a berkata,* aku *diberi tau oleh Abu Sofyan r.a lalu menyebutkan hadits nabi ia mengatakan, nabi menyutuh supaya kita mendirikan sholat, menunaikan zakat, silaturahmi (hubungan keluarga dan afaf, menahan diri dari perbuatan buruk.*" (HR. Bukhori).

2.1.2.4 Zakat *Online*

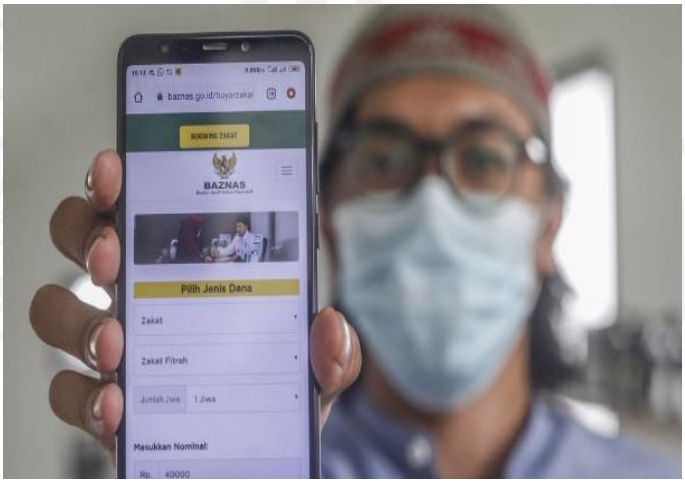
Zakat *online* semakin berkembang belakangan ini terlebih lagi sejak masa pandemi COVID-19 yang menyebabkan semua kegiatan dilaksanakan dari jarak jauh. Menurut M. Arifin Purwakananta berpendapat bahwa, "Potensi zakat *online* mengalami peningkatan yang pesat dari tahun ke tahun, dimana masyarakat dapat membayar zakat tidak hanya dengan tatap muka melainkan bisa dilakukan secara *online*." Prof. Dr. Bambang Sudibyo MBA. CA juga mengatakan bahwa, "BAZNAS mendorong lembaga amil zakat di Indonesia terkhusus untuk

mengembangkan pengelolaan zakat dengan basis teknologi dalam melayani masyarakat yang ingin membayarkan zakatnya," dalam Konferensi Zakat Internasional ke-4 (BAZNAS, 2020).

Banyak masyarakat yang masih pro dan kontra mengenai adanya zakat *online* ini. Namun terdapat juga banyak pendapat dari ustadz dan ulama yang mengatakan bahwa membayar zakat secara tidak langsung hukumnya boleh karena hal tersebut memudahkan seseorang dalam membayarkan zakatnya selama tidak melanggar ajaran Islam. Terkait hal ini, terdapat berbagai *platform* zakat *online* yang dapat diakses masyarakat sebagai berikut:

1. BAZNAS *Platform*

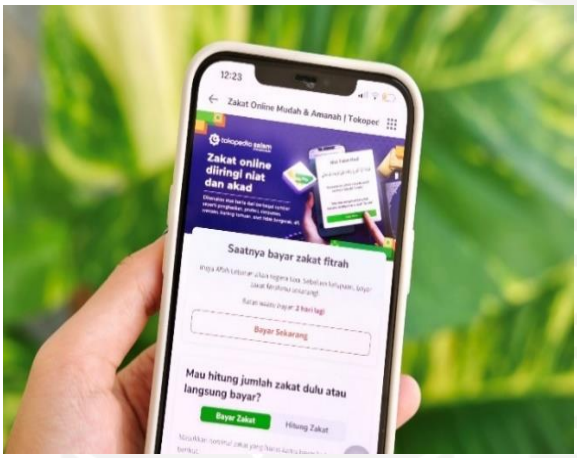
   Platform membayar zakat secara *online* yang langsung disediakan oleh Badan Amil Zakat Nasional. *Platform* tersebut dapat diakses siapa saja melalui https://baznas.go.id/bayarzakat



Gambar 2.2 BAZNAS *Platform*

2. *Commercial Platform*

Platform pembayaran zakat secara *online* yang sudah bekerja sama dengan *e-commerce* seperti Tokopedia, Shopee, Blibli, Lazada, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.3 Contoh Membayar Zakat Melalui Tokopedia

3. *Innovative Platform*

Badan Amil Zakat Nasional menyediakan layanan yang sifatnya memakai QR Code.

4. *Social Media Platform*

Terdapat pemasangan iklan dan kampanye tentang ajakan pembayaran zakat secara *online* di *social media* seperti di Twitter, Instagram, Facebook, dan lainnya.

5. *Artificial Intelligence Platform*

Adanya kampanye yang dibuat oleh Badan Amil Zakat Nasional dengan memanfaatkan fitur Chatbot pada aplikasi Line yang diberi nama Zakat Virtual Assistan (ZVA). Chatbot tersebut dapat ditemukan dengan

nama akun BAZNAS Indonesia yang bisa dicari melalui *search bar* yang berada di aplikasi Line.



Gambar 2.4 Zakat Virtual Assistant

2.1.3 Preferensi

Preferensi dapat didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidaknya seseorang terhadap barang atau jasa yang akan digunakan. Menurut Kotler (2000) preferensi adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih diminati oleh konsumen. Sedangkan menurut Frank (2011) ialah merupakan proses merengking sesuatu yang dapat dikonsumsi yang bertujuan untuk memperoleh preferensi atas suatu jasa maupun produk. Dapat disimpulkan bahwa preferensi merupakan suatu keputusan atas pilihan dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal yang nantinya dapat memunculkan sikap penerimaan atau penolakan tergantung tingkat pemahaman setiap individu terhadap stimulasi.

Preferensi pelanggan meliputi empat komponen, diantaranya masukan (stimuli), susunan hipotesis (persepsi melalui proses belajar), hasil tanggapan atau keputusan dan karakteristik-karakteristik eksogen (Howard, 1998). Karakteristik

mendasar yang paling mempengaruhi preferensi pelanggan guba pengambilan keputusan secara eksplisit ditentukan oleh lima karakteristik yakni sosial, budaya, pribadi, ekonomi, dan psikologis. Karakteristik budaya pada dasarnya ditentukan oleh nilai dasar, prinsip, sikap, dan norma-norma yang patut dikuasai dalam mempresentasikan budaya perilaku yang telah tertanam.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian berikut ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan dan mengkaji penelitian dengan harapan dapat memperkaya teori yang digunakan oleh penulis.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel Penelitian	Populasi	Alat Uji	Kesimpulan
1.	Sekar Alfin Rostiana (2021)	Variabel Dependen: Keputusan Muslim Milenial Membayar Zakat Secara *Online* Variabel Independen: Tingkat Pendapatan Religiusitas *Brand Awareness* Tingkat Kepercayaan Transparansi Akuntabilitas	Muslim Milenial di Wilayah Jabodetabek	Analisis Regresi	1. Keputusan muslim milenial dalam membayar zakat melalui platform fintech berasal dari dampak positif tingkat pendapatan. 2.Religiuitas muslim milenial tidak mempengaruhi keputusan dalam membayar zakat melalui platform *fintech*. 3. Muslim milenial membayar zakat melalui *platform fintech* tanpa mempertimbangkan *brand awareness*. 4. Muslim mileniaal akan membayar zakat secara *online*

No	Peneliti	Variabel Penelitian	Populasi	Alat Uji	Kesimpulan
					melalui setelah memeriksa transparansi *platform.* 5. Muslim milenial membayarkan zakatnya melalui *platform fintech* dengan melihat akuntabilitas platform.
2.	Mytha Chandra Dewi (2022)	Variabel Dependen: Keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* Variabel Independen: Presepsi kegunaan Presepsi kemudahan Keamanan dan privasi Tingkat kepercayaan	Muzaki yang beragama Islam dan berada di DIY	Analisis Regresi	1. Muzakki mempertimbankan persepsi kegunaan sebelum membayar zakatnya melalui *platform fintech.* 2. Keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan. 3. Muzakki membayar zakat melalui *platform fintech* karena keamanan dan privasi yang terjaga oleh *platform*. 4. Terpercayanya suatu lembaga zakat dengan *platform fintech* mempengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat.
3.	Affan Irhamsyah (2019)	Variabel Dependen: Keputusan penggunaan	Dosen dan Tenaga Kependidikan Fakultas	Analisis Regresi	1. Pada penelitian ini belum membuktikan bahwasannya

No	Peneliti	Variabel Penelitian	Populasi	Alat Uji	Kesimpulan
		metode bagi muzaki dalam membayar zakat di era digital Variabel Independen: Pengetahuan teknologi Pengetahuan zakat Gaya hidup Kepuasan	Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya		pengetahuan memiliki pengaruh terhadap keputusan preferensi metode pembayaran zakat bagi muzaki di era digtal. 2. Faktor pengetahuan zakat belum memberikan pengaruh terhadap keputusan preferensi dalam membayar zakat secara digital. 3. Faktor gaya hidup merupakan salah satu factor bagian dari aspek pribadi pada teori preferensi yang sangat menentukan dalam mempengaruhi perilaku individu dalam mengambil keputusan preferensi. 4. Faktor kepuasan dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif terhadap keputusan preferensi metode pembayaran zakat bagi muzaki di era digital.
4.	Pohan et al, (2018)	Variabel Dependen: Kepuasan muzaki dalam	Muzaki Provinsi Aceh	Analisis Regrsi	1. Transparansi pengelolaan zakat, profesionalitas amil zakat, dan

No	Peneliti	Variabel Penelitian	Populasi	Alat Uji	Kesimpulan
		membayar zakat Variabel Independen: Transparansi pengelolaan zakat Profesionalitas amil zakat Komunikasi amil zakat			komunikasi amil zakat secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan muzaki membayar zakat. 2. Transparansi pengelolaan berpengaruh terhadap kepuasan muzaki membayar zakat. 3. Profesionalitas amil zakat berpengaruh terhadap kepuasan muzaki membayar zakat. 4. Komunikasi amil zakat berpengaruh terhadap kepuasan muzaki membayar zakat.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Kemudahan Dalam Membayar Zakat Secara *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online*

Kemudahan pengguna kerap didefinisikan dengan keteraksesan suatu layanan seperti mudah dioperasikan, nyaman digunakan, dan tidak kesulitan dalam penggunaannya menurut penelitian dari Rostiana (2021). Tujuan dari zakat *online* yaitu guna memberi kemudahan bagi masyarakat yang ingin membayarkan zakatnya. Maka dari itu, Badan Amil Zakat Nasional membuka layanan digital untuk memudahkan masyarakat dalam membayar zakat. Wiharjo & Hendratmi, 2019 mengemukakan bahwa

responden dalam penelitiannya setuju bahwa pembayaran zakat secara *online* dapat dilakukan secara mudah, praktis, dimana saja dan kapanpun. Untuk peningkatan pelayanan, kemudahan dalam penggunaan zakat *online* merupakan suatu hal yang penting. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 = Kemudahan dalam membayar zakat secara *online* berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*.

2.3.2 Pengaruh Tingkat Kepercayaan Terhadap Preferensi Masyarakat Terhadap Membayar Zakat Secara *Online*

Keyakinan seseorang pada suatu jasa atau pihak lain dalam mencukupi kebutuhannya dapat memunculkan rasa percaya. Kepercayaan juga ditafsirkan sebagai yakin dan percaya akan kemampuan dalam diri sendiri atau kemampuan dalam diri orang lain. Kepercayaan adala pilar bagi perusahaan supaya konsumen berminat untuk mempergunakan produknya dan menjadikan produk tersebut sebagai solusi dalam memenuhi kebutuhannya dengan menerima semua resiko yang akan datang (Jayantari et al., 2018).

Faktor kepercayaan sangat diperlukan dalam mengabil keputusan untuk membayarkan zakat melalui *platform online*, karena dengan tidak adanya kepercayaan maka transaksi tidak akan terjadi dan masyarakat tidak akan sadar pada keputusannya untuk memilih membayarkan zakatnya secara *online*. Penelitian Dewi (2022) menyebutkan bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh baik atas keputusan muzaki dalam

membayarkan zakatnya secara *online* melalui *platform fintech*. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 = Tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*.

2.3.3 Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online*

Transparansi dalam agama Islam dapat diibaratkan sebagai prinsip *tabligh* yang bisa menjadi faktor eksternal yang bisa mempengaruhi perilaku seseorang. Transparansi dalam laporan keuangan kepada masyarakat merupakan bentuk pertanggungjawaban badan amil zakat terhadap masyarakat yang membayarkan zakatnya. Informasi yang disajikan oleh badan amil zakat dengan lengkap, mudah diakses, dan transparan dapat memberikan kepercayaan lebih pada masyarakat terhadap badan amil zakat tersebut (Azman & Bidin, 2015). Penelitian Pohan & Mutia (2018) mengemukakan bahwa transparansi memberikan pengaruh positif pada keputusan muzaki dalam membayar zakat. Dengan demikian, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 = Transparansi lembaga zakat berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*.

2.3.4 Pengaruh Kerahasiaan Data Para Pengguna Layanan Zakat Secara *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online*

Kerahasiaan merupakan kegiatan bertukarnya informasi antara suatu kelompok dengan kelompok lainnya dan menyembunyikan

informasi tersebut dari anggota kelompok lain yang bukan merupakan anggota dari kedua kelompok tersebut. Kerahasiaan perlu dilindungi guna mencegah terjadinya persaingan antara pengguna layanan zakat secara *online* yang satu dan pengguna lainnya dan sebagai pencegah dalam hal pengungkapan asal usul kekayaan yang diperoleh salah satu pengguna layanan zakat *online*. Data pengguna harus terjaga kerahasiaannya dengan menyimpan data tersebut menggunakan system sehingga tidak ada pihak lain yang bisa mengakses data secara bebas (Wibisono et al., 2014). Dalam penelitiannya, Wardani (2021) menyebutkan bahwa persepsi kerahasiaan berpengaruh positif terhadap niat membayar pajak menggunakan PajakPay. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4 = Kerahasiaan data para pengguna layanan zakat secara *online* berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*.

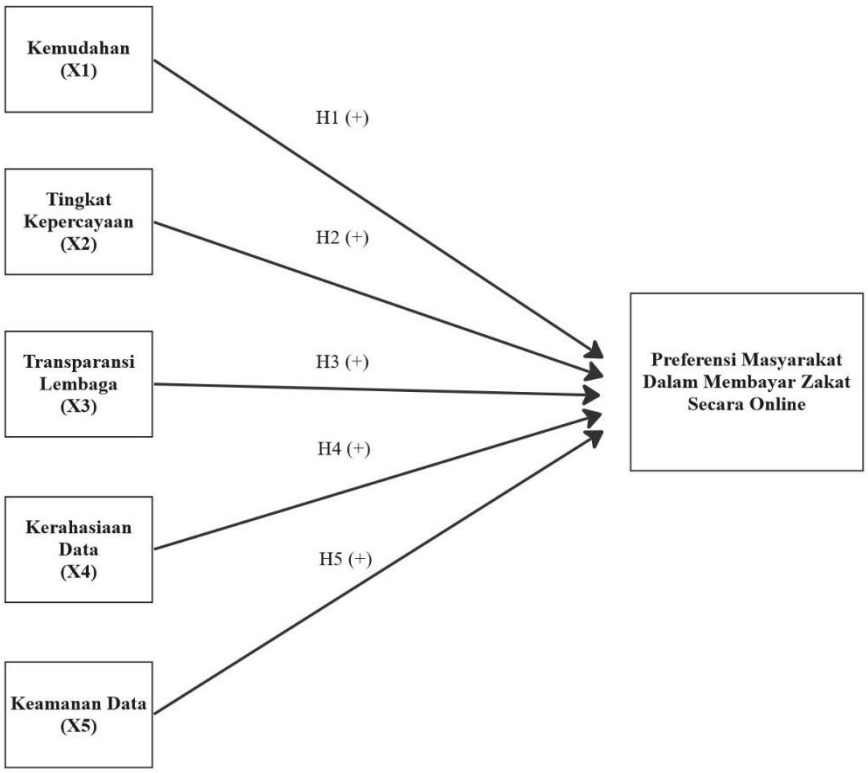
2.3.5 Pengaruh Keamanan Data Para Pengguna Layanan Zakat Secara *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online*

Pengguna layanan membayar zakat secara *online* akan mempertimbangkan keamanan sehingga pengguna tersebut tidak ragu untuk melakukan pembayaran zakat melalui layanan membayar zakat secara *online*. Menurut Desmayanti (2012), keamanan system informasi merupakan manajemen pengelola keamanan yang memiliki tujuan untuk mencegah, mengatasi, dan melindungi berbagai sistem informasi

dari resiko akan terjadinya tindakan yang tidak diinginkan seperti penggunaan tanpa izin, penyeludupan, dan sabotase pada informasi-informasi yang dimiliki. Kirana 2010 (dalam Wibisono & Toly, 2014) menyatakan jika data milik pengguna bisa disimpan dengan aman, maka semakin kecil peluang bagi pihak lain untuk menyalahgunakan data pengguna layanan. Dalam sistem zakat *online* diberbagai *platform commercial*, aspek keamanan akan terlihat karena disetiap akan diadakannya transaksi, pengguna layanan akan diminta untuk mengisikan pin atau kata sandi yang biasanya menggunakan angka-angka yang telah dibuat saat mendaftarkan diri pada layanan. Dengan demikian, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5 = Keamanan data pengguna layanan zakat secara *online* berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*.

2.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2. 5 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

3.1.1 Populasi

Populasi telah dijelaskan oleh Hadi (2006) merupakan sejumlah subjek maupun objek yang menjadi sasaran peneliti untuk diteliti. Populasi dalam penelitian ini merupakan masyarakat muslim yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta, yang terdiri dari masyarakat Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Gunung Kidul, dan Kulon Progo. Pemilihan populasi di Daerah Istimewa Yogyakarta dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan kontribusi masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta dalam aktivitas membayar zakat secara *online.*

3.1.2 Sampel

Sampel yakni bagian dari sekumpulan subjek maupun objek yang mewakili karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Siyoto & Sodik, 2015). Teknik yang telah dipilih dalam penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling* yang termasuk dalam *nonprobability sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik mengambil sampel dengan kriteria tertentu dan berbagai pertimbangan.

