Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Z Terhadap Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat di Indonesia

SKRIPSI

Oleh:

Nama	: Achmad Santoso
Nomor Mahasiswa	: 20313250
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN JUDUL

Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Z Terhadap Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat di Indonesia

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata I Program Studi Ekonomi Pembangunan, pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama	: Achmad Santoso
Nomor Mahasiswa	: 20313250
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Achmad Santoso

NIM : 20313250

Prodi : Ekonomi Pembangunan

Fakultas : Bisnis dan Ekonomika

Dengan sebenarnya menyatakan bahwa skripsi ini saya susun tanpa tindakan plagiarism sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Jika dikemudian hari ternyata saya melakukan tindakan plagiarism, saya bersedia bertanggung jawab sepenuhnya dan menerima sanksi yang dijatuhkan oleh Universitas Islam Indonesia kepada saya.

Yogyakarta, 1 Maret 2024

Penulis,



Achmad Santoso

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN

No.: 327/Ka.Div/10/Div.PP/III/2024

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	:	**Achmad Santoso**
Nomor Mahasiswa	:	**20313250**
Dosen Pembimbing	:	**Heri Sudarsono, SE., M.Ec.**
Program Studi	:	**Ekonomi Pembangunan**
Judul Karya Ilmiah	:	**Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Z Terhadap Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat di Indonesia**
Nomor HP	:	**081290332207**

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **19% (sembilan belas persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 1 Maret 2024

Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan,

Suwardi, S.IP., M.IP

PENGESAHAN SKRIPSI

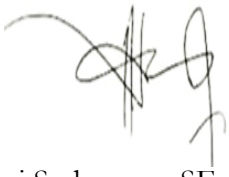
Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Z Terhadap Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat di Indonesia

Nama	: Achmad Santoso
Nomor Mahasiswa	: 20313250
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 1 Maret 2024

telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Heri Sudarsono, SE., M.Ec.

NIP: 993130101

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Z Terhadap Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat di Indonesia

Disusun oleh : ACHMAD SANTOSO

Nomor Mahasiswa : 20313250

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 02 April 2024

Penguji/Pembimbing Skripsi : Heri Sudarsono, SE.,MEc .....

Penguji : Dr. Rokhedi Priyo Santoso, SE., MIDEc. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

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

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahtullahi Wabarakatuh

Alhamdullilahi rabbil 'alamin, segala puji bagi Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas pertolongan, nikmat, dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul "Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Z Terhadap Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat di Indonesia."

Proses menyusun dan menyelesaikan skripsi ini didukung dan bantuan oleh pihak-pihak yang mendukung dan memberikan bantuan baik langsung maupun tidak langsung. Dengan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Johan Arifin, S.E.,M.Si, Ph.D., Selaku Pimpinan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Abdul Hakim., S.E., M.Ec., Ph.D., Selaku Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Heri Sudarsono S.E., M.Ec., Selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Dosen Pengajar, Karyawan, serta Civitas Akademika lainnya yang berada di lingkungan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Orang tua penulis, Bapak Biyantoro Andra Santo, Almarhumah Ibu Markini, dan Ibu Ade Susilo Rini yang telah membesarkan penulis, mendoakan, dan mendukung pendidikan penulis hingga dapat meraih gelar sarjana ini.
6. Teman seperjuangan dari awal kuliah dan mengisi hari-hari penulis pada awal kuliah hingga saat ini yaitu Novan, Febriana, Khoirunnisa, dan masih banyak lagi.
7. Kakak tingkat yang selalu ada dan melewati suka duka bersama selama kuliah di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yaitu Widji.
8. Teman-teman seperjuangan dalam organisasi Himpunan Mahasiswa Ilmu Ekonomi yang sudah memberikan kesempatan penulis untuk menggali

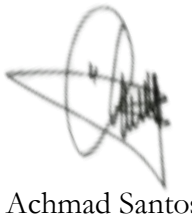
pengalaman dan ilmu serta mengembangkan diri baik secara umum maupun dalam hal keagamaan.

9. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Jazakumullah Khairan kepada semua pihak yang disebutkan diatas, semoga semuanya diberikan kebaikan yang terbaik dari Allah *Subhanahu wa Ta'ala,* dimudahkan hajatnya, dan selalu diberi keberkahan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 1 Maret 2024



Achmad Santoso

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
PENGESAHAN SKRIPSI v
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
ABSTRAK xv
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Batasan Penelitian 5
1.4 Tujuan Penelitian 5
1.5 Manfaat Penelitian 6
1.5.1 Manfaat Teoritis 6
1.5.2 Manfaat Praktis 6
BAB II 7
KAJIAN PUSTAKA 7
2.1 Landasan Teori 7
2.2. Kajian Teoritik dan Hipotesis 10
2.2.1. Literasi Sedekah dan Minat 11
2.2.2. Harapan Kinerja dan Minat 12
2.2.3 Harapan usaha dan Minat 13
2.2.4 Pengaruh sosial dan Minat 14
2.2.5 Kondisi fasilitasi dan Minat 14
2.2.6 Religiusitas dan Minat 15

2.3 Model Penelitian 16
BAB III 18
METODE PENELITIAN 18
3.1 Lokasi Penelitian 18
3.2 Populasi dan Sampel 18
3.2.1 Populasi 18
3.2.2 Sampel 18
3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian 19
3.4 Data dan Sumber Data 22
3.5 Teknik Pengumpulan Data 23
3.6 Skala Pengukuran 23
3.7 Metode Analisis Data 24
3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran Outer Model atau Measurement model 24
1. Convergent Validity 24
2. Discriminant Validity 25
3. Composite Reliability 25
3.7.2 Evaluasi Model Pengukuran Inner Model atau Struktural model 26
1. R-Squared 26
2. Goodness of Fit (GoF) atau Model Fit 26
3. Path Coefficients 26
3.7.3 Pengujian Hipotesis 26
BAB IV 28
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 28
4.1 Karakteristik Responden 28
4.2 Hasil dan Pembahasan 31
4.2.1. Hasil PLS-SEM 31
4.2.2. Evaluasi Model Pengukuran atau *Measurement Model (Outer Model)* 32
4.2.2.1.Uji Validitas 32
1. Convergent Validity 32
4.2.2.2.Uji Relialibilitas 35
1. Composite Reliability 35
4.2.3. Evaluasi Model Structural *(Inner Model)* 37
1. R-Squared 37