Terdapat sejumlah kriteria yang harus dipenuhi untuk dapat menjadi sampel dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Responden yang beragama Islam

2. Responden berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta
3. Responden memiliki koneksi internet
4. Responden memiliki media sosial

Pada penilitian ini akan digunakan metode Lemeshow (Riyanto & Hatmawan, 2020). Perhitungan jumlah sampel dengan jumlah populasi besar tidak diketahui secara pasti, maka jumlah sampel ditentukan berdasarkan rumus Lemeshow dengan formula sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \, P \, (1 - P)}{D^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = derajat kepercayaan (nilai α = 5% = 1,96)

P = maksimal estimasi (0,5)

D = alpha (*sampling error* 10% = 0,10)

Menggunakan metode Lemeshow dengan tingkat kesalahan 10% maka peneliti akan mendapat perhitungan untuk mengetahui ukuran sampel yang bisa digunakan dalam penelitian, yaitu:

$$n = \frac{1{,}96^2 \; x \; 0{,}5 \; x \; (1 - 0{,}5)}{0{,}10^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416 \; x \; 0{,}25}{0.10^2}$$

n = 96,04

n = 96 responden

Dengan demikian, maka penelitian ini membutuhkan responden minimal sebanyak 96 responden. Dalam penelitian ini ditetapkan jumlah

sampel sebanyak 150 responden dari masyarakat muslim yang berada di sekitar Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dari penelitian ini yaitu kuantitatif deskriptif. Jenis penelitian tersebut merupakan metode yang mendeskripsikan suatu keadaan secara objektif dengan angka yang dimulai dari pengumpulan data lalu ditafsirkan dan menampilkan hasil dari data tersebut. Pemilihan jenis data kuantitatif deskriptif untuk mengkaji apakah kemudahan, tingkat kepercayaan, transparansi lembaga zakat, kerahasiaan data dan keamanan data mempengaruhi preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yakni data primer, yang merupakan data yang akan digunakan langsung pada pengguna data. Penghimpunan data dari data primer menggunakan teknik berupa kuesioner yang akan disebarkan kepada masyarakat muslim yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta yakni Kota Yogyakarta, Sleman, Bantul, Gunung Kidul dan Kulon Progo.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang merupakan masyarakat muslim yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Kuesioner disebarkan melalui *platform* media sosial yaitu *WhatsApp, Line, Twitter* dan *Instagram*. Kuesioner berbentuk

google form harus diisi sendiri oleh responden. Kuesioner tersebut terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Bagian pertama berisi pertanyaan terkait data pribadi dari responden seperti nama lengkap, umur, dn lain-lain yang akan dijaga kerahasiannya.
2. Bagian kedua berisi sejumlah indikator untuk menguji variable penelitian dengan skala *likert* 1 sampai dengan 6.

3.4 Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Dependen

Variable dependen dalam penelitian ini yaitu preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*. Penjelasan preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* merupakan perilaku seseorang yang akan melakukan transaksi dengan layanan *online*. Ditemukan beberapa alasan seseorang melakukan transaksi dalam penjelasan (Sari et al., 2019). Beberapa alasan seseorang melakukan suatu transaksi pada sistem tertentu, yaitu:

1. Yakin dan mantap terhadap produk yang dipilih
2. Bertransaksi pada suatu sistem tertentu merupakan kebiasaan
3. Mendapat rekomendasi dari orang lain
4. Adanya kenyamanan ketika bertransaksi

Komposisi dari variabel dependen dalam penelitian ini keputusan berzakat memodifikasi beberapa penelitian dengan lima atribut pertanyaan. Lima pertanyaan variable dependen sebagai berikut:

Tabel 3.1 Variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara *Online*

No	Preferensi masyarakat Berzakat Secara *Online*	Sumber
1.	Saya tertarik untuk membayarkan zakat melalui layanan zakat *online* karena layanan zakat *online* lebih efisien dan menghemat waktu.	(Anurahman et al., 2022)
2.	Dengan adanya layanan zakat *online*, saya semakin yakin untuk membayarkan zakat secara *online*.	(Rostiana, 2021)
3.	Saya tertarik untuk membayarkan zakat melalui layanan zakat *online* karena layanan zakat *online* memudahkan saya dalam bertransaksi.	(Khairunnisa et al., 2020)
4.	Setelah saya membayar zakat secara *online,* saya akan merekomendasikan layanan atau aplikasi zakat *online* kepada orang lain.	(Kh, 2017)
5.	Setelah saya mencoba membayarkan zakat secara *online*, saya tertarik untuk membayarkan zakat melalui layanan zakat *online* kembali.	(Rostiana, 2021)

3.4.2 Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yakni kemudahan, tingkat kepercayaan, transparansi lembaga zakat, kerahasiaan data, dan keamanan data. Pengukuran variabel independen menggunakan skala *likert* (Sugiyono, 2014) dimana memiliki rentang 1 sampai dengan 6. Digunakannya skala likert 1 sampai dengan 6 dalam penelitian ini untuk menghindari responden menjawab netral.

Tabel 3.2 Skala Likert 1 sampai dengan 6

Skor	Indikator
Skor 1	Sangat tidak setuju
Skor 2	Tidak setuju
Skor 3	Kurang setuju
Skor 4	Agak setuju
Skor 5	Setuju
Skor 6	Sangat Setuju

3.4.2.1 Pengaruh Kemudahan Dalam Membayar Zakat Secara *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online*

Sistem *online* terutama dengan adanya layanan pembyaran zakat melalui layanan zakat *online* akan memberi kemudahan bagi seseorang yang hendak membayarkan zakatnya secara jarak jauh. Terdapat 4 poin yang dikategorikan sebagai adanya suatu kemudahan dan 4 poin tersebut dikemukakan oleh (Davis, 1989) sebagai berikut:

1. Sistem serta individu akan dengan mudah berinteraksi
2. Adanya kemudahan dalam menggunakan layanan
3. Ketika digunakan oleh orang banyak langsung bisa dengan mudahnya sistem
4. Membantu suatu pekerjaan terlebih dibidang komunikasi

Maka dari itu terdapat komponen-komponen atribut pertanyaan variabel independen dari peneltian mengenai kemudahan yang disesuaikan

dengan penelitian Dewi (2022) dengan 6 pertanyaan. Pertanyaan dari variabel independen tercantum pada Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Variabel Kemudahan Membayar Zakat Secara *Online*

No	Kemudahan Membayar Zakat Secara *Online*
1.	Saya dapat mengoperasikan fitur yang terdapat pada layanan atau aplikasi zakat *online* dengan mudah.
2.	Adanya layanan zakat *online* memudahkan saya dalam membayar zakat.
3.	Saya dapat menginstal dan menjelajahi fitur pada aplikasi zakat *online* dengan mudah dan cepat.
4.	Fitur yang ada dalam aplikasi zakat *online* mudah dipahami.
5.	Saya melakukan proses pembayaran zakat *online* dengan cepat dan juga praktis.
6.	Pada layanan zakat *online* tersedia kalkulator sehingga dapat memudahkan saya dalam menghitung zakat yang akan dikeluarkan.

3.4.2.2 Pengaruh Tingkat Kepercayaan Lembaga Zakat *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Terhadap Membayar Zakat Secara *Online*.

Ketersediaan pengguna untuk bergantung pada pihak lain selama proses transaksi merupakan kepercayaan dalam bertransaksi. Adanya kepercayaan dibangun supaya pihak lain bisa memberikan pelayanan maupun produk yang telah dijanjikan (Andhini & Khuzaini, 2017). Terdapat beberapa komponen atribut pertanyaan variabel independen dari peneltian mengenai tingkat kepercayaan yang memodifikasi penelitian dari Rostiana (2021) dengan lima pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 3.4 Variabel Tingkat Kepercayaan

No	Tingkat Kepercayaan
1.	Saya berzakat secara *online* karena saya percaya dengan *platform* layanan zakat *online* yang saya gunakan.
2.	Layanan zakat *online* yang saya gunakan memiliki fitur pembayaran zakat yang mudah dan lengkap.
3.	Layanan zakat *online* yang saya gunakan memiliki jaminan transaksi yang baik.
4.	*Platform* layanan zakat *online* yang saya gunakan selalu beroperasi dengan baik.
5.	Saya percaya layanan zakat *online* yang saya pilih akan menyalurkan zakat saya secara tepat.

3.4.2.3 Pengaruh Transparansi Lembaga Zakat *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online*

Transparansi dianalogikan sebagai tabligh yang merupakkan asas dalam pengelolaan zakat. Transparansi dalam agama Islam memiliki arti memaparkan segala sesuatu dengan jujur, benar, dan penuh loyalitas yang tinggi. Maka dari itu, terdapat beberapa komponen variabel independen dari penelitian transparansi perusahaan yang memodifikasi penelitian dari Rostiana (2021) dan Fitriyah (2017) dengan lima pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 3.5 Variabel Transparansi Lembaga Zakat

No	Transparansi Lembaga Zakat
1.	Saya mendapatkan bukti transaksi pembayaran zakat secara *real time.*
2.	Saya dapat dengan mudah mendapatkan bukti transaksi pembayaran zakat.
3.	Saya dapat mengetahui bagaimana pendistribusian zakat yang saya bayarkan.
4.	Saya dapat memberikan kritik serta saran terkait zakat *online* pada layanan zakat *online* yang saya gunakan.
5.	Saya dapat melihat publikasi laporan keuangan *platform* layanan zakat *online* yang saya gunakan melalui *website* atau media masa lainnya.

3.4.2.4 Pengaruh Kerahasiaan Data Para Pengguna Layanan Zakat Secara *Online* Terhadap Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara *Online*

Kerahasiaan merupakan praktik peraturan informasi antara sekelompok orang dan menyembunyikan informasi tersebut dari yang bukan anggota kelompok tersebut (Wibisono, 2014). Dengan demikian kerahasiaan informasi pengguna layanan zakat *online* bersifat tersembunyi (rahasia) dan hanya diketahui oleh penyedia layanan zakat *online* tersebut. Instrument penelitian kerahasiaan data memodifikasi penelitian dari Ghazi (2017) dan Allan (2017) dengan masing-masing 1 pertanyaan dan pertanyaan dari peneliti sebagai berikut:

Tabel 3.6 Variabel Kerahasiaan Data Pengguna

No	Kerahasiaan Data Pengguna
1.	Pembayaran zakat dengan menggunakan layanan zakat *online* dapat memberikan tingkat jaminan kerahasiaan yang tinggi bagi saya.
2.	Kerahasiaan identitas saya membuat saya lebih merasa ikhlas dalam melakukan zakat.
3.	Saya percaya *platform* zakat *online* dapat menjaga kerahasiaan saya.
4.	Kerahasiaan identitas saya membuat saya tidak takut untuk melakukan transaksi melalui layanan zakat *online*.

3.4.2.5 Variabel Keamanan Data Para Pengguna Layanan Zakat Secara *Online*

Dijaman yang serba canggih seperti sekarang ini, keamanan ialah suatu hal yang paling penting bagi pemakai internet terutama dalam memilih *platform* zakat *online*. Dalam memilih *platform* zakat *online*, seseorang harus lebih selektif dengan memilih layanan zakat yang telah terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan layanan tersebut legal. Sehubung dengan hal tersebut, terdapat komponen dari variabel independen yaitu keamanan data yang disesuaikan dengan memodifikasi penelitian dari Dewi (2022) sebagai berikut:

Tabel 3.7 Variabel Keamanan Data Pengguna

No	Keamanan Data Pengguna
1.	Saya yakin ketika saya bertekat untuk menggunakan layanan zakat *online*, maka pihak penyedia *platform* akan menjaga data pribadi saya denga aman.
2.	Saya yakin lembaga zakat menerapkan kejujuran terkait dengan transaksi zakat *online* ketika para pengguna melakukan transaksi.
3.	Orang lain tidak akan bisa mengakses data pribadi saya terutama mengubah seluruh data dan juga informasi yang ada pada layanan aplikasi zakat *online*.
4.	Orang yang dapat mengakses layanan zakat *online* adalah orang yang sudah memiliki izin akses atau pemilik akun tersebut.

3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini nantinya akan menyebarkan kuesioner kepada responden yang memiliki karakteristik yang telah ditentukan. (Siyoto & Sodik, 2015) menerangkan bahwa penelitian kuantitatif berdasarkan filsafat positivisme merupakan kegiatan meneliti populasi tertentu dengan adanya hipotesis yang telah dittentukan. Penelitian ini mengolah data dengan menggunakan bantuan *software Program SPSS For Windows Versi 26.00*.

3.5.1 Uji Instrumen

Instrumen pengukur seluruh variabel pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket, disampaikan kepada responden untuk dapat memberikan pernyataan sesuai dengan apa yang dirasakan dan dialaminya. Angket sebagai instrumen harus memenuhi persyaratan utama, yaitu valid dan reliabel. Sebelum penelitian dilakukan, instrumen penelitian telah diiuji tingkat validitas dan reliabilitasnya terhadap 30 orang responden awal.

3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas ialah alat ukur guna mencapai ketepatan. Uji validitas pada penelitian ini untuk melihat tingkat ketelitian dari setiap variabel dalam penelitian ini, yaitu pengaruh kemudahan, tingkat kepercayaan, transparansi lembaga zakat, kerahasiaan data, dan keamanan data, serta preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*. Perhitungan validitas dihitung dengan menggunakan bantuan komputer versi SPSS *(Statistical Product And Service Solution) for windows versi 26.00.* Langkah-langkah pengujian validitas kuesioner tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.
2. Melakukan uji coba kuesioner kepada sejumlah 30 responden awal.

Cara yang dipakai dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban dan menghitung korelasi antara masing–masing pernyataan dengan skor total.

Membandingkan nilai $r\text{-}_{hitung}$ dengan $r\text{-}_{tabel}$ dan menarik kesimpulan. Kesesuaian harga r_{xy}diperoleh dari perhitungan dengan rumus korelasi *Product Moment* dikonsultasikan dengan tabel. Jika $r\text{-}_{hitung}$ lebih besar dari $r\text{-}_{tabel}$ pada tingkat signifikansi a = 0.05 (5%), maka pertanyaan yang terdapat pada kuesioner adalah signifikan dan memiliki validitas atau terdapat konsistensi internal dalam pernyataan. Instrumen pengujian akan terbukti valid ketika nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan nilai r_{tabel} pada taraf signifikasi 0,05 (Riyanto & Hatmawan, 2020).

3.5.1.2 Uji Reabilitas

Pengujian reabilitas ialah uji yang mengukur sejauh mana subjek memiliki hasil yang tetap konsistem walaupun sudah berulang-ulang diukur. Ketika hasil dari instrument penelitian tidak berubah walaupun sudah diukur lebih dari sekali, maka instrumen tersebut dapat dipercaya. Uji reabilitas dapat dilakukan dengan teknik Formula *Alpha Cronbach* dan dengan menggunakan *program SPSS* (*Statistical Productand Service Solution*) *26.00 forwindows*, dimana instrument hasilnya kredibel ketika nilai lebih besar dari 0,70 (Sugiyono, 2017).

Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil Ghozali, (2018:45). Reabilitas dapat diukur dengan mengulang kuesioner yang mirip pada nomor–nomor berikutnya atau dengan melihat konsistensinya (diukur dengan korelasi) dengan pertanyaan lain. Program komputer SPSS memberikan fasilitas mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Alpha Croanbach* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika mendapat nilai *Alpha Croanbach* > 0,70 (Sugiyono, 2017). Artinya, jika nilai *Alpha Cronbach* untuk setiap variabel memiliki koefisien kehandalan reliabilitas sebesar 0,7 atau lebih maka instrumen dari variabel penelitian dapat dikatakan reliabel.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas merupakan suatu kondisi dimana terdapat hubungan linier antara variabel independen. Konsekuensi adanya multikolinieritas adalah kesalahan standar estimasi akan meningkat seiring bertambahnya variabel independen, tingkat signifikan untuk menolak hipotesis nol akan semakin besar dan probabilitas menerima hipotesis yang salah yang akan semakin besar. Akibatnya model regresi yang diperoleh tidak valid untuk menaksir nilai variabel independen.

Multikolinieritas dapat diukur dengan *Collinearity Statistic* dengan menggunakan metode VIF (*Variance Inflation Factor*) jika nilai *Tolerance* VIF > 0,1 atau nilai VIF < 10, maka dapat diindikasikan bahwa data tersebut terbebas dari gejala multikolinieritas (Ghozali dalam Mulyono, 2019).

3.5.2.2 Uji Heteroskedastistas

Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung

situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Cara mendeteksi ada atau tidaknya gejala heteroskedastistas pada regresi linier yaitu dengan menggunakan grafik scatterplot. Model regresi tidak memuat heteroskedastistas apabila titik-titik pada grafik scatterplot tidak membentuk pola khusus dan tersebar dengan merata (Ghozali dalam Mulyono, 2019). Metode ini memiliki prinsip yaitu memeriksa pola grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ini dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y prediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Dasar analisis pengujian heteroskedastisitas adalah:

1. Jika terdapat titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6 Pengujian Hipotesis

3.6.1 Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda (*multiple regression*) merupakan model persamaan yang menjelaskan mengenai adanya suatu hubungan antara variable dependen dengan beberapa variabel independen. Tujuan lain dari digunakannya metodi

ini ialah untuk mengetahui hubungan antara variabel independen lainnya (Yuliara, 2016). Metode regresi berganda digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini memiliki hanya satu variabel dependen yaitu preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* dan lima variable indepenen. Menurut Utami & Kusumawati (2017) analisis regresi linier berganda menggunakan signifikasi level 0,05 (α = 5%). Persamaan regresi linier berganda dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan berzakat	X3	= Transparansi	α	= Konstanta
X1	= Kemudahan	X4	= Kerahasiaan Data	β	= Koefisien regresi
X2	= Tingkat Kepercayaan	X5	= Keamanan Data	e	= Standar error

3.6.2 Uji Statistik T (Uji-t)

Narchorwi dan Usman dalam Chadhir (2015) mengungkapkan, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat menggunakan uji-T. Langkah-langkah dalam uji t meliputi:

1. Merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif
2. Nilai α yang ditentukan sebesar 0.05 atau tingkat keyakinan 0.95 dengan derajat kebebasan (*degree of freedom)* sebesar (n-k-1)
3. Menghitung besarnya nilai t, dicari dengan rumus:

$$t_{hit} = \frac{bj}{Sbj}$$

Keterangan:

t_{hit} : Besarnya t

bj : Koefisien regresi variabel ke-j

Sbj : Standar *error* variabel ke-j

4. Kriteria pengujian:

   H0 Artinya secara individual variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

   H1 Artinya secara individual variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

5. Dasar pengambilan keputusan

   Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ berarti H0 ditolak

   Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti H0 diterima

3.6.3 Uji Statistik F (Uji-F)

Menurut Hendri dan Setiawan (2017) dalam menguji sejauh mana variabel simultan memberi pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dapat digunakannya Uji-F. Langkah-langkah dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif
2. Nilai α ditentukan sebesar 0.05 (tingkat keyakinan 0,95) dengan derajat kebebasan (*degree of freedom)* sebesar (n-k) dan (k-1).
3. Menghitung besarnya nilai F_{hitung}, dicari dengan rumus

   $$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

   Keterangan:

   F : Nilai F_{hitung}

   R^2 : Koefisien determinasi

K : Jumlah variabel bebas

n : Jumlah sampel

4. Kriteria Pengujian:

   H0 : Artinya variabel X1,X2,X3,X4 dan X5 secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Y.

   H1 : Artinya variabel X1,X2,X3,X4 dan X5 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y.

5. Dasar pengambilan keputusan

   Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ berarti Ho ditolak

   Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ berarti Ho diterima

3.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Yuliara (2016) menjelaskan bahwa untuk mengetahui apakah pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen dapat menggunakan uji koefisien determinasi. Semakin besar variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen maka semakin tinggi nilai R^2. Uji R^2 dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisarannya antara $0 < R^2 < 1$. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan. Kriteria pengujinya yaitu sebagai berikut:

1. Jika R^2 mendekati 0, tidak terdapat kecocokan antara variabel independen dengan variabel dependen (pengaruh semakin kecil)

2. Jika R^2 mendekati 1, terdapat kecocokan yang sempurna antara variabel independen yang menjelaskan mengenai variabel dependen (pengaruh semakin kuat).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Penyajian data tentang gambaran umum responden digunakan untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri atau karakteristik responden. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jumlah responden dalam penelitian ini, ditetapkan sebanyak 150 orang dengan *response rate* sebesar 100%, dan kuesioner yang didistribusikan kepada responden disampaikan melalui *google form*. Karakteristik mengenai responden yang menjadi sampel penelitian ini diklasifikasikan berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, pernah tidaknya membayar zakat secara *online* dan *platform* yang digunakan dalam membayar zakat secara *online*.

Deskripsi umum atas karakteristik responden dijelaskan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
≤ 20 tahun	23	15.3
21 - 30 tahun	91	60.7
31 - 40 tahun	16	10.7
≥ 41 tahun	20	13.3
Total	150	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 23 (15,3%), responden yang berusia antara 20 sampai 30 tahun sebanyak 91 orang (60,7%). Responden yang berusia antara 30 sampai 40 tahun sebanyak 16 orang (10,7%). Dan responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 20 orang (13,3%). Masyarakat Muslim di Yogyakarta yang terpilih sebagai responden memiliki usia yang beragam. Berdasarkan data tersebut maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia dalam rentang usia 20 tahun sampai 30 tahun, yaitu terdapat 60,7% dari keseluruhan responden.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Laki-laki	46	30.7
Perempuan	104	69.3
Total	150	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 46 orang (30,7%). Dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 104 orang (69,3%). Dari data tersebut diketahui bahwa mayoritas responden dengan jenis kelamin perempuan, yaitu terdapat 69,3% dari keseluruhan responden.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
SMA/SMK	73	48.7
DIPLOMA	10	6.7
S1	63	42.0
S2	3	2.0
S3	1	0.7
Total	150	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK Sederajat sebanyak 73 orang (48,7%). Responden dengan tingkat pendidikan terakhir Diploma (D1/D2/D3/Diploma IV) sebanyak 10 orang (6,7%), responden berpendidikan Strata Satu (S1) sebanyak 63 orang (42%). Sedangkan responden dengan tingkat pendidikan pasca sarjana (S2) sebanyak 3 orang (2%), dan hanya terdapat responden dengan tingkat pendidikan Doktor (S3) sebanyak 1 orang (0,7%). Dari data tersebut, mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan akhir SMA/SMK sederajat, yaitu terdapat 48,7% dari keseluruhan responden.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Data karakteristik responden berdasarkan domilisi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat domisili

Domilisi	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Kab. Sleman	73	48.7
Kab. Bantul	22	14.7
Kab. Gunungkidul	6	4.0
Kab. Kulon Progo	14	9.3
Kota Yogyakarta	35	23.3
Total	150	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berdomisili di Kabupaten Sleman sebanyak 73 orang (48,7%). Responden yang berdomisili di Kabupaten Bantul sebanyak 22 orang (14,7%), responden yang berdomisili di Kabupaten Gunung Kidul sebanyak 6 orang (4%), responden yang berdomisili di Kabupaten Kulon Progo sebanyak 14 orang (9,3%), responden yang berdomisili di Kota Yogyakarta sebanyak 35 orang (23,3%). Berdasarkan data tersebut maka mayoritas responden berdomisili di Kabupaten Sleman, yaitu terdapat 48,7% dari keseluruhan responden.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Data karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan dalam setiap bulan, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
< Rp 5.000.000,-	115	76.7
Rp 5.000.001,- sampai Rp 10.000.000,-	25	16.7
Rp 10.000.01,- sampai Rp 20.000.001,-	6	4.0
> Rp 20.000.001,-	4	2.7
Total	150	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat responden yang memiliki tingkat pendapatan kurang dari Rp 5.000.000,- sejumlah 115 Orang (76,7%). Responden yang memiliki tingkat pendapatan Rp 5.000.001,- sampai Rp 10.000.000,- sejumlah 25 Orang (16,7%). Responden yang memiliki tingkat pendapatan Rp 10.000.01,- sampai Rp 20.000.001,- sejumlah 6 Orang (4%). Responden yang memiliki tingkat pendapatan lebih dari Rp20.000.001,-sejumlah 4 Orang (2,7%). Berdasarkan data tersebut maka mayoritas responden yang memiliki tingkat pendapatan kurang dari Rp5000.000,- setiap bulannya, yaitu terdapat 76,7% dari keseluruhan responden.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Tidaknya Berzakat *Online*

Data karakteristik responden berdasarkan pernah atau tidaknya berzakat *online*, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Tidaknya Berzakat *Online*

Berzakat Secara *Online*	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Pernah berzakat secara *online*	113	75.3
Tidak pernah berzakat secara *online*	37	24.7
Total	150	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden yang pernah berzakat secara *online* sebanyak 113 orang (75,3%). Dan responden tidak pernah berzakat secara *online* sebanyak 37 orang (24,7%). Berdasarkan data tersebut maka diketahui bahwa mayoritas responden pernah berzakat secara *online,* yaitu terdapat 75,3% dari keseluruhan responden.

7. Karakteristik Responden Berdasarkan *Platform*

Data karakteristik responden berdasarkan *platform* yang digunakan dalam membayar zakat secara *online*, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan *Platform*

Platform	Frekuensi (Orang)	Presentase (%)
Shopee	13	8.7
Kitabisa.com	31	20.7
OVO	3	2.0
BAZNAS *Platform*	12	8.0
Dana	19	12.7
Gojek (Go-Pay)	11	7.3
Rumah Zakat	21	14.0
Tokopedia	4	2.7
Lain-lain	36	24.0
Total	150	100

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa terdapat responden yang menggunakan *platform* Shopee sejumlah 13 Orang (8,7%). Responden yang Kitabisa.com sejumlah 31 Orang (20,7%), responden yang menggunakan *platform* OVO sejumlah 3 Orang (2%), responden yang menggunakan *platform* BAZNAS *Platform* sejumlah 12 Orang (8%), responden yang menggunakan *platform* Dana sejumlah 19 Orang (12,7%), responden yang menggunakan *platform* Gojek (Go-Pay) sejumlah 11 Orang (7,3%), responden yang menggunakan *platform* Rumah Zakat sejumlah 21 Orang (14%), responden yang menggunakan *platform* Tokopedia sejumlah 4 Orang (2,7%). Dan responden menggunakan *platform* lainnya, sebanyak 36

(24%) dari keseluruhan responden. *Platform* lainnya ini dimaksudkan, mayoritas responden membayar zakat tidak secara *online*, atau masyarakat membayar secara langsung pada panitia zakat di masjid-masjid di sekitar tempat tinggal mereka. Berdasarkan data tersebut maka mayoritas responden yang menggunakan *platform* lain-lain, yaitu terdapat 24% dari keseluruhan responden. Selebihnya masyarakat menggunakan *platform* Kitabisa.com sebanyak 20,7% dan *platform* Rumah Zakat sebanyak 14%.

4.2 Analisis Data Statistik

4.2.1 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum penelitian dilakukan, instrumen penelitian telah diiuji tingkat validitas dan reliabilitasnya terhadap 30 orang responden awal. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas dapat ditunjukkan sebagai berikut:

4.2.1.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Uji validitas data bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya kuesioner penelitian. Uji validitas pada penelitian ini mengaplikasikan analisis butir yakni mengkorelasikan skor tiap butir pertanyaan dengan skor total per konstrak (*contruct*) atau skor total seluruh butir setiap variabel, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program *SPSS version 26.00 for windows*. Keputusan didasarkan pada nilai p-value/signifikansi sebesar 0,05 (5%). Derajat kebebasan (df) = (n-2) atau 30-2 = 28 dan alpha = 0,05, maka r_{tabel}nya adalah 0,361. Suatu

soal dikatakan valid jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$, butir soal dikatakan tidak valid.

Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas instrumen terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini:

1. Variabel Kemudahan (X1)

Hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Kemudahan (X_1) dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan (X_1)

Butir	Nilai p	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kemudahan 1	0,000	0,851**	0,361	Valid
Kemudahan 2	0,000	0,785**	0,361	Valid
Kemudahan 3	0,000	0,793**	0,361	Valid
Kemudahan 4	0,000	0,854**	0,361	Valid
Kemudahan 5	0,000	0,887**	0,361	Valid
Kemudahan 6	0,000	0,662**	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan ringkasan hasil uji validitas yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing butir pertanyaan dari variabel Kemudahan (X_1) yang terdiri dari 6 butir pertanyaan, memiliki nilai korelasi lebih besar dari r_{tabel} (0,361) dan memiliki niai Probabilitas ($p<0,05$) sehingga butir-butir pertanyaan pada variabel dapat Kemudahan (X_1) keseluruhan dapat dinyatakan valid.

2. Variabel Tingkat Kepercayaan (X_2)

Hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Tingkat Kepercayaan (X_2) dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Kepercayaan (X_2)

Butir	Nilai p	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Tingkat Kepercayaan 1	0,000	0,851**	0,361	Valid
Tingkat Kepercayaan 2	0,000	0,909**	0,361	Valid
Tingkat Kepercayaan 3	0,000	0,912**	0,361	Valid
Tingkat Kepercayaan 4	0,000	0,949**	0,361	Valid
Tingkat Kepercayaan 5	0,000	0,933**	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan ringkasan hasil uji validitas yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing butir pertanyaan dari variabel Tingkat Kepercayaan (X_2) yang terdiri dari 5 butir pertanyaan, memiliki nilai korelasi lebih besar dari r_{tabel} (0,361) dan memiliki niai Probabilitas ($p<0,05$) sehingga butir-butir pertanyaan pada variabel dapat Tingkat Kepercayaan (X_2) keseluruhan dapat dinyatakan valid.

3. Variabel Transparansi Lembaga (X3)

Hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Transparansi Lembaga (X_3) dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Transparansi Lembaga (X_3)

Butir	Nilai p	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Transparansi Lembaga 1	0,000	0,910**	0,361	Valid
Transparansi Lembaga 2	0,000	0,860**	0,361	Valid
Transparansi Lembaga 3	0,000	0,866**	0,361	Valid
Transparansi Lembaga 4	0,000	0,835**	0,361	Valid
Transparansi Lembaga 5	0,000	0,880**	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan ringkasan hasil uji validitas yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing butir pertanyaan dari variabel Transparansi Lembaga (X_3) yang terdiri dari 5 butir pertanyaan, memiliki nilai korelasi lebih besar dari r_{tabel} (0,361) dan memiliki niai Probabilitas ($p<0,05$) sehingga butir-butir pertanyaan pada variabel dapat Transparansi Lembaga (X_3) keseluruhan dapat dinyatakan valid.

4. Variabel Kerahasiaan Data (X_4)

Hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Kerahasiaan Data (X_4) ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kerahasiaan Data (X_4)

Butir	Nilai p	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kerahasiaan Data 1	0,000	0,804**	0,361	Valid
Kerahasiaan Data 2	0,000	0,898**	0,361	Valid
Kerahasiaan Data 3	0,000	0,933**	0,361	Valid
Kerahasiaan Data 4	0,000	0,951**	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan ringkasan hasil uji validitas yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing butir pertanyaan dari variabel Kerahasiaan Data (X_4) yang terdiri dari 4 butir pertanyaan, memiliki nilai korelasi lebih besar dari r_{tabel} (0,361) dan memiliki niai Probabilitas ($p<0,05$) sehingga butir-butir pertanyaan pada variabel dapat Kerahasiaan Data (X_4) keseluruhan dapat dinyatakan valid.

5. Variabel Keamanan Data (X_5)

Hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Keamanan Data (X_5) ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan Data (X_5)

Butir	Nilai p	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keamanan Data 1	0,000	0,907**	0,361	Valid
Keamanan Data 2	0,000	0,840**	0,361	Valid
Keamanan Data 3	0,000	0,838**	0,361	Valid
Keamanan Data 4	0,000	0,895**	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan ringkasan hasil uji validitas yang tertera pada tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing butir pertanyaan dari variabel Keamanan Data (X_5) yang terdiri dari 4 butir pertanyaan, memiliki nilai korelasi lebih besar dari r_{tabel} (0,361) dan memiliki niai Probabilitas ($p<0,05$) sehingga butir-butir pertanyaan pada variabel dapat Keamanan Data (X_5) keseluruhan dapat dinyatakan valid.

6. Variabel Preferensi masyarakat (Y)

Hasil uji validitas instrumen penelitian variabel Preferensi masyarakat (Y) ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi masyarakat (Y)

Butir	Nilai p	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Preferensi masyarakat1	0,000	0,922**	0,361	Valid
Preferensi masyarakat 2	0,000	0,909**	0,361	Valid
Preferensi masyarakat 3	0,000	0,888**	0,361	Valid
Preferensi masyarakat 4	0,000	0,866**	0,361	Valid
Preferensi masyarakat 5	0,000	0,928**	0,361	Valid
Preferensi masyarakat 6	0,000	0,922**	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan ringkasan hasil uji validitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing butir pertanyaan dari variabel Preferensi masyarakat (Y) yang terdiri dari 6 butir pertanyaan, memiliki nilai korelasi lebih besar dari r_{tabel} (0,361) dan memiliki niai Probabilitas ($p<0,05$) sehingga butir-butir pertanyaan pada variabel dapat Preferensi masyarakat (Y) keseluruhan dapat dinyatakan valid.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini pengukuran reliabilitas menggunakan *coefficient cronbach's alpha*. *Cronbach's alpha* merupakan teknik pengujian konsistensi reliabilitas antar item yang paling popular dan menunjukkan indeks konsistensi reliabilitas yang cukup sempurna, semakin tinggi koefisien alpha, berarti semakin baik pengukuran suatu instrumen (Sekaran, 2016). Analisis dilakukan dengan bantuan program *SPSS 26.00*. Membandingkan jumlah alfa hitung dengan r_{tabel}

pada taraf signifikansi 0,05 (5%) merupakan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan apakah alat penelitian ini reliabel atau tidak. *SPSS* memberikan fasilitas mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Croncbach Alpha* (α). Hasil pengukuran terhadap variabel-variabel kemudahan, tingkat kepercayaan, transparansi lembaga, kerahasiaan data, keamanan data dan variabel preferensi masyarakat, yang setiap variabel terdiri dari butir-butir pertanyaan yang telah diuji validitasnya, menunjukkan hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen

Variabel Penelitian	Alpha	Keterangan
Kemudahan	0.887	Reliabel
Tingkat Kepercayaan	0.947	Reliabel
Transparansi Lembaga	0.918	Reliabel
Kerahasiaan Data	0.918	Reliabel
Keamanan Data	0.892	Reliabel
Preferensi masyarakat	0.943	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2023)

Berdasarkan perhitungan reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas (r_{xx}) untuk instrumen variabel Kemudahan (X_1) menunjukkan r *alpha* sebesar 0,887, variabel Tingkat Kepercayaan (X_2) menunjukkan r *alpha* sebesar 0,947, variabel Transparansi Lembaga (X_3) menunjukkan r *alpha* sebesar 0,918, variabel Kerahasiaan Data (X_4) menunjukkan r *alpha* sebesar 0,918, variabel Keamanan Data (X_5) menunjukkan r *alpha* sebesar 0,892 dan variabel Preferensi masyarakat (Y) menunjukkan r *alpha* sebesar 0,943. Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki r *alpha* lebih besar dari r_{hitung} 0,7 sehingga hasil uji reliabilitas terhadap masing-masing variabel telah

memenuhi uji reliabilitas atau teruji kehandalannya, sehingga instrumen penelitian ini menunjukkan instrumen atau alat ukur yang reliabel atau dapat dipercaya.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi mensyaratkan dilakukannya pengujian asumsi klasik. Apabila asumsi klasik tidak terpenuhi, akan menyebabkan bias pada hasil penelitian yang diperoleh. Asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, sebagai berikut:

4.2.2.1 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen atau variabel bebas. Ghozali (2018) menerangkan apabila terjadi korelasi antar variabel independen, maka dalam suatu model regresi menunjukkan gejala multikolinieritas. Guna mendeteksi adanya gejala multikolinearitas, maka dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model suatu model regresi (Santoso, 2016).

Ada tidaknya multikolinearitas pada model regresi juga dapat dilihat dari nilai *tolerance*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Berikut merupakan hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini:

Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas Data

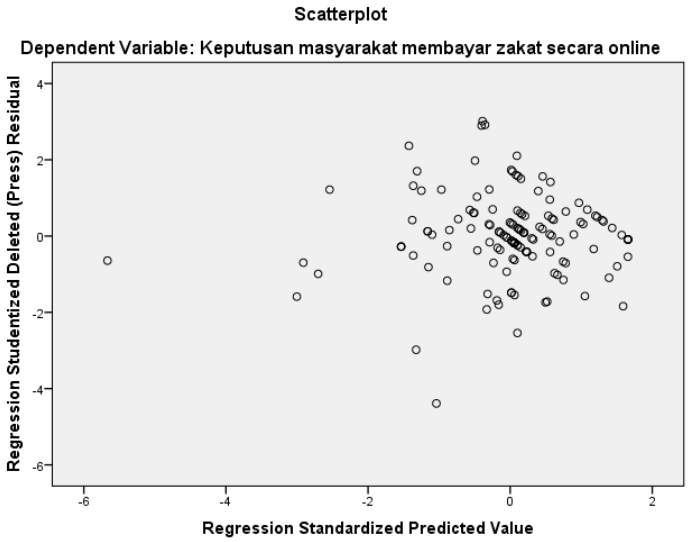
Varibel	Tolerance	VIF
Kemudahan	0.377	2.654
Tingkat Kepercayaan	0.200	4.998
Transparansi Lembaga	0.335	2.989
Kerahasiaan Data	0.429	2.329
Keamanan Data	0.260	3.842

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2023)

Hasil perhitungan menunjukkan setiap variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan juga memiliki nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terdapat permasalahan multikolinearitas, sehingga dapat digunakan untuk memprediksi variabel preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y).