3. Path Coefficients 38
4.2.4. Pengujian Hipotesis 40
4.2.4.1 Pengaruh Literasi Sedekah Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat 40
4.2.4.2 Pengaruh Harapan Kinerja Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat 41
4.2.4.3 Pengaruh Harapan Usaha Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat 42
4.2.4.4 Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat 42
4.2.4.5 Pengaruh Kondisi Fasilitasi Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat 43
4.2.4.6 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat 44
BAB V 46
PENUTUP 46
5.1 SIMPULAN 46
5.2 IMPLIKASI 46
5.3 KETERBATASAN PENELITIAN 47
DAFTAR PUSTAKA 49

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel dan Jenis Variabel..... 19
Tabel 3. 2 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Minat (Intention) 20
Tabel 3. 3 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Literasi Sedekah (Alms Literacy) .. 20
Tabel 3. 4 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Harapan Kinerja (Performance Expectancy)..... 20
Tabel 3. 5 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Harapan Usaha (Effort Expectancy) 21
Tabel 3. 6 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Pengaruh Sosial (Social Influence) 21
Tabel 3. 7 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Kondisi Fasilitasi (Facilitating Condition) 22
Tabel 3. 8 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Religiusitas (Religiosity) 22
Tabel 3. 9 Skala Likert Indikator..... 23

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden 28
Tabel 4. 2 Nilai Muatan Outer Loading..... 33
Tabel 4. 3 Hasil Cross Loading 34
Tabel 4. 4 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha..... 36
Tabel 4. 5 Hasil R-Squared 37
Tabel 4. 6 Hasil Goodness of Fit (GoF) atau Model Fit..... 38
Tabel 4. 7 Path Coefficients (Mean, STDEV, t-Value) 39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Financial Technology Paling Sering Digunakan Masyarakat Indonesia 16 Januari - 6 Februari 2023 2
Gambar 1. 2 Komposisi Penduduk Indonesia 2021 4

Gambar 2. 1 Tampilan Mbanking Bank Syariah Indonesia 9
Gambar 2. 2 Model Penelitian 17

Gambar 4. 1 Hasil Uji SmartPLS 4.0 Algorithm 32
Gambar 4. 2 Hasil Uji SmartPLS 4.0 Boothstrapping 37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 57
Lampiran 2 Karakteristik Responden 64
Lampiran 3 Hasil Olah Data 67

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z di Indonesia terhadap penggunaan pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat, dengan memperluas model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Melalui metode *Structural Equation Modelling* (SEM), penulis menganalisis literasi sedekah, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi, dan religiusitas sebagai variabel yang berpotensi memengaruhi minat tersebut. Data primer diperoleh dari survei daring yang melibatkan 108 responden. Temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi sedekah, harapan kinerja, dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Namun, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitasi tidak terbukti sebagai faktor penentu minat tersebut. Implikasi dari temuan ini adalah pentingnya mempertimbangkan literasi sedekah dan aspek religiusitas dalam upaya meningkatkan adopsi pembayaran sedekah digital di kalangan generasi Z di Indonesia.

Kata Kunci : Literasi Sedekah, Religiusitas, UTAUT

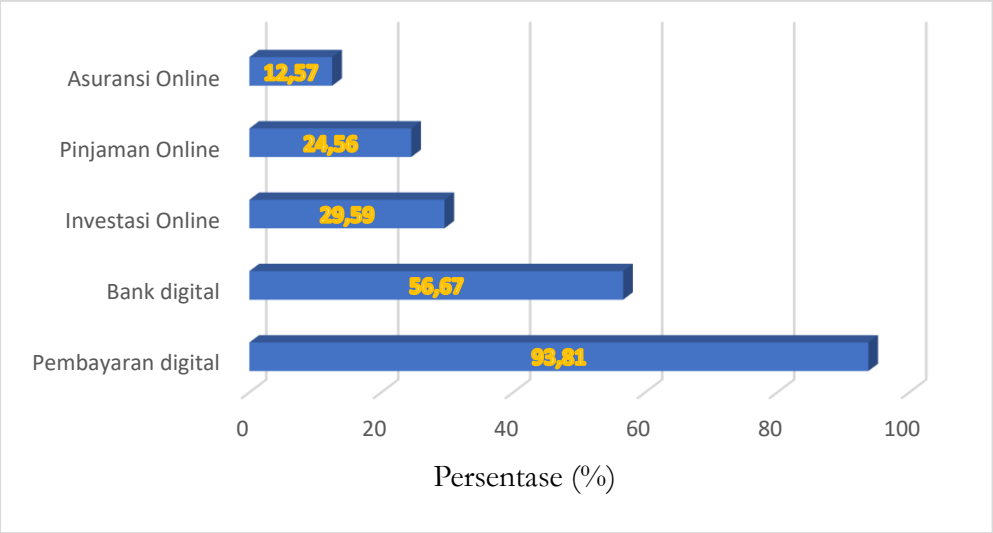
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, peluang dalam berusaha menjadi lebih mudah dan terbuka lebar. Teknologi terus mengalami perkembangan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun, membawa kemungkinan terciptanya teknologi yang lebih mutakhir yang dapat mempermudah pekerjaan manusia. Indonesia merupakan negara yang salah satunya juga merasakan adanya perkembangan teknologi (Kusuma et al., 2020).

Saat ini Indonesia sudah memasuki Revolusi Industri 4.0 atau 4IR. Revolusi Industri 4.0 banyak terjadi perkembangan teknologi termasuk juga dalam industri keuangan atau perbankan yaitu *Financial Technology* atau *FinTech*. *FinTech* merupakan salah satu bentuk penerapan teknologi informasi di bidang keuangan yang muncul oleh Zopa pertama kali pada tahun 2004, yaitu institusi keuangan yang mengoperasikan jasa peminjaman uang hingga bermacam jenis aplikasi untuk berbagai jenis transaksi di Inggris (Otoritas Jasa Keuangan, 2019). Di Indonesia, *Fintech* memiliki banyak jenis yaitu pembayaran, peminjaman atau *lending*, perencanaan keuangan atau *personal finance*, investasi ritel, pembiayaan, dan remitansi.



Gambar 1. 1 Jenis Financial Technology Paling Sering Digunakan Masyarakat Indonesia 16 Januari - 6 Februari 2023

Sumber: DataIndonesia.id, 2023

Berdasarakan hasil survei konsumen financial technology 2023 yang dilakukan pada 16 Januari hingga 6 Februari 2023 oleh DataIndonesia.id secara online, disimpulkan bahwa 81,75% Masyarakat Indonesia paham akan layanan *FinTech*. Jika diperhatikan lagi, *FinTech* pembayaran digital yang paling banyak dipakai masyarakat Indonesia yaitu menjangkau 93,81% responden. Pertimbangan penggunaan *FinTech* pada generasi X yaitu lebih sesuai dengan kebutuhan. Sangat berbeda dengan generasi millenial dan Z karena adanya kemudahan dalam penggunaannya (Pernando, 2023).

Adanya era digital, budaya dunia berubah menjadi lebih dinamis, praktis, dan efisien. Hal ini juga merubah cara bersedekah masyarakat masa kini. Apabila dahulu bersedekah dengan cara dikumpulkan ke masjid dan melalui kotak amal-amal, saat ini sedekah dapat dilakukan di mana saja cukup dengan gawai atau secara online. Dengan kemudahan tersebut, maka terbantahkanlah alasan tidak tersedianya waktu dan kesempatan untuk bersedekah. Karena hanya membutuhkan waktu 5-10 menit saja untuk bertransaksi sedekah secara online. Banyak juga lembaga-lembaga amil zakat di Indonesia yang menawarkan berbagai fiturnya sehingga semakin mempermudah dalam bersedekah digital (Suma, M., 2020).

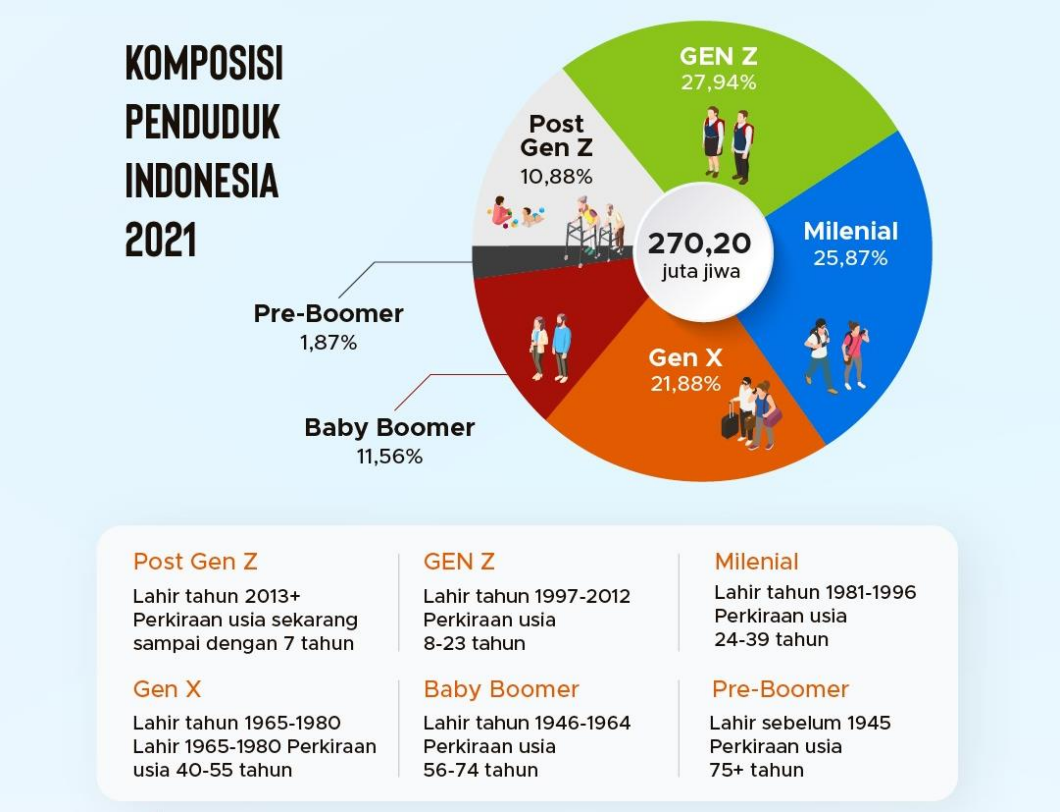
Di sisi lain, salah satu keutamaan dalam bersedekah yaitu dilipatgandakan harta yang disedekahkan oleh Allah serta dapat menghapus dosa bagi muslimin

muslimat. Adanya jarak antara pemberi dan penerima merupakan kelemahan bersedekah digital, tetapi hal tersebut tidak mengurangi nilai dari bersedekah. Namun, bersembunyi dalam hal kebaikan menjadi amalan yang sangat disukai oleh Allah S.W.T (Suma, M., 2020).

Dengan kemudahan sedekah digital, masyarakat akan mudah berdonasi secara langsung dalam upaya penanggulangan bencana dan memberi dampak yang besar bagi para korban. Website maupun akun sosial media yang cenderung tidak berubah, maka akan semakin mempermudah masyarakat untuk bersedekah digital kapan saja (Suma, M., 2020).

Selain lebih mudah, bersedekah digital juga dapat memperluas jangkauan dalam hal kebaikan. Hal tersebut dikarenakan responden dapat dengan mudah memberikan sumbangan kepada responden yang membutuhkan melalui berbagai lembaga yang dapat dijangkau di berbagai wilayah. Tidak hanya itu, sedekah digital dapat disumbangkan ke berbagai keperluan seperti kesehatan, pendidikan, dan bencana alam. Dalam agama, sedekah merupakan amal perbuatan yang sangat dianjurkan serta dapat melatih kepekaan hati dan sifat peduli responden terhadap sekitarnya (Rizky, 2023).