4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dipergunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* antar independen variabel dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Guna mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi, dari diagram pencar dasar penilaiannya adalah apakah ada hukum tertentu, misalnya titik-titik yang ada membentuk keteraturan tertentu (bergelombang, berhamburan) kemudian menyempit), kemudian terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar disekitar 0 pada sumbu y maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah scatterplot dari model regresi pada penelitian ini:



Gambar 4.1 Grafik *Scatterplot* Model Regresi

Berdasarkan diagram pencar di atas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas, dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas, dan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y).

4.2.3 Analisis Data

4.2.3.1 Analisis Data Deskriptif

1. Variabel Kemudahan (X1)

Data hasil analisis deskriptif statistik variabel Kemudahan (X_1) diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari empat butir pertanyaan. Penskorannya menggunakan metode penskoran skala interval 1 s./d 6. Kriteria variabel Kemudahan (X_1) dapat diperoleh melalui:

Skor tertinggi = jumlah butir soal x skor tertinggi

= 6 x 6

= 36

Skor Terendah = jumlah butir soal x skor terendah

= 6 x 1

= 6

Selisih skor = 36 – 6 = 30

Kisaran nilai untuk setiap kriteria = 30 : 5 = 6

Adapun kriteria jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.16 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Kemudahan

No	Kelas Interval	Kriteria
1	6 – 12	Sangat Kurang Mudah
2	11 – 17	Kurang Mudah
3	16 – 22	Cukup Mudah
4	21 – 28	Mudah
5	26 – 36	Sangat Mudah

Deskripsi data variabel Variabel Kemudahan (X_1) dapat disajikan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan

No	Kelas Interval	Frekuensi		Kriteria
		Absolut	Relatif	
1	6 – 12	1	0,67%	Sangat Tidak Mudah
2	13 – 17	1	0,67%	Kurang Mudah
3	18 – 22	3	2%	Cukup Mudah
4	23 – 28	24	16%	Mudah
5	29 – 36	121	80,67%	Sangat Mudah
Total		150	100 %	

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari total sebanyak 150 responden, mayoritas responden yang memiliki kriteria jawaban tentang variabel Kemudahan (X_1) pada kategori sangat mudah, yaitu sebanyak 121 responden (80,67%). Selanjutnya, responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori mudah, yaitu sebanyak 24 responden (16%), responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori cukup mudah, yaitu sebanyak 3 responden (2%) dan responden memiliki kriteria jawaban pada kategori kurang mudah dan sangat tidak mudah, masing-masing sebanyak 1 responden (0,67%). Dengan demikian, hal ini menunjukkan kondisi bahwa jawaban responden tentang variabel kemudahan dalam membayar zakat secara *online*, termasuk pada kategori sangat mudah.

2. Variabel Tingkat Kepercayaan (X2)

Data hasil analisis deskriptif statistik variabel Tingkat Kepercayaan (X_2) diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari lima butir pertanyaan. Penskorannya menggunakan metode penskoran skala interval 1 s./d 6. Kriteria variabel Tingkat Kepercayaan (X_2) dapat diperoleh melalui:

Skor tertinggi = jumlah butir soal x skor tertinggi

= 5 x 6

= 30

Skor Terendah = jumlah butir soal x skor terendah

= 5 x 1

= 5

Selisih skor = 30 – 5 = 25

Kisaran nilai untuk setiap kriteria = 25 : 5 = 5

Adapun kriteria jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.18 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Tingkat Kepercayaan

No	Kelas Interval	Kriteria
1	5 – 10	Sangat Kurang Percaya
2	11 – 15	Kurang Percaya
3	16 – 20	Cukup Percaya
4	21 – 25	Percaya
5	26 – 30	Sangat Percaya

Deskripsi data variabel Variabel Tingkat Kepercayaan (X_2) dapat disajikan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Kepercayaan

No	Kelas Interval	Frekuensi		Kriteria
		Absolut	Relatif	
1	5 – 10	1	0,67%	Sangat Tidak Percaya
2	11 – 15	3	2%	Kurang Percaya
3	16 – 20	12	8%	Cukup Percaya
4	21 – 25	88	58,67%	Percaya
5	26 – 30	46	30,67%	Sangat Percaya
Total		150	100 %	

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari total sebanyak 150 responden, mayoritas responden yang memiliki kriteria jawaban tentang variabel Tingkat Kepercayaan (X_2) pada kategori percaya, yaitu

sebanyak 88 responden (58,67%). Selanjutnya, responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori sangat percaya, yaitu sebanyak 46 responden (30,67%), responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori cukup percaya, yaitu sebanyak 12 responden (8%), responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori kurang percaya, yaitu sebanyak 3 responden (2%) dan hanya 1 responden (0,67%) responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori sangat tidak percaya. Dengan demikian, hal ini menunjukkan kondisi bahwa jawaban responden tentang variabel tingkat kepercayaan dalam membayar zakat secara *online*, termasuk pada kategori percaya.

3. Variabel Transparansi Lembaga Zakat (X_3)

Data hasil analisis deskriptif statistik variabel Transparansi Lembaga Zakat (X_3) diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari lima butir pertanyaan. Penskorannya menggunakan metode penskoran skala interval 1 s./d 6. Kriteria variabel Transparansi Lembaga Zakat (X_3) dapat diperoleh melalui:

Skor tertinggi = jumlah butir soal x skor tertinggi
= 5 x 6
= 30

Skor Terendah = jumlah butir soal x skor terendah
= 5 x 1
= 5

Selisih skor = 30 – 5 = 25

Kisaran nilai untuk setiap kriteria = 25 : 5 = 5

Adapun kriteria jawaban responden sebagai berikut:

Tabel4.20 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Transparansi Lembaga Zakat

No	Kelas Interval	Kriteria
1	5 – 10	Sangat Tidak Transparan
2	11 – 15	Kurang Transparan
3	16 – 20	Cukup Transparan
4	21 – 25	Transparan
5	26 – 30	Sangat Transparan

Deskripsi data variabel Variabel Transparansi Lembaga Zakat (X_3) dapat disajikan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Variabel Transparansi Lembaga Zakat

No	Kelas Interval	Frekuensi		Kriteria
		Absolut	Relatif	
1	5 – 10	1	0,67%	Sangat Tidak Transparan
2	11 – 15	5	3,33%	Kurang Transparan
3	16 – 20	14	9,33%	Cukup Transparan
4	21 – 25	81	54%	Transparan
5	26 – 30	49	32,67%	Sangat Transparan
Total		150	100 %	

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari total sebanyak 150 responden, mayoritas responden yang memiliki kriteria jawaban tentang variabel Transparansi Lembaga Zakat (X_3) pada kategori transparan, yaitu sebanyak 81 responden (54%). Selanjutnya, responden

yang memiliki kriteria jawaban pada kategori sangat transparan, yaitu sebanyak 49 responden (32,67%), responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori cukup transparan, yaitu sebanyak 14 responden (9,33%), responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori kurang transparan, yaitu sebanyak 5 responden (3,33%) dan hanya 1 responden (0,67%) responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori sangat tidak transparan. Dengan demikian, hal ini menunjukkan kondisi bahwa jawaban responden tentang variabel transparansi lembaga zakat dalam membayar zakat secara *online*, termasuk pada kategori transparan.

4. Variabel Kerahasiaan Data Pengguna (X_4)

Data hasil analisis deskriptif statistik variabel Kerahasiaan Data Pengguna (X_4) diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari empat butir pertanyaan. Penskorannya menggunakan metode penskoran skala interval 1 s./d 6. Kriteria variabel Kerahasiaan Data Pengguna (X_4) dapat diperoleh melalui:

Skor tertinggi = jumlah butir soal x skor tertinggi

= 4 x 6

= 24

Skor Terendah = jumlah butir soal x skor terendah

= 4 x 1

= 4

Selisih skor = 24 – 4 = 20

Kisaran nilai untuk setiap kriteria = 20 : 5 = 4

Adapun kriteria jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.22 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Kerahasiaan Data Pengguna

No	Kelas Interval	Kriteria
1	4 – 8	Rahasia Sangat Tidak Aman
2	9 – 12	Rahasia Kurang Aman
3	13 – 16	Rahasia Cukup Aman
4	17 – 20	Rahasia Aman
5	21 – 24	Rahasia Sangat Aman

Deskripsi data variabel Variabel Kerahasiaan Data Pengguna (X_4) dapat disajikan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.23 Distribusi Frekuensi Variabel Kerahasiaan Data Pengguna

No	Kelas Interval	Frekuensi		Kriteria
		Absolut	Relatif	
1	4 – 8	1	0,67%	Rahasia Sangat Tidak Aman
2	9 – 12	2	1,33%	Rahasia Kurang Aman
3	13 – 16	16	10,67%	Rahasia Cukup Aman
4	17 – 20	69	46%	Rahasia Aman
5	21 – 24	62	41,33%	Rahasia Sangat Aman
Total		150	100%	

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari total sebanyak 150 responden, mayoritas responden yang memiliki kriteria jawaban tentang variabel Kerahasiaan Data Pengguna (X_4) pada kategori rahasia data pengguna aman, yaitu sebanyak 69 responden (46%). Selanjutnya, responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori rahasia data pengguna sangat aman, yaitu sebanyak 62 responden (41,33%), responden

yang memiliki kriteria jawaban pada kategori rahasia data pengguna cukup aman, yaitu sebanyak 16 responden (10,67%), responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori rahasia data pengguna kurang aman, yaitu sebanyak 2 responden (1,33%) dan hanya 1 responden (0,67%) responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori rahasia data pengguna sangat tidak aman. Dengan demikian, hal ini menunjukkan kondisi bahwa jawaban responden tentang variabel kerahasiaan data pengguna dalam membayar zakat secara *online,* termasuk pada kategori rahasia data pengguna aman.

5. Variabel Keamanan Data (X_5)

Data hasil analisis deskriptif statistik variabel Keamanan Data (X_5) diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari empat butir pertanyaan. Penskorannya menggunakan metode penskoran skala interval 1 s./d 6. Kriteria variabel Keamanan Data (X_5) dapat diperoleh melalui:

Skor tertinggi = jumlah butir soal x skor tertinggi

= 4 x 6

= 24

Skor Terendah = jumlah butir soal x skor terendah

= 4 x 1

= 4

Selisih skor = 24 – 4 = 20

Kisaran nilai untuk setiap kriteria = 20 : 5 = 4

Adapun kriteria jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.24 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Keamanan Data

No	Kelas Interval	Kriteria
1	4 – 8	Sangat Tidak Aman
2	9 – 12	Kurang Aman
3	13 – 16	Cukup Aman
4	17 – 20	Aman
5	21 – 24	Sangat Aman

Deskripsi data Variabel Keamanan Data (X_5) dapat disajikan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.25 Distribusi Frekuensi Variabel Keamanan Data

No	Kelas Interval	Frekuensi		Kriteria
		Absolut	Relatif	
1	4 – 8	1	0,67%	Sangat Tidak Aman
2	9 – 12	2	1,33%	Kurang Aman
3	13 – 16	15	10%	Cukup Aman
4	17 – 20	82	54,67%	Aman
5	21 – 24	50	33,33%	Sangat Aman
Total		150	100%	

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari total sebanyak 150 responden, mayoritas responden yang memiliki kriteria jawaban tentang variabel Keamanan Data (X_5) pada kategori aman, yaitu sebanyak 82 responden (54,67%). Selanjutnya, responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori sangat aman, yaitu sebanyak 50 responden (33,33%), responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori cukup aman, yaitu sebanyak 15 responden (54,67%), responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori kurang aman, yaitu sebanyak 2 responden

(1,33%) dan hanya 1 responden (0,67%) responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori sangat tidak aman. Dengan demikian, hal ini menunjukkan kondisi bahwa jawaban responden tentang variabel keamanan data dalam membayar zakat secara *online*, termasuk pada kategori aman.

6. Variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara *Online* (Y)

Data hasil analisis deskriptif statistik variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara *Online* (Y) diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap instrumen yang terdiri dari lima butir pertanyaan. Penskorannya menggunakan metode penskoran skala interval 1 s./d 6. Kriteria variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara *Online* (Y) dapat diperoleh melalui:

Skor tertinggi = jumlah butir soal x skor tertinggi

= 5 x 6

= 30

Skor Terendah = jumlah butir soal x skor terendah

= 5 x 1

= 5

Selisih skor = 30 – 5 = 25

Kisaran nilai untuk setiap kriteria = 25 : 5 = 5

Adapun kriteria jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.26 Kriteria Jawaban Responden Pada Variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara *Online*

No	Kelas Interval	Kriteria

1	5 – 10	Sangat Tidak Baik
2	11 – 15	Kurang Baik
3	16 – 20	Cukup Baik
4	21 – 25	Baik
5	26 – 30	Sangat Baik

Deskripsi data Variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara *Online* (Y) dapat disajikan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4.27 Distribusi Frekuensi Variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara *Online*

No	Kelas Interval	Frekuensi		Kriteria
		Absolut	Relatif	
1	5 – 10	1	0,67%	Sangat Tidak Baik
2	11 – 15	5	3,33%	Kurang Baik
3	16 – 20	9	6%	Cukup Baik
4	21 – 25	67	44,67%	Baik
5	26 – 30	68	45,33%	Sangat Baik
Total		150	100%	

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari total sebanyak 150 responden, mayoritas responden yang memiliki kriteria jawaban tentang variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara *Online* (Y) pada kategori sangat baik, yaitu sebanyak 68 responden (45,33%). Selanjutnya, responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori baik, yaitu sebanyak 67 responden (44,67%), responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori cukup baik, yaitu sebanyak 9 responden (6%), responden yang memiliki kriteria jawaban pada kategori kurang baik, yaitu sebanyak 5 responden (3,33%) dan hanya 1 responden (0,67%) responden

yang memiliki kriteria jawaban pada kategori sangat tidak baik. Dengan demikian, hal ini menunjukkan kondisi bahwa jawaban responden tentang variabel Preferensi masyarakat Berzakat Secara *Online*, termasuk pada kategori sangat baik.

4.2.3.2 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen Kemudahan (X1), Tingkat Kepercayaan (X2), Transparansi Lembaga (X3), Kerahasiaan Data (X4) dan Keamanan Data (X5) terhadap variabel preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y). Perhitungan model regresi linier berganda dilakukan menggunakan program *SPSS for Windows Versi 26.00.* Kriteria penerimaan atau penolakan dalam pengujian hipotesis menggunakan taraf signifikansi 0,05 (5%). Berdasar pada hasil olah data diperoleh hasil yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.28 Hasil Olah Data Regresi X1 X2 X3 X4 dan X5 Terhadap Y

Variabel	Beta	t_{hitung}	Sig. t	Keterangan
(Constant)	1.439	0.920	0.359	
Kemudahan	0.128	1.765	0.080	Tidak Signifikan
Tingkat kepercayaan	0.261	2.138	0.034	Signifikan
Transparansi Lembaga	0.328	3.848	0.000	Signifikan
Kerahasiaan data	0.067	0.669	0.505	Tidak Signifikan
Keamanan data	0.204	1.588	0.114	Tidak Signifikan
Adjusted R Square	0,640			

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2023)

Variabel Kemudahan (X1) memiliki nilai koefisien betha (*b*) sebesar 0,128, variabel Tingkat kepercayaan (X2) sebesar 0,261, variabel Transparansi Lembaga (X3) sebesar 0,328, variabel Kerahasiaan data (X4) sebesar 0,067, variabel Keamanan Data (X5) senilai 0,204. Nilai konstanta (*a*) yaitu 1,439, sehingga persamaan regresi dapat dituliskan sebagai berikut:

$Y = 1{,}439 + 0{,}128\ (X1) + 0{,}261\ (X_2) + 0{,}328\ (X_3) + 0{,}067\ (X_4) + 0{,}204\ (X_5)$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa, *nilai Adjusted R Square* yang dihasilkan sebesar 0,640 atau 64%. Hasil ini menunjukkan bahwa preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y) dipengaruhi oleh faktor-faktor Kemudahan (X1), variabel Tingkat kepercayaan (X2), variabel Transparansi Lembaga (X3), variabel Kerahasiaan data (X_4), variabel Keamanan Data (X_5). Sedangkan sisanya, sebesar 36% dipengaruhi oleh variabel selain variabel yang diteliti.

Selanjutnya, angka konstanta *a* sebesar 1,439 menunjukkan bahwa apabila tidak terdapat faktor Kemudahan (X1), variabel Tingkat Kepercayaan (X2), variabel Transparansi Lembaga (X3), variabel Kerahasiaan data (X_4), variabel Keamanan Data (X_5) atau faktor-faktor tersebut dianggap konstan, maka preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) adalah sebesar 1,439. Nilai Betha X_1 ($\beta\ X_1$) sebesar 0,128 menunjukkan bahwa variable Kemudahan (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,128, artinya bila nilai Kemudahan (X_1) bertambah 1 satuan maka preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) akan meningkat sebesar 0,128 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan. Nilai

Betha X_2 (β X_2) sebesar 0,261, menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,261, artinya bila nilai Tingkat Kepercayaan (X_2) bertambah 1 satuan maka preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) akan meningkat sebesar 0,261 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Nilai Betha X_3 (β X_3) sebesar 0,328 menunjukkan bahwa variabel Transparansi Lembaga (X_3) memiliki pengaruh positif terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,328, artinya bila nilai Transparansi Lembaga (X_3) bertambah 1 satuan maka preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) akan meningkat sebesar 0,328 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Nilai Betha X_4 (β X_4) sebesar 0,067 menunjukkan bahwa variabel Kerahasiaan Data (X_4) memiliki pengaruh positif terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,067, artinya bila nilai Kerahasiaan Data (X_4) bertambah 1 satuan maka preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) akan meningkat sebesar 0,067 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan. Dan Nilai Betha X_1 (β X_1) sebesar 0,204 menunjukkan bahwa variable Keamanan Data (X_5) memiliki pengaruh positif terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,204, artinya bila nilai Keamanan Data (X_5) bertambaha 1 satuan maka preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) akan meningkat sebesar 0,204 satuan dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Berdasarkan hasil analisis persamaan regresi, dapat dilihat bahwa variabel Transparansi Lembaga (X3) memiliki pengaruh dominan dan signifikan terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y), sebesar 0,328 (32,8%) dengan angka t_{hitung} 3,843 dan angka signifikansi 0,000.

4.2.3.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji t-test)

1. Uji Hipotesis t-test Kemudahan (X_1)

Pengujian terhadap hipotesis pertama yang menyatakan bahwa "Kemudahan dalam membayar zakat secara *online* berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*". Analisis dilakukan secara partial antara variabel bebas Kemudahan (X_1) terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y). Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi variabel Kemudahan (X_1) terhadap Preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y), maka digunakan tes koefisien korelasi t test.

Uji koefisien korelasi menggunakan uji signifikansi parsial uji t, tingkat kepercayaan 5% atau df = 5% atau 0,05 menunjukkan hasil perhitungan nilai t_{hitung} variabel Kemudahan (X_1) senilai 1,765 (angka signifikansi 0,080). Sedangkan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%, *degree of freedom* atau d.f = 150-5-1 (144) dengan uji dua sisi, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,977. Hasil perhitungan yang diperoleh dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} < t_{tabel}$ diperoleh nilai t_{hitung} variabel Kemudahan (X_1) sebesar 1,765. Sedangkan t_{tabel} diperoleh sebesar 1,977. Sehingga diketahui $t_{tabel} > t_{hitung}$ yaitu 1,977 > 1,765 (signifikansi 0,080 > 0,05),

artinya pengaruh yang diberikan variabel Kemudahan (X_1) terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y) tersebut adalah tidak signifikan.

2. Uji Hipotesis t-test Tingkat Kepercayaan (X_2)

Pengujian terhadap hipotesis kedua yang menyatakan bahwa "Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*". Analisis dilakukan secara partial antara variabel bebas Tingkat Kepercayaan (X_2) terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y). Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi variabel Kemudahan (X_1) terhadap Preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y), maka digunakan tes koefisien korelasi t test.

Uji koefisien korelasi menggunakan uji signifikansi parsial uji t, tingkat kepercayaan 5% atau df = 5% atau 0,05 menunjukkan hasil perhitungan nilai t_{hitung} variabel Tingkat Kepercayaan sebesar 2,138 (angka signifikansi 0,034). Sedangkan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%, derajat kebebasan yaitu jumlah variabel X-5 atau d.f = 150-5-1 (144) uji dilakukan dua sisi, maka t_{tabel} diperoleh sebesar 1,977. Hasil perhitungan yang diperoleh dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} < t_{tabel}$ diperoleh nilai t_{hitung} variabel Tingkat Kepercayaan (X_2) sebesar 2,138. Sedangkan t_{tabel} diperoleh sebesar 1,977. Sehingga diketahui $t_{tabel} < t_{hitung}$ yaitu 1,977 < 2,138 (sig 0,034 < 0,05), artinya pengaruh yang ditimbulkan antara variabel Tingkat Kepercayaan (X_2) terhadap variabel preferensi

masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y) tersebut adalah signifikan.

3. Uji Hipotesis t-test Transparansi Lembaga (X_3)

Pengujian terhadap hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa "Transparansi Lembaga berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*". Analisis dilakukan secara partial antara variabel bebas Transparansi Lembaga (X_3) terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y). Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi variabel Kemudahan (X_1) terhadap Preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y), maka digunakan tes koefisien korelasi t test.

Uji koefisien korelasi menggunakan uji signifikansi parsial uji t, tingkat kepercayaan 5% atau df = 5% atau 0,05 menunjukkan hasil perhitungan nilai t_{hitung} variabel Transparansi Lembaga sebesar 3,848 (angka signifikansi 0,000). Sedangkan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%, derajat kebebasan yaitu jumlah variabel X-5 atau d.f = 150-5-1 (144) uji dilakukan dua sisi, maka t_{tabel} diperoleh sebesar 1,977. Hasil perhitungan yang diperoleh dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} < t_{tabel}$ diperoleh nilai t_{hitung} variabel Transparansi Lembaga sebesar 3,848. Sedangkan t_{tabel} diperoleh sebesar 1,977. Sehingga diketahui $t_{tabel} < t_{hitung}$ yaitu 1,977 < 3,848 (sig 0,000 < 0,05), artinya pengaruh yang ditimbulkan antara variabel Transparansi Lembaga (X_3) terhadap variabel preferensi

masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y) tersebut adalah signifikan.

4. Uji Hipotesis t-test Kerahasiaan Data (X_4)

Pengujian terhadap hipotesis keempat yang menyatakan bahwa "Kerahasiaan data para pengguna layanan zakat secara *online* berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*". Analisis dilakukan secara partial antara variabel bebas Kerahasiaan Data (X_4) terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y). Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi variabel Kemudahan (X_1) terhadap Preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y), maka digunakan tes koefisien korelasi t test.

Uji koefisien korelasi menggunakan uji signifikansi parsial uji t, tingkat kepercayaan 5% atau df = 5% atau 0,05 menunjukkan hasil perhitungan nilai t_{hitung} variabel Kerahasiaan Data sebesar 0,669 (angka signifikansi 0,505). Sedangkan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%, derajat kebebasan yaitu jumlah variabel X-5 atau d.f = 150-5-1 (144) uji dilakukan dua sisi, maka t_{tabel} diperoleh sebesar 1,977. Hasil perhitungan yang diperoleh dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} < t_{tabel}$ diperoleh nilai t_{hitung} variabel Kerahasiaan Data sebesar 0,669. Sedangkan t_{tabel} diperoleh sebesar 1,977. Sehingga diketahui $t_{tabel} > t_{hitung}$ yaitu 1,977 > 0,669 (sig 0,505 > 0,05), artinya pengaruh yang ditimbulkan antara variabel Kerahasiaan Data (X_4) terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y) tersebut adalah tidak signifikan.

5. Uji Hipotesis t-test Keamanan Data (X_5)

Pengujian terhadap hipotesis kelima yang menyatakan bahwa "Keamanan data pengguna layanan zakat secara *online* berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*". Analisis dilakukan secara partial antara variabel bebas Keamanan Data (X_5) terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y). Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi variabel Kemudahan (X_1) terhadap Preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y), maka digunakan tes koefisien korelasi t test.

Uji koefisien korelasi menggunakan uji signifikansi parsial uji t, tingkat kepercayaan 5% atau df = 5% atau 0,05 menunjukkan hasil perhitungan nilai t_{hitung} variabel Keamanan Data sebesar 1,588 (angka signifikansi 0,114). Sedangkan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%, derajat kebebasan yaitu jumlah variabel X-5 atau d.f = 150-5-1 (144) uji dilakukan dua sisi, maka t_{tabel} diperoleh sebesar 1,977. Hasil perhitungan yang diperoleh dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} adalah $t_{hitung} < t_{tabel}$ diperoleh nilai t_{hitung} variabel Keamanan Data sebesar 1,588. Sedangkan t_{tabel} diperoleh sebesar 1,977. Sehingga diketahui $t_{tabel} > t_{hitung}$ yaitu 1,977 > 1,588 (sig 0,114 > 0,05) artinya pengaruh yang ditimbulkan antara variabel Keamanan Data (X_5) terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y) tersebut adalah tidak signifikan.

4.2.3.4 Uji Hipotesis Simultan (Uji f-test)

Uji signifikansi F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen, yang terdiri dari Kemudahan (X1), Tingkat Kepercayaan (X2), Transparansi Lembaga (X3), Kerahasiaan Data (X4) dan Keamanan Data (X5) yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu variabel preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y). Uji F digunakan untuk menguji apakah kelima variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel-variabel Kemudahan (X1), Tingkat Kepercayaan (X2), Transparansi Lembaga (X3), Kerahasiaan Data (X4) dan Keamanan Data (X5) secara simultan terhadap terhadap variabel Preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y), maka pengujian hipotesis secara simultan dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 26.00 for Windows*. Hasil perhitungan olah data diperoleh nilai f_{hitung} variabel sebesar 53.965 dengan angka sig 0,000, ditunjukkan tabel ANOVA berikut:

Tabel 4.29 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

F_{hitung}	Signifikansi	Kesimpulan
53.965	$0,000^{b}$	Berpengaruh signifikan secara simultan

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2023)

Pada tabel 4.17 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 53,965 (sig $0,000^{b}$). Tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$ atau 5%, t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%, derajat kebebasan yaitu jumlah data-3 atau d.f = 150-5-1 (144) df= 5;

144. Pada tabel f untuk df_1= 5, df_2 = 144, maka f_{tabel} diperoleh sebesar 2,28. Sehingga diketahui F_{hitung} lebih besar F_{tabel} (53,965 > 2,28) dengan angka signifikansi 0,000 (p < 0,05), maka pada tingkat kekeliruan 5%, Ho ditolak dan Ha diterima, yang berarti kelima variabel bebas, Kemudahan (X1), Tingkat Kepercayaan (X2), Transparansi Lembaga (X3), Kerahasiaan Data (X4) dan Keamanan Data (X5) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y).

4.2.4 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Uji *Adjusted R Square* digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini koefisien determinasi menggunakan nilai *Adjusted R Square*. Hasil uji regresi berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh antara Kemudahan (X1), Tingkat Kepercayaan (X2), Transparansi Lembaga (X3), Kerahasiaan Data (X4) dan Keamanan Data (X5) secara simultan terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y), dapat dilihat berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program *SPSS versi 26.00* sebagai berikut:

Tabel 4.30 Koefisien Korelasi X_1 X_2 X_3 X_4 dan X_5 Terhadap Y

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
X_1 X_2 X_3 X_4 dan X_5 Terhadap Y	0.807[a]	0.652	0.640	2.232

Sumber: Hasil Olah Data Primer (2023)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase variabel X_1 X_2 X_3 X_4 dan X_5 terhadap variabel Y (Preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*) secara simultan. Dalam penelitian ini, diperoleh angka koefisien determinasi atau angka *Adjusted R Square* sebesar 0,640 (64%) yang menunjukkan kekuatan pengaruh yang diberikan variabel Kemudahan (X1), Tingkat Kepercayaan (X2), Transparansi Lembaga (X3), Kerahasiaan Data (X4) dan Keamanan Data (X5) secara bersama-sama terhadap Preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y). Interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai r > 0, artinya terjadi hubungan linear positif. Semakin besar nilai variabel X1,X2,X3,X4,X5, semakin besar pula nilai variabel Y dan sebaliknya.
b. Jika nilai r < 0, artinya terjadi hubungan linear negatif. Semakin kecil nilai variabel X1,X2,X3,X4,X5, semakin besar nilai variabel Y dan sebaliknya.

Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,640 menunjukkan bahwa 64% variabel Preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y) dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variabel Kemudahan (X1), Tingkat Kepercayaan (X2), Transparansi Lembaga (X3), Kerahasiaan Data (X4) dan Keamanan Data (X5). Sedangkan sisanya (100% - 64% = 36%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3 Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama dalam penelitian ini menunjukkan penolakan hipotesis bahwa kemudahan dalam membayar zakat secara *online* berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online.* Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Betha variable Kemudahan (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,128, artinya setiap terjadi peningkatan nilai Kemudahan (X_1) sebesar 1 satuan maka akan terjadi peningkatan preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,128. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial, nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} (t_{hitung} =1,765 < t_{tabel} = 1,977), artinya pengaruh yang ditimbulkan antara variabel Kemudahan (X_1) terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y) tersebut adalah tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wiharjo & Hendratmi, 2019, bahwa masyarakat menyetujui bahwa pembayaran zakat secara *online* dapat dilakukan secara mudah, praktis, dimana saja dan kapanpun waktunya.

Hasil pengujian hipotesis kedua dalam penelitian ini menunjukkan penerimaan hipotesis bahwa Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online.* Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Betha variabel tingkat kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,261, artinya setiap terjadi peningkatan nilai tingkat kepercayaan sebesar 1 satuan, maka akan terjadi

peningkatan preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,261. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial, nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} (t_{hitung} = 2,138 < t_{tabel} = 1,977), artinya pengaruh yang ditimbulkan antara variabel Tingkat Kepercayaan terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y) tersebut adalah signifikan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2022) yang menyebutkan bahwa tingkat kepercayaan memiliki pengaruh positif atas keputusan muzaki dalam membayarkan zakatnya secara *online* melalui *platform fintech*.

Hasil pengujian hipotesis ketiga dalam penelitian ini menunjukkan penerimaan hipotesis bahwa Transparansi Lembaga berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online.* Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Betha variabel Transparansi Lembaga memiliki pengaruh positif terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,328, artinya setiap terjadi peningkatan nilai tingkat kepercayaan sebesar 1 satuan maka akan terjadi peningkatan preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,328. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial, nilai t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} (t_{hitung} = 3,848 < t_{tabel} = 1,977), artinya pengaruh yang ditimbulkan antara variabel Transparansi Lembaga terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* (Y) tersebut adalah signifikan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pohan & Mutia (2018) mengemukakan bahwa transparansi memberikan pengaruh positif pada keputusan muzaki dalam membayar zakat.

Hasil penelitian ini juga mendukung pendapat bahwa transparansi dalam laporan keuangan kepada masyarakat merupakan bentuk pertanggungjawaban badan amil zakat terhadap masyarakat yang membayarkan zakatnya. Informasi yang disajikan oleh badan amil zakat secara lengkap, mudah diakses, dan transparan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap badan amil zakat tersebut (Azman & Bidin, 2015).

Hasil pengujian hipotesis keempat dalam penelitian ini menunjukkan penolakan hipotesis bahwa Kerahasiaan data pengguna layanan zakat secara *online* berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*. Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Betha variabel Kerahasiaan data memiliki pengaruh positif terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* (Y) sebesar 0,067, artinya setiap terjadi peningkatan nilai Kerahasiaan data sebesar 1 satuan maka akan terjadi peningkatan preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* sebesar 0,067. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial, nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} (t_{hitung} =0,669 < t_{tabel} = 1,977), artinya pengaruh yang ditimbulkan antara variabel Kerahasiaan data terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* adalah tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak mendukung pendapat (Wibisono et al., 2014) bahwa data pengguna harus terjaga kerahasiaannya dengan menyimpan data tersebut menggunakan system sehingga tidak ada pihak lain yang bisa mengakses data secara bebas. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian

Wardani (2021) yang menyebutkan bahwa persepsi kerahasiaan berpengaruh positif terhadap niat membayar pajak menggunakan Pajak Pay.

Hasil pengujian hipotesis kelima dalam penelitian ini menunjukkan penolakan hipotesis bahwa Keamanan data pengguna layanan zakat secara *online* berpengaruh positif terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online*. Hal ini ditunjukkan hasil perhitungan regresi berganda, bahwa nilai Betha variable Keamanan data memiliki pengaruh positif terhadap preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* sebesar 0,204, artinya setiap terjadi peningkatan nilai Keamanan data sebesar 1 satuan, maka akan terjadi peningkatan preferensi masyarakat membayar zakat secara *online* sebesar 0,204. Berdasarkan hasil uji signifikansi secara parsial, nilai t_{hitung} lebih kecil dari pada t $_{tabel}$ (t_{hitung} =1,588 < t_{tabel} = 1,977), artinya pengaruh yang ditimbulkan antara variabel Keamanan data terhadap variabel preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* adalah tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak mendukung pendapat Desmayanti (2012), yang menunjukkan bahwa keamanan system informasi merupakan manajemen pengelola keamanan yang memiliki tujuan untuk mencegah, mengatasi, dan melindungi berbagai sistem informasi dari resiko akan terjadinya tindakan yang tidak diinginkan seperti penggunaan tanpa izin, penyeludupan, dan sabotase pada informasi-informasi yang dimiliki. Hasil penelitian ini juga tidak mendukung pendapat Kirana 2010 (dalam Wibisono & Toly, 2014) bahwa jika data milik pengguna bisa disimpan dengan aman, maka semakin kecil peluang bagi pihak lain untuk menyalahgunakan data pengguna layanan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai faktor–faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online,* maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel tingkat kepercayaan dan transparansi lembaga berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online.* Sedangkan, variabel kemudahan pengguna, kerahasiaan data dan keamanan data pengguna berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online.* Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan dan transparansi lembaga maka preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* akan semakin meningkat. Namun tinggi rendahnya tingkat kemudahan pengguna, kerahasiaan data dan keamanan data pengguna tidak memiliki pengaruh secara signifkan terhadap preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online.*
2. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa 64% variabel Preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variabel Kemudahan, Tingkat Kepercayaan, Transparansi Lembaga, Kerahasiaan Data dan Keamanan Data. Sedangkan sisanya (100% - 64% = 36%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Saran

1. Lembaga zakat diharapkan untuk memiliki kerja sama yang baik dan transparan terhadap platform zakat digital agar kepercayaan dan keinginan pengguna untuk berzakat secara *online* meningkat.
2. Sinergi antara perusahaan dengan Lembaga Amil Zakat (LAZ) dan juga masyarakat, perlu dilakukan guna memaksimalkan peningkatan potensi zakat secara *online*. Kerjasama tersebut bukan hanya dalam bidang pengumpulan dana zakat saja tapi juga dalam sosialiasi tentang peran dan pentingnya zakat.
3. Bagi peneliti yang selanjutnya yang akan meneliti tentang preferensi masyarakat dalam membayar zakat secara *online* diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi preferensi masyarakat dalam dalam membayar zakat secara *online* diluar variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti variabel pengetahuan, faktor sosial, religiusitas dan kredibilitas lembaga, kegunaan dan faktor risiko.

DAFTAR PUSTAKA

Andhini, A., & Khuzaini. (2017). Pengaruh Transaksi Online Shopping, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *6*(7), 19. http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1753

Anurahman, D., & Putri, N. K. (2022). Analisis Pembayaran Zakat Melalui E-Payment Dengan Pendekatan Systematic Literature Review (SLR). *Student's Conference On Accounting & Business*. https://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/scoab/article/viewFile/3109/2085

APJII. (2022). *APJII di Indonesia Digital Outloook 2022*. APJII.

Azman, F. M. N., & Bidin, Z. (2015). Factors Influencing Zakat Compliance Behavior on Saving. *International Journal of Business and Social Research*, *5*(1), 118–128. http://www.thejournalofbusiness.org/index.php/site

Bayu, D. (2019, February 16). *Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. DataIndonesia.Id.

BAZNAS. (2019). *Tentang Zakat*. BAZNAS.

BAZNAS. (2020a, April 28). *BAZNAS Ajak Masyarakat Zakat Digital*. BAZNAS. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/BAZNAS_Ajak_Masyarakat_Zakat_Digital/531

BAZNAS. (2020b, October 7). *BAZNAS Dorong Konsep Zakatech dalam Pengelolaan Zakat*. Baznas.Go.Id.

BPS. (2022). *Profil Kemiskinan di Indonesia Maret 2022*. https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/07/15/1930/persentase-penduduk-miskin-maret-2022-turun-menjadi-9-54-persen.html

Chadhir, M. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Teh Indonesia Ke Negara Inggris1979-2012. *Economics Development Analysis Journal*, *4*(3), 297. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj

Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Sience*, *35*(8).

Desmayanti, E. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Fasilitas E-Filling Oleh Wajib Pajak Sebagai Sarana Penyampaian SPT Masa Secara Online Dan Realtime. *Repofeb.Undip.Ac.Id*. https://repofeb.undip.ac.id/id/eprint/5687

Dewi, M. C. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech : Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Empiris Pada Muzaki Di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta). *Dspace.Uii.Ac.Id*.