Pada tahun 2021, website baznas.go.id meningkat 51% dalam mengumpulkan ZIS dan DSKL melalui digital. Rizaludin Kurniawan mengatakan perolehan tersebut diketahui sekitar 70% nya merupakan donatur anak muda yang berusia 25-44 tahun. Dengan kemudahan era digital ataupun layanan BAZNAS. Mereka memanfaatkan platform-platform digital untuk berbagi, membayar zakat, dan sedekah. Beliau juga mengajak masyarakat terkhusus anak muda untuk ikut serta berpartisipasi dalam membantu masyarakat yang membutuhkan melalui pembayaran ZIS di layanan-layanan yang BAZNAS sediakan (BAZNAS, 2021).



Gambar 1. 2 Komposisi Penduduk Indonesia 2021

Sumber : (Goodstats, 2021)

Berdasarkan data tersebut, generasi Z mendominasi dalam penduduk di Indonesia sekitar 27,94% dari 270,20 juta jiwa. Maka, akan sangat besar peluangnya untuk mengajak generasi Z dalam berbuat kebaikan yaitu sedekah digital guna membantu masyarakat yang membutuhkan bantuan (Aditiya, 2021).

Dari berbagai uraian di atas, penulis menyimpulkan akan meneliti dengan judul "**Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Z Terhadap Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat di Indonesia**".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi sedekah memengaruhi minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia ?

2. Apakah harapan kinerja memengaruhi minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia ?
3. Apakah harapan usaha memengaruhi minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia ?
4. Apakah pengaruh sosial memengaruhi minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia ?
5. Apakah kondisi fasilitasi memengaruhi minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia ?
6. Apakah religiusitas memengaruhi minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia ?

1.3 Batasan Penelitian

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Objek penelitian merupakan generasi Z di Indonesia pada usia 17 tahun sampai 26 tahun.
2. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarluaskan google form kuesioner.
3. Responden yang diambil pada penelitian ini memiliki kriteria yaitu seresponden muslim, pengguna mbanking BSI, bertempat tinggal di Indonesia, dan tergolong dalam generasi Z (generasi era digital).

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan uraian rumusan masalah di atas yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi sedekah terhadap minat generasi Z membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh harapan kinerja terhadap minat generasi Z membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh harapan usaha terhadap minat generasi Z membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia.
4. Untuk menganalisis pengaruh pengaruh sosial terhadap minat generasi Z membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia.

5. Untuk menganalisis pengaruh kondisi fasilitasi terhadap minat generasi Z membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia.
6. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat generasi Z membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan adanya temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca atau terkhusus bagi peneliti berikutnya yang mengambil topik minat membayar sedekah digital, serta sebagai pengembangan ilmu dari yang sudah diperoleh dalam perkuliahan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Diharapkan dari temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan dan pertimbangan untuk BSI dalam mengembangkan dan meningkatkan fasilitas guna kemudahan generasi Z ketika membayar sedekah digital. Di sisi lain, semoga BSI dapat mengetahui faktor apa saja yang membuat generasi Z minat dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat. Sehingga dapat memperbaiki strategi dalam mendorong generasi Z untuk membayar sedekah terutama secara digital serta melalui BSI Maslahat.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Sedekah Digital

Sedekah merupakan dari kata *shadaqa* yang artinya benar. Yang dimaksud benar dalam hal sejalan baik dari perbuatan, ucapan, dan keyakinan. Sedangkan menurut istilah sedekah diartikan sebagai pemberian dari seorang muslim secara spontan dan tanpa paksaan kepada orang lain dalam jumlah tertentu tanpa adanya batasan waktu serta imbalan (Al-Qudsy, M. 2010).

Adapun hukum sedekah menurut ulama fikih pada dasarnya adalah sunnah muakadah atau sangat dianjurkan. Lain halnya ketika seseorang mempunyai harta berlebih kemudia melihat orang lain kekurangan, seperti orang kelaparan dan akan mengancam jiwanya jika tidak segera makan, maka hukumnya menjadi wajib. Namun demikian sedekah juga bisa berhukum haram apabila seseorang mengetahui harta atau jasa yang diberikan akan dimanfaatkan untuk hal-hal yang buruk (Nurjannah, 2023).

Sedekah tidak hanya soal harta duniawi saja misalnya berupa uang, pakaian, pangan, atau benda yang dapat dilihat secara fisik tetapi juga ada harta rohani misalnya berupa kebaikan, memberi pertolongan, dan memberikan senyum (Retnowati, WI, 2009).

Menurut Beni (2014) sedekah mempunyai manfaat yang sangat luar biasa, apabila dikelola dengan baik sedekah dapat mengurangi kemiskinan di Indonesia. Beberapa manfaat sedekah sebagai berikut:

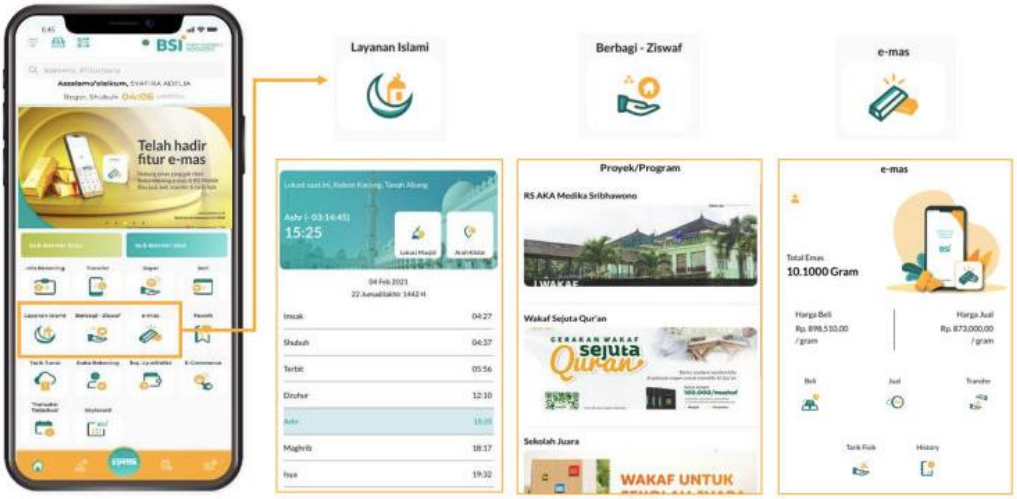
a. Sedekah dapat menghapus dosa
b. Allah melipat gandakan pahala
c. Sedekah dapat membebaskan dari siksa kubur
d. Sedekah adalah obat untuk orang sakit
e. Sedekah dapat membersihkan hati dari penyakit kikir
f. Sedekah dapat melapangkan rezeki

Istilah sedekah digital mengacu pada cara memberikan donasi atau bantuan sosial dengan melalui platform digital seperti situs web atau aplikasi perbankan lainnya. Dengan demikian orang dapat berkontribusi secara cepat, mudah, detail, dan transparan. Sehingga donatur akan lebih percaya karena dapat dengan mudah memantau secara langsung dampak dari sumbangan yang mereka berikan. Dengan sedekah digital, upaya dalam menyebarkan kebaikan serta meringankan beban sesama dapat dilakukan dengan lebih luas dan efisien tanpa mengganti makna dari sedekah yakni niat tulus dan keikhlasan dalam membantu sesama (Laznas PYI Yatim & Zakat, 2023).

2.1.2 BSI Maslahat

BSI Maslahat merupakan mitra strategis dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) guna untuk menyalurkan dan menghimpun dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf), CSR serta Dana Sosial. Lembaga ini didirikan pada tanggal 21 November 2001 dengan nama Yayasan Bangun Sejahtera Mitra Umat (Yayasan BSMU) lalu secara resmi berganti logo dan nama pada tahun 2022 menjadi Bangun Sejahtera Indonesia Maslahat (BSI Maslahat) sebagai upaya memperkuat kemitraan dengan mitra strategis PT Bank Syariah Indonesia (Kurnialam & Puspaningtyas, 2023).

Dalam aktivitas pengelolaan dan penyaluran dana kepada ashnaf mustahik. BSI Maslahat mendasari programnya untuk menyantuni dan memperdayakan potensi para mustahik (penerima manfaat), sehingga mustahik memiliki peluang dan mampu bersaing mengangkat derajat kehidupan yang lebih baik lagi (Kurnialam & Puspaningtyas, 2023).



Gambar 2. 1 Tampilan Mbanking Bank Syariah Indonesia

Sumber: ibukotakini.com, 2021

PT Bank Syariah Indonesia Tbk., sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, menawarkan solusi inovatif bagi para nasabahnya melalui aplikasi BSI Mobile. Aplikasi ini tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi perbankan, tetapi juga menjadi sarana untuk mendukung optimalisasi pengelolaan zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Melalui fitur Berbagi-Ziswaf, nasabah dapat dengan mudah memberikan sumbangan mereka kepada yang membutuhkan. Kerjasama yang erat dengan berbagai lembaga amil zakat, seperti Laznas BSM Umat, Dompet Dhuafa, dan Rumah Zakat, serta BAZNAS yang diakui secara resmi oleh pemerintah, memungkinkan BSI untuk menyalurkan sumbangan dengan efisien dan transparan. Program-program seperti Warteg Mobile, Jadiberkah.id, dan Kitabisa juga menjadi sarana bagi nasabah untuk berkontribusi dalam kegiatan sedekah (ibukotakini, 2021).

Melalui kemitraan resmi dengan Unit Pengelola Zakat (UPZ) BSI, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) telah mengakui peran strategis BSI dalam menghimpun, mengelola, dan menyalurkan zakat kepada penerima yang membutuhkan. Kehadiran UPZ PT Bank Syariah Indonesia Tbk. bukan hanya sebagai lembaga pengelola, tetapi juga menjadi simbol kerjasama aktif bagi semua pihak yang ingin berkontribusi dalam penyaluran zakat secara transparan dan terpercaya sesuai dengan amanah agama dan aturan yang telah ditetapkan (ibukotakini, 2021).

2.1.2 UTAUT

Penelitian ini menggunakan *The Unified Theory of Acceptance, Use of Technology* (UTAUT). UTAUT merupakan gabungan dari beberapa teori yaitu teori kognitif sosial (SCT), teori penerimaan teknologi, teori kognitif sosial, *Technology Acceptance Model* (TAM), teori tindakan beralasan (TRA), model motivasi (MM), teori perilaku terencana (TPB), model penggabungan model penerimaan teknologi, teori perilaku terencana (gabungan TAM dan TPB), dan teori difusi inovasi (IDT model pemanfaatan PC (MPCU) (Ahmad et al., 2014).

The Unified Theory of Acceptance, Use of Technology (UTAUT) dikembangkan dari sintesis komprehensif dari teknologi sebelumnya yaitu studi penerimaan dan penggunaan (Venkatesh et al., 2003). Dengan empat prediktor UTAUT yang mana terbukti memiliki pengaruh antara minat berperilaku dan penggunaan teknologi adalah harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi. Menurut UTAUT, minat perilaku dalam menggunakan teknologi dipengaruhi oleh harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial. Sedangkan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh perilaku niat dan kondisi yang memfasilitasi (Blut et al., 2022)

Berdasarkan variabel yang penulis teliti yaitu literasi sedekah, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi, dan religiusitas terdapat empat prediktor (harapan kinerja, harapan upaya, pengaruh sosial, dan kondisi yang memfasilitasi) yang menguatkan dalam pemilihan teori UTAUT untuk menguji penelitian minat perilaku melakukan pembayaran sedekah digital. Selain itu menurut (Hijriyati et al., 2017) UTAUT dapat menjelaskan faktor-faktor yang mendorong penggunaan fitur sistem. Di sisi lain, UTAUT terbukti lebih berhasil dibandingkan kedelapan teori yang lain dalam menjelaskan hingga 70% varian pengguna (Venkatesh et al., 2003).

2.2. Kajian Teoritik dan Hipotesis

Penelitian ini memanfaatkan beberapa variabel penelitian. Terdapat enam variabel, antara lain literasi sedekah, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi dan religiusitas (Alfyani et al., 2021).