Fitriyah, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membayar Zakat Studi Kasus Masyarakat Sekitar Majelis Dzikir Wa Ta'lim Mihrobul Muhibbin. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 70–74.

Frank, R. H. (2011). *Microeconomics and Behaviour* (8th ed.). McGraw Hill.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi, S. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Ekonisia.

Hendri, & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT. Samudra Bahari Utama. *AGORA*, *5*(1), 2–3. https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6098

Howard, J. A. (1998). *Consumer Behavior in Marketing Strategy*. Mc Graw Hill.

Irhamsyah, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Yang Mempengaruhi Keputusan Metode Pembayaran Zakat Bagi Muzakki Di Era Digital. *Repository.Ub.Ac.Id*, 4–5. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6157

Jayantari, I. A. A. U., & Seminari, N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasi Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *7*(5). https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/37836

Kalimah, S. (2020). Pandangan Ulama Empat Mazhab dalam Memutuskan Upah Amil Zakat Guna Meningkatkan Optimalisasi Keprofesionalan Amil Zakat. *SALIMIYA: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, *1*(1). https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya

KEMENAG. (2021). Pedoman Zakat 2021. *Simbi.Kemenag.Go.Id*.

Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, , *6*(02), 4–5. http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie

Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* (1st ed., Vol. 2). ANDI.

Majelis Ulama Indonesia. (2003). Zakat Penghasilan. In *mui.or.id* (Vol. 3). Majelis Ulama Indonesia.

Mulyono. (2019, December 2). *Analisis Uji Asumsi Klasik*. Bbs.Binus.Ac.Id. https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/

Nasution, K. F. D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keamanan dan Kerahasiaan Rekam Medis Di Rumah Sakit. *Stikespanakkukang.Ac.Id*, 3–4.

Pohan, Z. R. H., & Mutia, E. (2018). Pengaruh Transparansi Keuangan Pengelolaan Zakat, Dan Sikap badan Amil Zakat Terhadap Tingkat Kepuasan Muzaki Dalam Membayar Zakat Di Baitul Maal Provinsi Aceh. *Jim.Unsyiah.Ac.Id*, *3*(1), 139–140. https://jim.unsyiah.ac.id/EKA/article/view/6013

Qothrunnada, K. (2022, April 28). *Cara Bayar Zakat Fitrah Online, Bisa Lewat BAZNAS hingga Dompet Dhuafa*. Detikfinance.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish.

Rostiana, S. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Muslim Milenial Dalam Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech. *Dspace.Uii.Ac.Id*.

Sabiq, S. (2006). *Fikih Sunnah*. Pena Pundi Aksara .

Santoso, S. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 25*. Elekmedia Computindo.

Sari, A. P., Ridwan, M., & Sugianto. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Proyek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.Com. *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, *2*(1), 54–55. http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tansiq/article/view/4142

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (7th ed.). Wiley.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup, Ed.; 1st ed.). Literasi Media Publishing.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money. *BALANCE: Economic, Business, Management, and Accounting Journal*, *XIV*(2), 33–38. http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance/article/view/1265

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, *46*(2). https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926

Wardani, D. K., Putry, N. A. C., & Dewi, F. A. K. (2021). Pengaruh Persepsi Keamanan Dan Kerahasiaan Terhadap Niat Membayar Pajak Menggunakan PajakPay. *AKURAT : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, *12*(3), 108–116. http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/AKURAT

Wibisono, L. T., & Toly, A. A. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wajib Pajak Dalam Menggunakan E-Filing Di Surabaya. *Tax & Accounting Review*, *4*(1), 4–5. https://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-pajak/article/view/3113

Wiharjo, B., & Hendratmi, A. (2019). Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Privasi Serta Kepercayaan Dalam Penggunaan Zakat Online: Dengan Pendekatan TAM. *E-Journal.Unair.Ac.Id*, *6*(2), 335.

Yuliara, I. M. (2016). Regresi Linier Berganda. *Simdos.Unud.Ac.Id*, 6. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan Intani Dwita Risanti, mahasiswi Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Alhamdullilah pada saat ini sedang menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Dalam Membayar Zakat Secara Online "**. Sehubungan dengan maksud tersebut, ditengah kesibukan saudara/i saya mohon ketersediaan waktu saudara/i untuk mengisi kuisoner ini. Tidak ada jawaban benar atau salah untuk setiap pernyataan, yang diharapkan adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi saudara/i alami. Seluruh data dan informasi responden akan dijaga kerahasiaannya.
Kriteria responden:

1. Responden yang beragama Islam
2. Responden berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta
3. Responden memiliki koneksi internet
4. Responden memiliki media sosial

Jika terdapat pertanyaan terkait kuesioner ini, bisa hubungi saya melalui email: 19312023@students.uii.ac.id.

Terimakasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

I. Profil Responden

1. Jenis Kelamin

   □ Laki-laki

   □ Perempuan

2. Usia

   □ ≤ 20 tahun

   □ 31-40 tahun

   □ 21-30 tahun

   □ ≥ 41 tahun

3. Pendidikan Terakhir

   □ SMA/ SMK

   □ Diploma (D3)

   □ Sarjana (S1)

   □ Magister (S2)

   □ Doktor (S3)

4. Rata-Rata Pendapatan Per-Bulan

   □ ≤ Rp5.000.000,-

   □ Rp5.000.001 – Rp10.000.000,-

   □ Rp10.0000.001 – Rp20.000.000,-

   □ Rp20.000.001 – Rp30.000.000,-

   □ ≥ Rp30.000.001

5. Domisili

   □ Kab. Gunung Kidul

□ Kab. Kulon Progo

□ Kab. Sleman

□ Kab. Bantul

□ Kota Yogyakarta

6. Pernah melalukan pembayaran zakat secara online

   □ Ya

   □ Tidak

7. Platform yang pernah digunakan ketika membayar zakat secara online

   □ Gojek (Go-Pay)

   □ Shopee

   □ Dana

   □ Ovo

   □ Tokopedia

   □ LinkAja

   □ BAZNAS Platform

   □ Kitabisa.com

   □ Rumah Zakat

   □ Lain-lain:…

II. Item Pertanyaan

Intruksi:
Bapak/Ibu/Saudara/Saudari cukup memilih salah satu jawaban pada kolom yang tersedia dinawah yang saudara anggap paling sesuai dengan preferensi Bapak/Ibu/Saudara/Saudari terhadap keputusan dalam membayar zakat secara online.

Keterangannya adalah:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Tidak Setuju
3. Kurang Setuju
4. Agak Setuju
5. Setuju
6. Sangat Setuju

1. Kemudahan

No.	Kemudahan	1	2	3	4	5	6
1.	Saya dapat mengoperasikan fitur yang terdapat dalam layanan atau aplikasi zakat online dengan mudah.						
2.	Adanya layanan zakat online memudahkan saya dalam membayar zakat.						
3.	Saya dapat menginstal dan menjelajahi fitur pada aplikasi zakat *online* dengan mudah dan cepat.						
4.	Fitur yang ada dalam aplikasi zakat online mudah dipahami.						
5.	Saya melakukan proses pembayaran zakat *online* dengan cepat dan juga praktis.						
6.	Pada layanan zakat online tersedia kalkulator sehingga dapat memudahkan saya dalam menghitung zakat yang akan dikeluarkan.						

2. Tingkat Kepercayaan

No	Tingkat Kepercayaan	1	2	3	4	5	6
1.	Saya berzakat secara *online* karena saya percaya dengan platform layanan zakat *online* yang saya gunakan.						
2.	Layanan zakat *online* yang						

No	Tingkat Kepercayaan	1	2	3	4	5	6
	saya gunakan memiliki fitur pembayaran zakat yang mudah dan lengkap.						
3.	Layanan zakat *online* yang saya gunakan memiliki jaminan transaksi yang baik.						
4.	Platform layanan zakat *online* yang saya gunakan selalu beroperasi dengan baik.						
5.	Saya percaya layanan zakat *online* yang saya pilih akan menyalurkan zakat saya secara tepat.						

3. Transparansi Lembaga Zakat

No	Transparansi Lembaga Zakat	1	2	3	4	5	6
1.	Saya mendapatkan bukti transaksi pembayaran zakat secara *real time.*						
2.	Saya dapat dengan mudah mendapatkan bukti transaksi pembayaran zakat.						
3.	Saya dapat mengetahui bagaimana pendistribusian zakat yang saya bayarkan.						
4.	Saya dapat memberikan kritik serta saran terkait zakat *online* pada layanan zakat *online* yang saya gunakan.						
5.	Saya dapat melihat publikasi laporan keuangan *platform* layanan zakat *online* yang saya gunakan melalui *website* atau media masa lainnya.						

4. Kerahasiaan Data

No	Kerahasiaan Data	1	2	3	4	5	6
1.	Pembayaran zakat dengan menggunakan layanan zakat *online* dapat memberikan tingkat jaminan kerahasiaan yang tinggi bagi saya.						
2.	Kerahasiaan identitas saya membuat saya lebih merasa ikhlas dalam melakukan zakat.						
3.	Saya percaya bahwa *platform* zakat *online* dapat menjaga kerahasiaan saya.						
4.	Kerahasiaan identitas saya membuat saya tidak takut untuk melakukan transaksi melalui layanan zakat *online*.						

5. Keamanan Data

No	Keamanan Data	1	2	3	4	5	6
1.	Saya yakin ketika saya bertekat untuk menggunakan layanan zakat online, maka pihak penyedia platform akan menjaga data pribadi saya denga aman.						
2.	Saya yakin lembaga zakat menerapkan kejujuran terkait dengan transaksi zakat *online* ketika para pengguna melakukan transaksi.						
3.	Orang lain tidak akan bisa mengakses data pribadi saya terutama mengubah seluruh data dan juga informasi yang ada pada layanan aplikasi zakat *online*.						

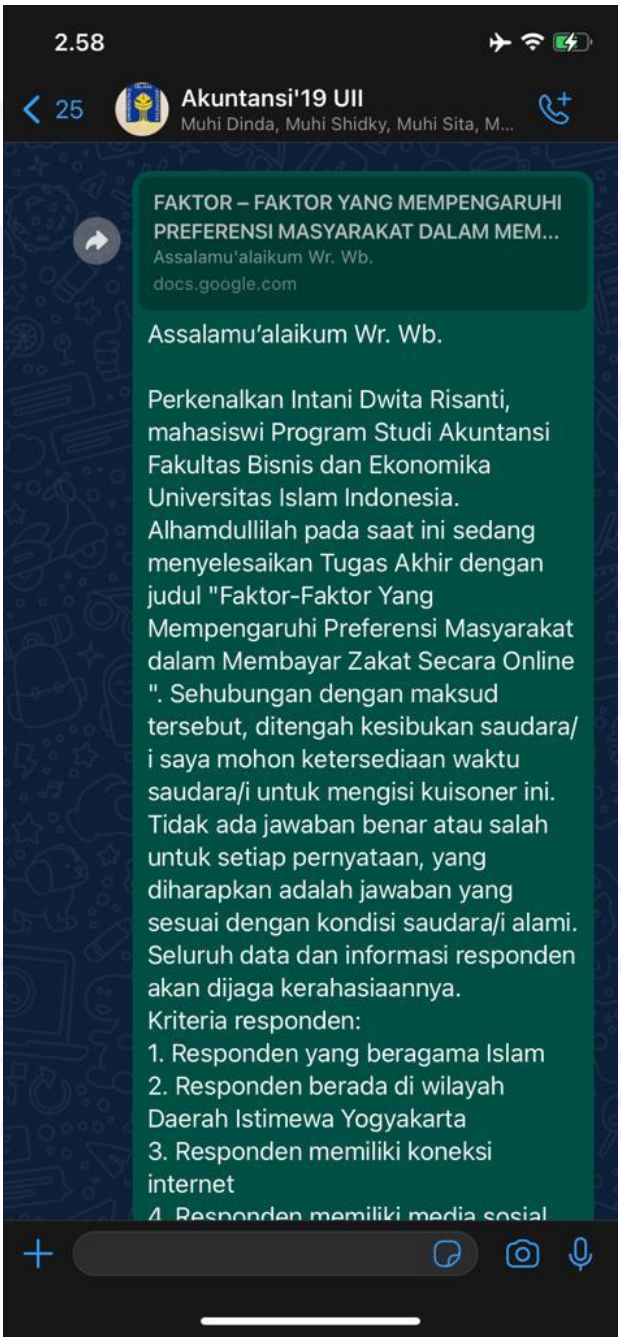
No	Keamanan Data	1	2	3	4	5	6
4.	Orang yang dapat mengakses layanan zakat *online* adalah orang yang sudah memiliki izin akses atau pemilik akun tersebut.						

6. Keputusan Dalam Berzakat Secara Online

No	Keputusan	1	2	3	4	5	6
1.	Saya tertarik untuk membayarkan zakat melalui layanan zakat *online* karena layanan zakat *online* lebih efisien dan menghemat waktu.						
2.	Dengan adanya layanan zakat online, saya semakin yakin untuk membayarkan zakat secara online.						
3.	Saya tertarik untuk membayarkan zakat melalui layanan zakat *online* karena layanan zakat *online* memudahkan saya dalam bertransaksi.						
4.	Setelah saya membayar zakat secara *online*, saya akan merekomendasikan layanan atau aplikasi zakat *online* kepada orang lain.						
5.	Setelah saya membayar zakat secara online untuk pertama kalinya atau kesekian kalinya, saya tertarik untuk membayarkan zakat online melalui layanan zakat online kembali.						

LAMPIRAN 2

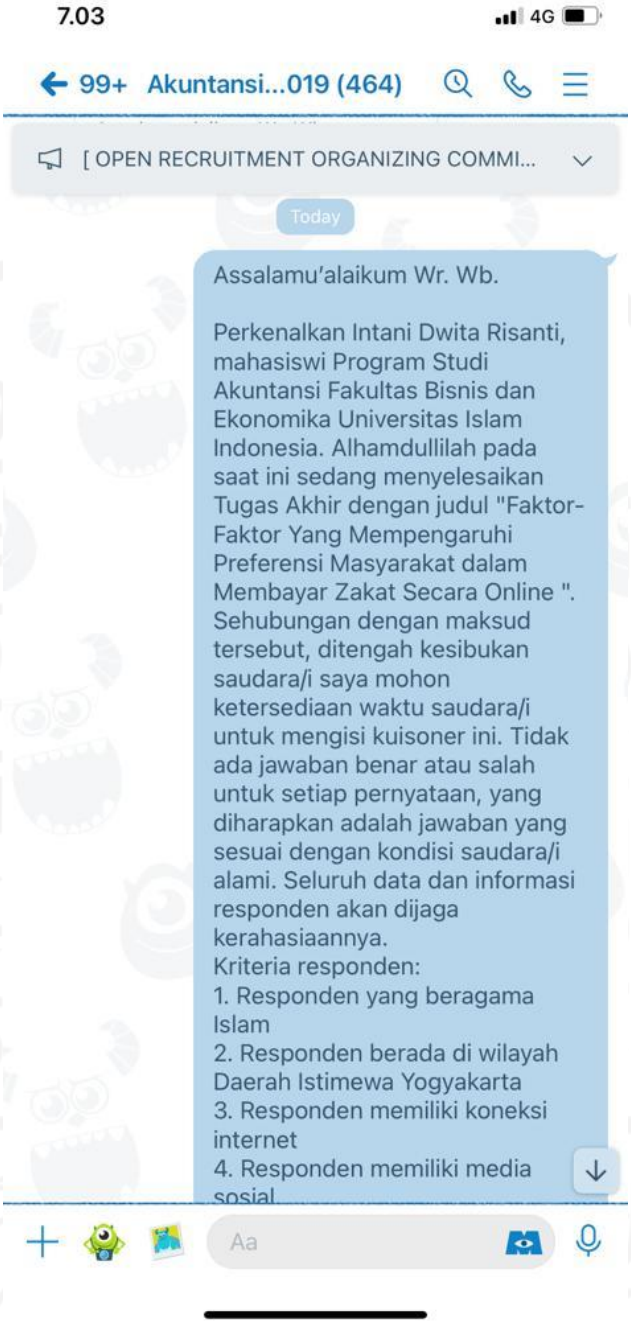
Bukti Penyebaran Kuesioner



Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial Whats App



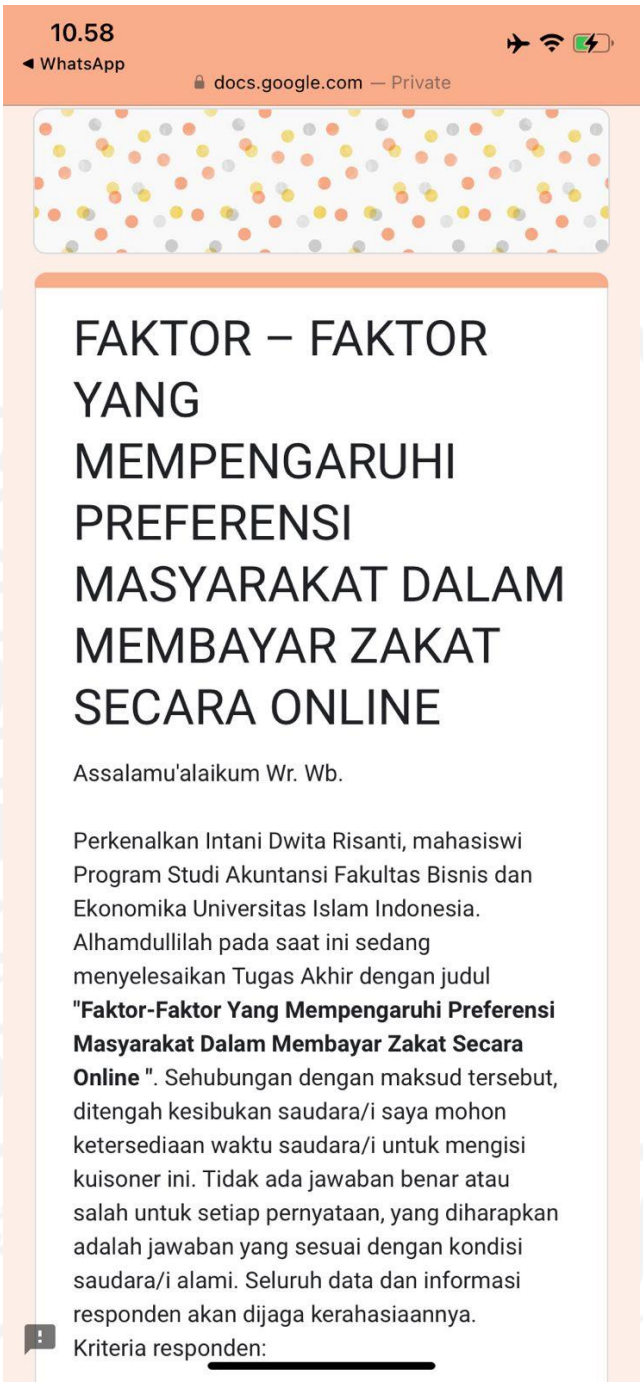
Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial Twitter



Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial Line



Penyebaran Kuesioner Melalui Media Sosial Instagram



Form Kuesioner: bit.ly/SkripsiIntani

LAMPIRAN 3

Hasil Tabulasi Data

1. Kemudahan

P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
4	4	4	4	4	4	24
6	6	6	6	6	4	34
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	5	6	5	31
6	6	6	5	6	4	33
5	5	5	4	5	4	28
5	6	6	6	6	5	34
5	5	5	5	5	5	30
6	6	5	6	6	5	34
5	5	5	5	6	6	32
6	6	5	6	6	6	35
5	5	5	5	5	5	30
5	6	6	6	6	6	35
6	6	6	6	6	6	36
5	5	5	5	5	5	30
6	5	4	5	6	5	31
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
6	6	6	6	6	6	36
5	5	5	5	5	5	30
6	6	6	6	6	6	36
5	6	4	4	6	6	31
5	5	5	5	5	5	30
6	6	6	5	6	6	35
5	6	5	5	5	5	31
5	6	5	5	6	5	32
4	6	4	4	4	4	26
5	4	5	5	4	5	28
5	5	5	5	5	3	28
6	6	6	6	6	5	35
5	5	5	5	5	5	30
6	5	6	5	5	6	33
5	4	4	4	4	5	26
6	6	6	6	6	6	36
5	6	5	4	5	6	31
6	6	6	5	6	5	34
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
6	6	6	5	6	1	30

5	5	5	5	5	5	30
5	6	5	4	2	5	27
6	6	6	6	6	6	36
5	6	5	6	6	6	34
5	6	5	5	6	5	32
6	6	6	6	6	6	36
5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	4	5	6	31
5	5	5	5	6	3	29
5	5	5	5	5	5	30
6	6	6	6	5	6	35
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
1	1	1	1	1	1	6
4	5	4	5	5	6	29
6	6	6	5	4	4	31
5	6	6	6	6	6	35
5	5	4	4	6	5	29
6	6	6	6	6	6	36
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	3	27
5	6	5	5	5	5	31
5	5	4	5	5	5	29
3	5	3	3	3	3	20
5	5	5	5	5	5	30
5	6	5	5	5	1	27
5	5	5	5	5	5	30
5	6	6	5	5	5	32
5	6	5	5	5	5	31
6	6	5	5	5	5	32
4	4	4	4	4	4	24
2	5	2	5	5	5	24
6	6	6	6	6	5	35
6	6	6	6	6	6	36
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	29
6	6	5	5	6	2	30
5	6	5	5	6	5	32
4	4	4	4	4	4	24
5	6	5	5	5	5	31
5	6	4	4	5	5	29
5	6	5	5	6	5	32
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	6	5	4	4	2	26

6	6	6	6	6	6	36
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	4	5	28
4	5	4	4	4	4	25
6	6	6	6	6	6	36
5	6	5	4	2	5	27
3	4	4	4	3	4	22
6	6	6	6	6	6	36
5	5	6	5	5	5	31
5	5	5	5	5	5	30
5	6	6	5	6	2	30
6	6	4	6	6	6	34
5	6	6	6	6	5	34
2	5	2	3	3	4	19
5	5	5	5	4	4	28
5	4	5	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30
6	6	6	5	6	4	33
5	5	5	5	6	4	30
6	6	5	5	5	5	32
6	6	6	6	6	5	35
4	4	4	4	4	4	24
6	6	6	6	6	6	36
5	5	6	5	6	4	31
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	6	6	32
6	6	6	6	6	6	36
1	3	3	3	3	3	16
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	6	5	5	6	6	33
5	4	5	5	5	4	28
4	6	6	6	6	6	34
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
5	6	5	5	5	6	32
6	5	5	5	6	5	32
5	6	5	4	6	6	32
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	6	4	30
5	5	5	5	5	1	26
6	6	6	6	6	6	36
5	6	6	5	6	6	34
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30

5	6	5	5	6	4	31
5	5	5	5	5	5	30
6	6	6	5	5	3	31
4	4	4	5	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	4	28
6	6	6	6	6	6	36
6	6	5	4	5	5	31
5	5	6	4	5	6	31
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	6	5	29
5	6	5	6	5	6	33
5	6	6	4	5	5	31
6	6	6	6	6	6	36
6	6	6	6	6	6	36

2. Tingkat Kepercayaan

P7	P8	P9	P10	P11	Total
4	4	4	4	4	20
6	5	5	6	6	28
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
6	6	6	6	6	30
5	5	4	4	4	22
5	5	3	5	4	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
5	5	4	4	4	22
6	6	6	6	5	29
5	5	5	5	5	25
5	6	6	6	6	29
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	5	6	5	6	27
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
4	6	6	6	6	28
5	5	5	5	5	25
5	6	5	6	5	27
5	5	5	5	5	25
5	6	5	6	5	27

3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	3	14
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	3	3	3	3	16
6	6	6	6	6	30
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	5	6	6	6	29
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
6	6	6	6	6	30
5	6	5	6	4	26
5	6	6	6	6	29
6	5	6	6	6	29
5	5	5	5	5	25
5	5	6	5	5	26
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
1	2	2	2	2	9
4	5	5	5	5	24
5	6	4	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	6	24
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	5	5	4	26
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	5	4	6	6	27
4	4	4	4	4	20

5	5	5	2	5	22
6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	5	27
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	6	6	27
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
5	5	5	6	5	26
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	5	6	6	6	29
5	6	6	5	5	27
4	4	5	5	5	23
3	4	3	5	3	18
6	6	6	6	6	30
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
6	6	6	6	5	29
6	6	5	5	6	28
5	5	5	5	5	25
6	6	5	6	6	29
4	6	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	4	24
5	5	6	5	6	27
5	6	5	5	6	27
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	6	5	6	5	27
4	4	4	4	4	20
6	4	3	3	6	22
6	5	6	4	5	26
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	5	29
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
4	5	5	5	4	23
6	5	5	5	6	27
4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	6	5	3	5	24
5	5	5	5	5	25
6	6	4	4	5	25
5	3	5	5	5	23
6	6	6	6	6	30
4	6	5	5	6	26
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	6	26
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20
6	5	6	6	5	28
3	4	4	4	4	19
6	6	6	6	6	30
4	5	6	5	5	25
5	5	5	6	5	26
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	6	6	4	6	27
6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	6	30

3. Transparansi Lembaga Zakat

P12	P13	P14	P15	P16	Total
5	5	4	5	5	24
6	6	5	4	4	25
5	5	5	5	5	25
6	6	5	5	5	27
6	5	5	6	6	28
6	6	4	3	5	24
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24

5	6	5	5	4	25
6	6	4	5	6	27
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	5	6	5	6	27
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	5	4	5	26
5	5	5	4	5	24
5	6	6	4	5	26
5	6	5	5	5	26
6	5	5	6	6	28
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	3	11
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
6	6	6	6	6	30
6	5	5	4	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	5	3	5	2	20
6	6	6	6	6	30
6	6	4	5	5	26
5	5	5	5	4	24
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	6	5	6	5	27
3	4	3	2	4	16
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

1	1	1	2	2	7
6	5	5	5	5	26
3	4	4	6	5	22
3	4	3	4	4	18
6	6	5	4	4	25
6	6	4	5	5	26
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	6	4	6	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	6	26
3	3	3	3	3	15
6	6	4	5	5	26
5	5	6	6	2	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
6	6	4	5	5	26
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	5	5	4	26
6	6	4	5	4	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
4	5	3	5	3	20
6	5	4	4	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
5	5	4	5	4	23
2	3	2	5	2	14
6	6	5	4	6	27
6	6	6	6	6	30
6	6	3	4	4	23
5	5	3	5	4	22
6	6	6	6	6	30
5	5	3	5	2	20
5	4	4	4	4	21
6	6	6	6	6	30
6	6	5	6	5	28
5	5	4	6	6	26

5	5	1	5	5	21
6	5	3	4	5	23
5	6	5	6	5	27
5	5	4	4	4	22
4	5	5	3	4	21
5	5	4	4	5	23
5	5	5	6	6	27
6	6	4	6	5	27
5	5	6	5	6	27
5	5	5	5	5	25
6	6	5	5	5	27
4	4	4	4	4	20
6	6	2	5	2	21
6	5	6	4	5	26
2	5	5	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	4	23
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	5	5	5	27
4	4	4	3	4	19
5	6	5	4	5	25
5	5	4	5	4	23
6	6	4	5	5	26
6	6	3	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	4	6	6	28
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	4	4	3	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
4	4	3	6	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
6	6	6	6	6	30

5	5	5	5	6	26
6	6	4	4	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	6	5	5	5	26
5	5	5	5	5	25
5	6	6	5	4	26
4	6	6	6	6	28
6	6	6	6	6	30

4. Kerahasiaan Data

P17	P18	P19	P20	Total
4	4	4	4	16
4	6	6	6	22
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
6	6	6	6	24
5	6	5	5	21
6	6	6	6	24
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
6	5	5	5	21
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
4	4	4	4	16
6	6	6	6	24
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
4	5	6	5	20
5	5	5	5	20
5	5	6	6	22
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	3	3	16
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20

5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
6	6	6	6	24
6	5	6	5	22
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
6	6	6	6	24
5	6	6	5	22
3	4	3	4	14
6	6	6	6	24
5	6	6	6	23
6	6	6	6	24
6	5	5	5	21
5	5	5	5	20
5	6	5	6	22
5	6	5	5	21
5	4	5	4	18
5	6	5	5	21
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
2	2	2	2	8
5	5	5	6	21
6	6	6	6	24
5	6	5	5	21
5	6	5	6	22
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	5	5	5	21
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	3	18
5	6	6	6	23
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
4	4	4	4	16
5	5	6	5	21
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	6	5	6	22
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	6	5	5	21
5	4	4	5	18
5	5	6	5	21
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
5	6	6	6	23
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
4	5	4	4	17
6	6	6	6	24
3	4	3	4	14
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
5	5	6	5	21
5	6	4	5	20
4	4	4	4	16
4	5	4	3	16
5	5	5	5	20
5	6	5	5	21
4	5	5	3	17
5	5	5	5	20
6	6	6	5	23
6	5	6	6	23
4	5	5	5	19
5	6	5	5	21
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
4	6	6	6	22
6	5	6	5	22
6	6	6	6	24
5	5	5	6	21
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

6	6	6	5	23
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	5	5	5	21
6	6	6	6	24
4	6	5	5	20
5	5	6	5	21
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
6	5	6	6	23
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	6	5	6	22
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	3	3	15
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
6	6	6	6	24
5	6	5	6	22
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	6	5	5	22
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
6	6	4	5	21
5	5	6	4	20
6	5	5	5	21

5. Keamanan Data

P21	P22	P23	P24	Total
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
6	6	5	5	22
4	5	6	4	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
4	4	5	5	18

4	4	5	5	18
6	6	6	6	24
5	5	6	5	21
5	6	6	5	22
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
5	6	5	5	21
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
4	4	4	4	16
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	6	5	20
5	5	5	4	19
5	6	6	6	23
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
3	5	3	3	14
6	6	5	6	23
5	5	5	6	21
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
5	5	3	6	19
6	6	6	6	24
6	5	6	6	23
6	6	6	6	24
5	6	6	6	23
5	5	5	5	20
5	5	6	5	21
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

1	1	1	1	4
5	5	6	6	22
5	6	5	3	19
5	5	5	5	20
5	5	6	6	22
6	5	4	6	21
6	6	6	5	23
5	5	5	5	20
5	5	4	6	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
4	4	4	4	16
5	5	3	5	18
5	5	4	5	19
5	5	5	6	21
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	6	6	22
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
6	6	6	5	23
6	6	6	5	23
6	6	6	6	24
5	6	6	6	23
4	4	4	4	16
6	6	6	6	24
5	5	3	6	19
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
5	5	6	5	21
4	4	5	6	19

4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	6	5	21
5	6	6	5	22
5	5	4	5	19
5	5	6	6	22
6	6	6	6	24
5	5	4	4	18
6	6	3	4	19
4	5	5	4	18
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
4	4	4	4	16
6	5	5	5	21
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	6	5	21
5	5	5	5	20
4	5	6	6	21
5	5	5	5	20
5	5	6	6	22
5	5	5	5	20
6	6	6	1	19
4	5	6	6	21
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	6	6	22
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	3	4	4	15
6	6	5	5	22
3	4	3	4	14
6	6	6	6	24

5	6	5	5	21
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
6	5	6	6	23
4	5	5	6	20
6	6	6	6	24

6. Keputusan Dalam Membayar Zakat Secara Online

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
5	4	4	5	4	22
6	6	6	5	5	28
5	5	5	5	5	25
6	6	6	5	6	29
6	6	6	6	6	30
5	5	5	4	4	23
6	4	6	5	5	26
5	5	5	5	4	24
4	4	5	4	4	21
6	5	6	5	5	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	5	29
5	5	5	6	6	27
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	6	5	6	5	27
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	5	29
6	5	6	4	5	26
5	5	5	5	5	25
5	5	6	6	5	27
6	5	6	5	5	27
6	6	5	6	5	28
5	4	5	4	4	22
4	4	4	4	4	20
2	3	3	3	2	13
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	6	26

6	5	6	4	5	26
3	3	3	3	3	15
6	6	6	6	6	30
3	5	6	3	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	6	26
6	4	4	4	4	22
6	6	6	6	6	30
6	5	6	5	5	27
6	6	5	4	5	26
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
5	5	6	4	4	24
5	4	4	5	4	22
6	6	6	6	5	29
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
1	2	1	2	1	7
6	5	5	5	5	26
4	5	5	4	6	24
5	5	6	5	5	26
6	5	6	6	6	29
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	5	6	4	5	26
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	5	6	6	6	29

5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	22
6	6	6	4	5	27
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	6	26
5	5	5	5	5	25
6	5	5	4	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	6	6	5	6	28
3	3	3	2	3	14
6	6	6	4	6	28
5	5	5	5	5	25
6	4	5	3	5	23
6	4	6	4	6	26
6	6	6	6	6	30
6	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	20
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	6	26
4	4	4	4	4	20
6	6	6	6	6	30
5	4	6	4	5	24
6	4	6	4	5	25
5	4	5	4	4	22
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
6	6	6	5	5	28
6	6	6	5	6	29
6	5	5	5	6	27
6	5	5	5	5	26
6	6	6	5	6	29
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	5	27
6	6	6	6	6	30
5	5	5	6	6	27
5	5	5	5	5	25
4	3	5	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

6	6	6	5	5	28
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	5	5	6	5	27
5	5	5	5	5	25
6	5	6	4	5	26
5	5	5	5	5	25
6	6	6	5	6	29
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	5	6	4	5	26
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	3	20
4	5	5	5	5	24
6	6	6	6	6	30
3	3	3	3	3	15
6	6	6	6	6	30
6	5	5	6	4	26
6	6	5	6	6	29
5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	26
5	4	5	4	5	23
5	5	5	6	5	26
5	6	5	6	6	28
6	6	6	5	6	29
6	5	4	5	6	26

LAMPIRAN 4

Hasil Uji Instrumen

A. UJI INSTRUMEN PENELITIAN

Correlations

Correlations

		X1	P1	P2	P3	P4	P5	P6
X1	Pearson Correlation	1	.851**	.785**	.793**	.854**	.887**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P1	Pearson Correlation	.851**	1	.588**	.642**	.733**	.776**	.419*
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.021
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.785**	.588**	1	.560**	.555**	.720**	.389*
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.001	.001	.000	.033
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.793**	.642**	.560**	1	.753**	.589**	.307
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.001	.098
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.854**	.733**	.555**	.753**	1	.657**	.450*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.887**	.776**	.720**	.589**	.657**	1	.544**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.662**	.419*	.389*	.307	.450*	.544**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.033	.098	.013	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

Correlations

		X2	P7	P8	P9	P10	P11
X2	Pearson Correlation	1	.851**	.909**	.912**	.949**	.933**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.851**	1	.755**	.648**	.763**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.909**	.755**	1	.755**	.895**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.912**	.648**	.755**	1	.810**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.949**	.763**	.895**	.810**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	.933**	.697**	.750**	.932**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

Correlations

		X3	P12	P13	P14	P15	P16
X3	Pearson Correlation	1	.910**	.860**	.866**	.835**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P12	Pearson Correlation	.910**	1	.901**	.662**	.627**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P13	Pearson Correlation	.860**	.901**	1	.701**	.509**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P14	Pearson Correlation	.866**	.662**	.701**	1	.710**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
P15	Pearson Correlation	.835**	.627**	.509**	.710**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
P16	Pearson Correlation	.880**	.759**	.607**	.701**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

Correlations

		X4	P17	P18	P19	P20
X4	Pearson Correlation	1	.804**	.898**	.933**	.951**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P17	Pearson Correlation	.804**	1	.681**	.601**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P18	Pearson Correlation	.898**	.681**	1	.766**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P19	Pearson Correlation	.933**	.601**	.766**	1	.951**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
P20	Pearson Correlation	.951**	.631**	.805**	.951**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

Correlations

		X5	P21	P22	P23	P24
X5	Pearson Correlation	1	.907**	.840**	.838**	.895**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P21	Pearson Correlation	.907**	1	.739**	.622**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P22	Pearson Correlation	.840**	.739**	1	.571**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
P23	Pearson Correlation	.838**	.622**	.571**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
P24	Pearson Correlation	.895**	.787**	.614**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

Correlations

		Y	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y	Pearson Correlation	1	.922**	.909**	.888**	.866**	.928**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y1	Pearson Correlation	.922**	1	.774**	.890**	.684**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.909**	.774**	1	.724**	.807**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.888**	.890**	.724**	1	.622**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.866**	.684**	.807**	.622**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.928**	.808**	.798**	.780**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	26.03	8.171	.785	.857
P2	25.87	8.257	.687	.870
P3	26.17	8.075	.690	.870
P4	26.13	7.913	.782	.855
P5	25.87	7.568	.824	.847
P6	26.27	8.478	.496	.905

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
31.27	11.375	3.373	6

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P7	19.97	9.689	.763	.952
P8	19.80	9.821	.861	.935
P9	19.97	9.275	.856	.935
P10	19.80	9.338	.919	.924
P11	19.93	9.444	.893	.929

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24.87	14.671	3.830	5

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P12	19.73	9.375	.852	.887
P13	19.70	9.666	.772	.904
P14	20.00	9.931	.788	.900
P15	20.07	9.857	.734	.912
P16	19.83	10.282	.819	.896

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24.83	15.040	3.878	5

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P17	15.20	4.924	.669	.939
P18	15.07	4.754	.829	.891
P19	15.17	4.006	.868	.875
P20	15.17	4.075	.905	.860