2.2.1. Literasi Sedekah dan Minat

Pengetahuan merupakan hasil dari tahu serta terjadi setelah responden melakukan penyidikan terhadap suatu objek tertentu. Masyarakat memperoleh pengetahuan cenderung melalui mata dan telinga. Pengetahuan adalah salah satu kunci yang sangat penting untuk mendorong/memotivasi responden dalam bertindak sesuatu. Perilaku yang didasari akan pengetahuan akan lebih kuat dibandingkan yang tidak didasari oleh pengetahuan. Menurut Alfyani et al., (2021) mengklasifikasikan pengetahuan menjadi enam tingkatan yaitu mengetahui, memahami, mengaplikasikan, memproses, dan mengevaluasi.

Literasi sedekah dapat juga disebut pengetahuan yang berkaitan dengan konsep serta praktik dalam membayar sedekah. Dalam arti KBBI literasi merupakan sebuah pemahaman responden dalam hal pengetahuan serta mengolah informasi terkait sedekah. Pada penelitian ini bermaksudkan literasi sedekah sebagai kemampuan responden dalam membaca, memahami dan mengolah informasi terkait sedekah (Soemitra & Nasution, 2021).

Menurut Kasri & Yuniar (2021) seseorang dengan literasi sedekah tinggi dapat memicu dirinya untuk menyalurkan sedekahnya ke lembaga resmi. Terkhusus dalam hal sedekah digital, apabila seseorang semakin tinggi literasi sedekahnya maka akan semakin besar pula niat seseorang untuk menyalurkan sedekah ke lembaga resmi melalui platform.

Penelitian Asih, (Kasri & Sosianti, 2023; Sasongko, 2019) menunjukkan bahwa pengetahuan berhubungan positif dan signifikan terhadap minat responden dalam membayar sedekah. Berbeda dengan penelitian (Alfyani et al., 2021; Soemitra & Nasution, 2021) ditemukan bahwa literasi sedekah tidak berpengaruh terhadap minat membayar sedekah. Dari penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi sedekah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia

2.2.2. Harapan Kinerja dan Minat

Menurut Mahri et al., (2019) harapan kinerja merupakan sebuah tingkatan kepercayaan responden dalam menggunakan platform sedekah digital sehingga mendapat keuntungan seperti tidak lamanya dalam transaksi dan dapat dilakukan walaupun tidak harus mendatangi lembaga ZIS. Jika responden mempunyai harapan yang tinggi terhadap kinerja platform pembayaran sedekah digital, maka cenderung akan memunculkan minat responden tersebut untuk melakukan pembayaran sedekah digital.

Venkatesh et al., (2003) menjelaskan bahwa harapan kinerja yaitu bagaimana responden dapat percaya terkait penerapan suatu sistem dalam mendukung pekerjaan mereka. Dalam penelitian ini, diartikan sebagaimana responden yakin bahwa pemakaian pembayaran sedekah digital dapat membantu mereka dalam mencapai efisiensi kerja.

Dalam penelitian (Yu, 2012) mengidentifikasikan bahwa persepsi kegunaan menjadi faktor penting, namun menurut (Yang, 2009) menyimpulkan bahwa keunggulan relatif secara signifikan memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan mobile banking dalam membayar sedekah. Dengan demikian, apabila semakin besar keuntungan yang dirasakan seseorang dalam menggunakan layanan sedekah digital, maka cenderung akan semakin besar seseorang tersebut dalam melakukan pembayaran sedekah digital melalui platform tersebut.

Harapan kinerja secara positif dan signifikan mempengaruhi niat berperilaku. Ini berarti bahwa orang yang menghargai manfaat dari pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat akan cenderung berniat menggunakan layanan tersebut dibandingkan dengan yang kurang memperhatikan manfaatnya (Nordhoff et al., 2020).

Penelitian lain ditemukan bahwa harapan kinerja memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berperilaku (Hau et al., 2021) Musahidah & Sobari, 2021; Rahardjo et al., 2020). Dari penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2. Harapan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia.

2.2.3 Harapan usaha dan Minat

Harapan usaha platform pembayaran sedekah digital merupakan sebuah tingkat kenyamanan yang dapat dirasakan responden dalam menggunakan platform pembayaran sedekah digital. Apabila semakin tinggi harapan usaha responden terhadap platform pembayaran sedekah digital maka akan semakin tinggi munculnya minat responden dalam sedekah menggunakan platform pembayaran sedekah digital (Mahri et al., 2019).

Penyebab tingginya harapan usaha yaitu adanya kemudahan yang dirasakan responden dalam pengoperasian platform pembayaran sedekah digital. Penelitian oleh (Mahri et al., 2019) dapat membuktikan bahwa masyarakat yang membayar sedekah menggunakan platform digital dimotivasi oleh tingginya harapan usaha platform pembayaran sedekah digital.

Dalam sedekah digital, harapan usaha dapat dilihat dari percayanya seseorang akan kemudahan dalam menggunakan layanan sedekah digital (Bin-Nashwan et al., 2021). Maka dari itu seseorang perlu mempunyai pemahaman dasar dalam penggunaan teknologi. Apabila seseorang semakin paham akan teknologi layanan sedekah digital maka akan semakin kuat seseorang dalam membayar sedekah digital melalui platform digital (Kasri & Yuniar, 2021).

Ekspektasi usaha berdampak positif dan signifikan pada niat berperilaku. Ini berarti bahwa orang yang merasa pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat mudah digunakan akan cenderung berniat menggunakan platform tersebut daripada orang yang merasa sebaliknya (Nordhoff et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Sulaeman & Ninglasari, 2020) menyimpulkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat dalam menggunakan dan menerima teknologi. Penelitian ini juga sejalan dengan (Kasri & Yuniar, 2021) yang menjelaskan bahwa harapan usaha

berpengaruh positif terhadap niat menggunakan *online payment*. Berdasarkan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3. Harapan usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia

2.2.4 Pengaruh sosial dan Minat

Pengaruh sosial merupakan gambaran tahap sejauh mana persepsi responden terhadap pengaruh responden lain dalam meyakini penerapan sistem baru (Venkatesh et al., 2003). Dalam penelitian ini, pengaruh sosial dijelaskan sebagai persepsi responden terhadap pengaruh keyakinan responden lain dalam memakai pembayaran sedekah digital.

Dampak dari pengaruh sosial terhadap perilaku responden melalui ketaatan (*complain*), internalisaasi (*internalization*), dan identifikasi (*identification*) **(**Venkatesh & Zhang, 2010). Apabila semakin banyak memberi pengaruh (pendapat dan saran) kepada responden tentang teknologi, maka akan semakin besar mendorong minat responden dalam memakai pembayaran sedekah digital. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu pengaruh sosial mempengaruhi niat perilaku (Izzati, 2020; Patil et al., 2020; Cahyani et al., 2022). Berdasarkan penelitian terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4. Pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia.

2.2.5 Kondisi fasilitasi dan Minat

Kondisi fasilitasi menggambarkan bagaimana responden percaya akan suatu organisasi dan infrastruktur teknis harus membantu penerapan sistem (Venkatesh et al., 2003). Dalam penelitian ini, kondisi fasilitasi merupakan persepsi sebuah organisasi dan infrastruktur teknis harus membantu penerapan pembayaran sedekah digital.

Dalam sedekah digital, kondisi fasilitasi dapat digambarkan dengan adanya sumber daya serta dukungan yang dimiliki seseorang dalam menentukan pemakaian layanan sedekah digital (Kasri & Yuniar, 2021). Seseorang perlu adanya sumber daya dan keterampilan khusus dalam menggunakan teknologi layanan sedekah digital. Maka dari itu jika seseorang memiliki rasa bahwa adanya infrastruktur yang tersedia untuk mendukung dalam menggunakan teknologi layanan sedekah digital, maka niat seseorang tersebut dalam menggunakan teknologi sedekah digital tersebut akan semakin besar (Tam et al., 2020).

Pada penelitian sebelumnya menyatakan bahwa kondisi fasilitasi memengaruhi niat berperilaku (P & Manohar, 2021; Purwanto et al., 2021; Samsudeen et al., 2022; Cahyani et al., 2022). Dari peneliti terdahulu maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5. Kondisi fasilitasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia

2.2.6 Religiusitas dan Minat

Religiusitas merupakan sikap timbal balik serta praktik dalam kehidupan rutin dan mendorong pemahaman tentang asosiasi dan tugas satu sama lain dalam suatu kelompok (Mukhtar & Butt, 2012). Sedangkan menurut Johnson et al., (2001) religiusitas diartikan sejauh mana responden dalam menganut agama dan ajarannya untuk mengarah hubungan antara Tuhan dan manusia, manusia dengan manusia, dan manusia dengan lingkungan.

Menurut Kurniaputri et al., (2020) religiusitas tidak hanya terjadi apabila responden melakukan ibadah saja tapi juga ketika melakukan kegiatan sehari-hari baik itu yang terlihat oleh mata atau yang tidak terlihat seperti di dalam hati dan pikiran responden. Terdapat lima dimensi yang perlu diperhatikan dalam religiusitas, di antaranya dimensi keyakinan, dimensi praktik agama (ritual), dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama, dan dimensi pengamalan.

Komitmen dan kepatuhan seseorang dalam memenuhi perintah agama dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam membantu orang lain melalui sedekah (Kasri & Indriani, 2022). Dalam menilai suatu produk atau jasa pun seorang muslim perlu mempertimbangkan apakah agama melarang atau membolehkannya. Apabila seseorang merasa layanan sedekah digital tidak melanggar aturan agama, maka akan ada peluang besar seseorang tersebut menggunakannya. Maka dari itu, semakin baik layanan sedekah digital serta semakin seorang mempunyai religiusitas yang tinggi maka akan semakin kuat niat seseorang dalam membayar sedekah melalui layanan sedekah digital (Kasri & Sosianti, 2023).

Penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Aristyanto & Edi, 2022) yang membuktikan bahwa religiusitas berpengaruh searah dengan minat masyarakat. Sedangkan hasil dari penelitian (Fadillah, 2021; Rismantari, 2020) yaitu religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan bersedekah. Namun, menurut (Irawati & Fitriyani, 2022a; Kurniaputri et al., 2020) religiusitas memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan dalam mengeluarkan sedekah online. Maka dari penelitian terdahulu dapat dirumuskan sebagai berikut:

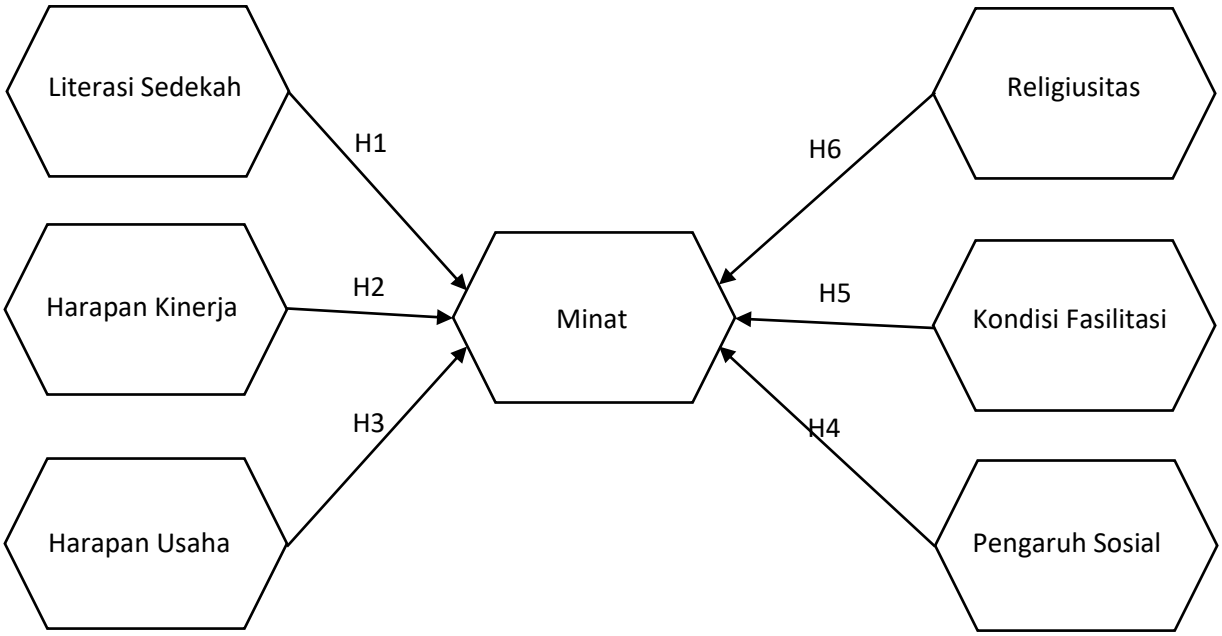
H6. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia.