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.20	7.683	2.772	4

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P21	15.03	3.964	.822	.839
P22	14.80	4.372	.716	.879
P23	14.77	4.323	.707	.882
P24	14.90	4.231	.811	.844

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19.83	7.247	2.692	4

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	20.40	9.283	.871	.925
Y2	20.57	9.702	.856	.928
Y3	20.37	10.102	.829	.933
Y4	20.57	9.978	.792	.939
Y5	20.77	9.357	.883	.923

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.67	14.920	3.863	5

B. DESKRIPSI RESPONDEN

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Jenis Kelamin	150	1	2	1.69	.463
Umur Responden	150	1	4	2.22	.866
Domisili	150	1	5	2.44	1.681
Pendidikan	150	1	5	1.99	1.026
Pendapatan	150	1	4	1.33	.680
Pernah Berzakat Online	150	1	2	1.25	.433
Valid N (listwise)	150				

Frequencies
Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	46	30.7	30.7	30.7
	Perempuan	104	69.3	69.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Umur Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤ 20 tahun	23	15.3	15.3	15.3
	21 - 30 tahun	91	60.7	60.7	76.0
	31 - 40 tahun	16	10.7	10.7	86.7
	≥ 41 tahun	20	13.3	13.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kab. Sleman	73	48.7	48.7	48.7
	Kab. Bantul	22	14.7	14.7	63.3
	Kab. Gunungkidul	6	4.0	4.0	67.3
	Kab. Kulon Progo	14	9.3	9.3	76.7
	Kota Yogyakarta	35	23.3	23.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	73	48.7	48.7	48.7
	DIPLOMA	10	6.7	6.7	55.3
	S1	63	42.0	42.0	97.3
	S2	3	2.0	2.0	99.3
	S3	1	.7	.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 5.000.000,-	115	76.7	76.7	76.7
	Rp 5.000.001,- sampai Rp 10.000.000,-	25	16.7	16.7	93.3
	Rp 10.000.01,- sampai Rp 20.000.001,-	6	4.0	4.0	97.3
	> Rp 20.000.001,-	4	2.7	2.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Pernah Berzakat Online

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pernah berzakat secara online	113	75.3	75.3	75.3
	Tidak pernah berzakat secara online	37	24.7	24.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Platform yang digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Shopee	13	8.7	8.7	8.7
	Kitabisa.com	31	20.7	20.7	29.3
	OVO	3	2.0	2.0	31.3
	BAZNAS Platform	12	8.0	8.0	39.3
	Dana	19	12.7	12.7	52.0
	Gojek (Go-Pay)	11	7.3	7.3	59.3
	Rumah Zakat	21	14.0	14.0	73.3
	Tokopedia	4	2.7	2.7	76.0
	Laian-lain	36	24.0	24.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Crosstabs

Umur Responden * Platform yang digunakan Crosstabulation

Count

		Umur Responden				Total
		≤ 20 tahun	21 - 30 tahun	31 - 40 tahun	≥ 41 tahun	
Platform yang digunakan	Shopee	3	10	0	0	13
	Kitabisa.com	6	24	1	0	31
	OVO	0	3	0	0	3
	BAZNAS Platform	0	4	2	6	12
	Dana	5	14	0	0	19
	Gojek (Go-Pay)	3	7	0	1	11
	Rumah Zakat	3	14	2	2	21
	Tokopedia	1	3	0	0	4
	Laian-lain	2	12	11	11	36
Total		23	91	16	20	150

Crosstabs

Pendidikan * Platform yang digunakan Crosstabulation

Count

		Pendidikan					Total
		SMA/ SMK	DIPLOMA	S1	S2	S3	
Platform yang digunakan	Shopee	6	0	7	0	0	13
	Kitabisa.com	17	2	12	0	0	31
	OVO	1	1	1	0	0	3
	BAZNAS Platform	4	2	5	1	0	12
	Dana	13	0	6	0	0	19
	Gojek (Go-Pay)	6	0	4	0	1	11
	Rumah Zakat	8	2	10	1	0	21
	Tokopedia	0	0	4	0	0	4
	Laian-lain	18	3	14	1	0	36
Total		73	10	63	3	1	150

Crosstabs

Platform yang digunakan * Pendapatan Crosstabulation

Count

		Pendapatan				
		< Rp 5.000.000,-	Rp 5.000.001,- sampai Rp 10.000.000,-	Rp 10.000.01,- sampai Rp 20.000.001,-	> Rp 20.000.001,-	Total
Platform yang digunakan	Shopee	12	0	0	1	13
	Kitabisa.com	27	3	0	1	31
	OVO	2	1	0	0	3
	BAZNAS Platform	5	6	1	0	12
	Dana	16	2	0	1	19
	Gojek (Go-Pay)	10	0	0	1	11
	Rumah Zakat	14	4	3	0	21
	Tokopedia	3	1	0	0	4
	Laian-lain	26	8	2	0	36
Total		115	25	6	4	150

Crosstabs

Platform yang digunakan * Jenis Kelamin Crosstabulation

Count

		Jenis Kelamin		
		Laki-laki	Perempuan	Total
Platform yang digunakan	Shopee	3	10	13
	Kitabisa.com	1	30	31
	OVO	2	1	3
	BAZNAS Platform	6	6	12
	Dana	7	12	19
	Gojek (Go-Pay)	1	10	11
	Rumah Zakat	5	16	21
	Tokopedia	2	2	4
	Laian-lain	19	17	36
Total		46	104	150

Crosstabs

Platform yang digunakan * Domisili Crosstabulation

Count

		Domisili					
		Kab. Sleman	Kab. Bantul	Kab. Gunung kidul	Kab. Kulon Progo	Kota Yogyakarta	Total
Platform yang digunakan	Shopee	6	1	1	1	4	13
	Kitabisa.com	17	2	0	3	9	31
	OVO	1	0	0	0	2	3
	BAZNAS Platform	5	6	0	0	1	12
	Dana	11	0	3	0	5	19
	Gojek (Go-Pay)	2	2	0	1	6	11
	Rumah Zakat	9	3	2	2	5	21
	Tokopedia	1	1	0	0	2	4
	Laian-lain	21	7	0	7	1	36
Total		73	22	6	14	35	150

Frequencies
Frequency Table

Kemudahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	1	.7	.7	.7
	16	1	.7	.7	1.3
	19	1	.7	.7	2.0
	20	1	.7	.7	2.7
	22	1	.7	.7	3.3
	24	6	4.0	4.0	7.3
	25	2	1.3	1.3	8.7
	26	4	2.7	2.7	11.3
	27	4	2.7	2.7	14.0
	28	8	5.3	5.3	19.3
	29	13	8.7	8.7	28.0
	30	40	26.7	26.7	54.7
	31	17	11.3	11.3	66.0
	32	12	8.0	8.0	74.0
	33	5	3.3	3.3	77.3
	34	9	6.0	6.0	83.3
	35	8	5.3	5.3	88.7
	36	17	11.3	11.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Tingkat kepercayaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	9	1	.7	.7	.7
	14	1	.7	.7	1.3
	15	2	1.3	1.3	2.7
	16	1	.7	.7	3.3
	18	1	.7	.7	4.0
	19	2	1.3	1.3	5.3
	20	8	5.3	5.3	10.7
	21	2	1.3	1.3	12.0
	22	8	5.3	5.3	17.3
	23	9	6.0	6.0	23.3
	24	13	8.7	8.7	32.0
	25	56	37.3	37.3	69.3
	26	8	5.3	5.3	74.7
	27	12	8.0	8.0	82.7
	28	4	2.7	2.7	85.3
	29	10	6.7	6.7	92.0
	30	12	8.0	8.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Transparansi Lembaga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	7	1	.7	.7	.7
	11	1	.7	.7	1.3
	14	1	.7	.7	2.0
	15	3	2.0	2.0	4.0
	16	1	.7	.7	4.7
	18	1	.7	.7	5.3
	19	1	.7	.7	6.0
	20	11	7.3	7.3	13.3
	21	5	3.3	3.3	16.7
	22	6	4.0	4.0	20.7
	23	11	7.3	7.3	28.0
	24	14	9.3	9.3	37.3
	25	45	30.0	30.0	67.3
	26	16	10.7	10.7	78.0
	27	11	7.3	7.3	85.3
	28	5	3.3	3.3	88.7
	30	17	11.3	11.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Kerahasiaan data

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8	1	.7	.7	.7
	12	2	1.3	1.3	2.0
	14	2	1.3	1.3	3.3
	15	1	.7	.7	4.0
	16	13	8.7	8.7	12.7
	17	5	3.3	3.3	16.0
	18	6	4.0	4.0	20.0
	19	4	2.7	2.7	22.7
	20	54	36.0	36.0	58.7
	21	19	12.7	12.7	71.3
	22	12	8.0	8.0	79.3
	23	7	4.7	4.7	84.0
	24	24	16.0	16.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Keamanan data

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1	.7	.7	.7
	12	2	1.3	1.3	2.0
	14	2	1.3	1.3	3.3
	15	1	.7	.7	4.0
	16	12	8.0	8.0	12.0
	17	1	.7	.7	12.7
	18	11	7.3	7.3	20.0
	19	14	9.3	9.3	29.3
	20	56	37.3	37.3	66.7
	21	13	8.7	8.7	75.3
	22	10	6.7	6.7	82.0
	23	9	6.0	6.0	88.0
	24	18	12.0	12.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

Keputusan masyarakat membayar zakat secara online

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	7	1	.7	.7	.7
	13	1	.7	.7	1.3
	14	1	.7	.7	2.0
	15	3	2.0	2.0	4.0
	20	9	6.0	6.0	10.0
	21	3	2.0	2.0	12.0
	22	8	5.3	5.3	17.3
	23	6	4.0	4.0	21.3
	24	9	6.0	6.0	27.3
	25	41	27.3	27.3	54.7
	26	19	12.7	12.7	67.3
	27	11	7.3	7.3	74.7
	28	7	4.7	4.7	79.3
	29	11	7.3	7.3	86.7
	30	20	13.3	13.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

C. UJI HIPOTESIS

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan masyarakat membayar zakat secara online	25.22	3.720	150
Kemudahan	30.43	4.102	150
Tingkat kepercayaan	24.77	3.354	150
Transparansi Lembaga	24.43	3.713	150
Kerahasiaan data	20.21	2.787	150
Keamanan data	19.97	2.792	150

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keamanan data, Kemudahan, Kerahasiaan data, Transparansi Lembaga, Tingkat kepercayaan[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan masyarakat membayar zakat secara online
b. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807[a]	.652	.640	2.232

a. Predictors: (Constant), Keamanan data, Kemudahan, Kerahasiaan data, Transparansi Lembaga, Tingkat kepercayaan
b. Dependent Variable: Keputusan masyarakat membayar zakat secara online

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1344.308	5	268.862	53.965	.000[b]
	Residual	717.432	144	4.982		
	Total	2061.740	149			

a. Dependent Variable: Keputusan masyarakat membayar zakat secara online

b. Predictors: (Constant), Keamanan data, Kemudahan, Kerahasiaan data, Transparansi Lembaga, Tingkat kepercayaan

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.439	1.564		.920	.359		
	Kemudahan	.128	.073	.141	1.765	.080	.377	2.654
	Tingkat kepercayaan	.261	.122	.235	2.138	.034	.200	4.998
	Transparansi Lembaga	.328	.085	.327	3.848	.000	.335	2.989
	Kerahasiaan data	.067	.100	.050	.669	.505	.429	2.329
	Keamanan data	.204	.128	.153	1.588	.114	.260	3.842

a. Dependent Variable: Keputusan masyarakat membayar zakat secara online

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	Kemudahan	Tingkat kepercayaan	Transparansi Lembaga	Kerahasiaan data	Keamanan data
1	1	5.964	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.013	21.481	.67	.01	.02	.12	.02	.01
	3	.010	23.966	.16	.10	.01	.03	.38	.07
	4	.006	30.652	.13	.51	.00	.51	.01	.00
	5	.004	38.355	.04	.09	.06	.20	.51	.61
	6	.003	47.934	.00	.28	.91	.15	.06	.31

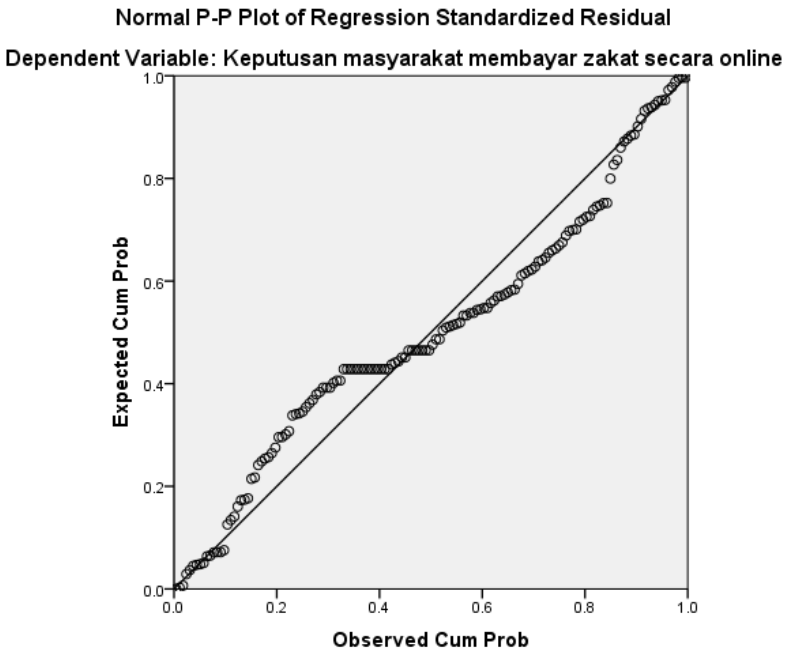
a. Dependent Variable: Keputusan masyarakat membayar zakat secara online

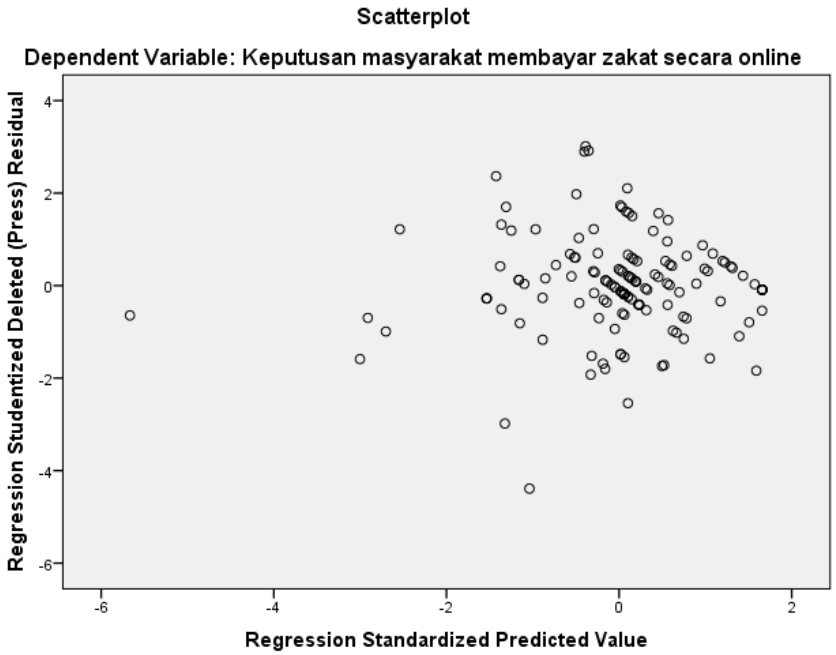
Residuals Statistics[a]

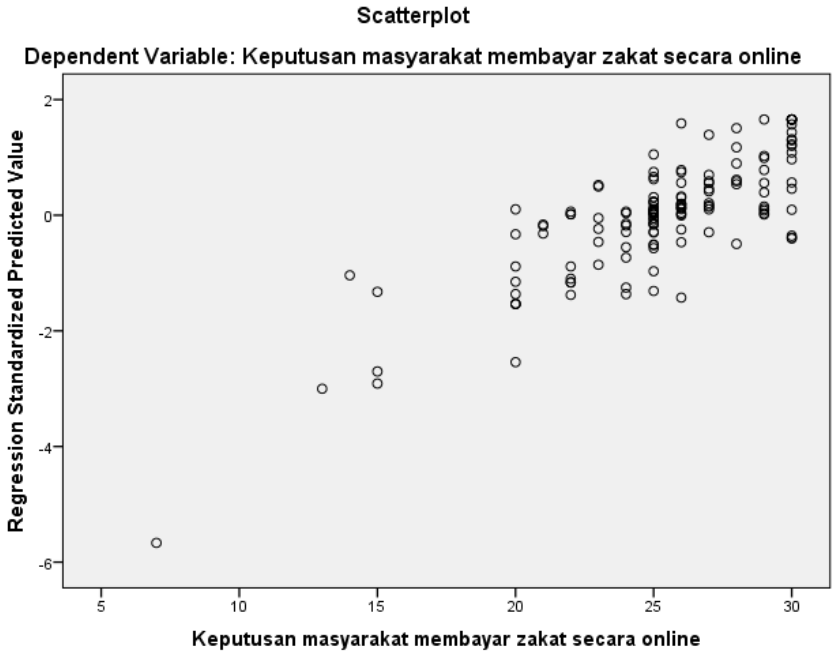
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.20	30.20	25.22	3.004	150
Std. Predicted Value	-5.667	1.657	.000	1.000	150
Standard Error of Predicted Value	.190	1.239	.404	.191	150
Adjusted Predicted Value	8.73	30.23	25.22	2.983	150
Residual	-8.100	5.990	.000	2.194	150
Std. Residual	-3.629	2.683	.000	.983	150
Stud. Residual	-4.134	2.932	-.001	1.027	150
Deleted Residual	-10.514	7.201	-.004	2.403	150
Stud. Deleted Residual	-4.389	3.013	-.001	1.044	150
Mahal. Distance	.082	44.952	4.967	6.515	150
Cook's Distance	.000	.849	.017	.077	150
Centered Leverage Value	.001	.302	.033	.044	150

a. Dependent Variable: Keputusan masyarakat membayar zakat secara online

Charts


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Keputusan masyarakat membayar zakat secara online
Expected Cum Prob
Observed Cum Prob
0.0
0.2
0.4
0.6
0.8
1.0


Scatterplot
Dependent Variable: Keputusan masyarakat membayar zakat secara online
Regression Studentized Deleted (Press) Residual
Regression Standardized Predicted Value
4
2
0
-2
-4
-6


Scatterplot
Dependent Variable: Keputusan masyarakat membayar zakat secara online
Regression Standardized Predicted Value
2
0
-2
-4
-6
5
10
15
20
25
30
Keputusan masyarakat membayar zakat secara online