2.3 Model Penelitian

Dalam menentukan model penelitian ini, penulis melihat model yang hampir sama dan hampir beberapa variabel yang sama juga digunakan dari penelitian sebelumnya yang sudah diujikan oleh (Kasri & Sosianti, 2023; Kasri & Yuniar, 2021); Kurniabudi & Assegraff, 2016; Irawati & Fitriyani, 2022; Faridho & Rini, 2019; Raman et al., 2014; Aji et al., 2021).

Penelitian ini memanfaatkan enam variabel, antara lain literasi sedekah, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi, dan religiusitas. Terdapat 6 hipotesis yang akan diuji, antara lain (H1) pengaruh literasi sedekah

berpengaruh positif terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia, (H2) harapan kinerja berpengaruh positif terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia, (H3) harapan usaha berpengaruh positif terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia, (H4) pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia, (H5) kondisi fasilitasi berpengaruh positif terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia, (H6) religiusitas berpengaruh positif terhadap minat generasi Z dalam membayar sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Gambar 2.2 merupakan gambar dari model penelitian yang akan dilakukan:



Gambar 2. 2 Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang diambil yaitu seluruh provinsi di Indonesia dengan obyek penelitian platform pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah suatu kumpulan dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik atau kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh penulis sebagai fokus pembelajaran dan disimpulkan (Sugiyono, 2016). Dalam konteks penelitian, penting untuk mengidentifikasi apakah populasi tersebut terbatas atau tidak terbatas, serta mempertimbangkan sifatnya yang bisa homogen atau heterogen (Usman & Akbar, 2012).

Dalam penelitian ini penulis memilih populasi yaitu generasi Z di Indonesia yang mempunyai niat/minat dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat dengan usia di atas 17 tahun hingga 26 tahun.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari total populasi penelitian yang dipilih berdasarkan karakteristik dan metode tertentu, sehingga tidak memungkinkan untuk menginvestigasi seluruhnya. Oleh karena itu, diperlukan proses pengambilan sampel. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling di mana setiap anggota populasi dipilih secara tidak acak dan memiliki peluang nol untuk dipilih (Sidiq & Choiri, 2019). Peneliti berencana untuk secara langsung memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu dari anggota populasi, seperti individu generasi Z yang berjenis kelamin laki-laki atau perempuan, beragama Islam, berusia antara 17 hingga 26 tahun, dan tinggal di Indonesia. Metode pengambilan sampel non-probability sampling yang akan digunakan adalah convenience sampling, di mana sampel

dipilih karena keberadaannya yang praktis dan sesuai dengan waktu serta tempat penelitian.

Menurut (Ghozali, 2006) untuk pengujian seluruh hipotesis penelitian menggunakan metode analisis *Partial Least Square* (PLS), besar sampel minimal yang direkomendasikan yaitu sekitar 30 sampai 100 responden. Dikarenakan adanya keterbatasan waktu penelitian serta lokasi dari responden maka pada penelitian ini menggunakan sampel yang ditentukan yaitu sebanyak 108 responden.

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan nilai yang dimiliki oleh suatu objek atau kegiatan yang mengalami variasi, yang telah ditentukan oleh peneliti sebagai fokus pembelajaran dan dapat diambil kesimpulannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam menggunakan pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat. Oleh karena itu, penelitian ini mencakup dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah faktor-faktor yang diduga mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini mungkin mencakup faktor-faktor seperti usia, pendidikan, penghasilan, dan tingkat kepercayaan terhadap teknologi. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen, dalam hal ini adalah minat generasi Z terhadap pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat:

Tabel 3. 1 Variabel dan Jenis Variabel

No.	Nama Variabel	Jenis Variabel
1.	Literasi Sedekah (*alms literacy*), Harapan Kinerja (*performance expectancy*), Harapan Usaha (*effort expectancy*), Pengaruh Sosial (*social influence*), Kondisi Fasilitasi (*facilitating condition),* Religiusitas (*religiosity*)	Bebas atau independent

2.	Minat *(intention)*	Tergantung atau dependen

Tabel 3. 2 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Minat (Intention)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Saya berminat membayar Sedekah atas kemauan Saya sendiri						Purwadani, E., & Ridlwan, A. A. (2022).
2	Saya berminat membayar Sedekah karena mengikuti ajaran Islam						
3	Saya berminat membayar Sedekah karena ingin mendapatkan pahala dan berkah						
4	Saya berminat membayar Sedekah						

Tabel 3. 3 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Literasi Sedekah (Alms Literacy)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Saya mengetahui tentang Sedekah						Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021).
2	Saya mengetahui tentang hukum anjuran Sedekah						
3	Saya mengetahui tentang ketentuan Sedekah						
4	Saya mengetahui tentang manfaat Sedekah						

Tabel 3. 4 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Harapan Kinerja (Performance Expectancy)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Sistem Sedekah online berguna dalam proses pembayaran Saya						Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021).
2	Menggunakan sistem Sedekah online memungkinkan Saya menyelesaikan pembayaran lebih cepat						

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
3	Sistem Sedekah online memungkinkan Saya untuk melakukan pembayaran Sedekah dari mana saja						
4	Menggunakan sistem Sedekah online akan meningkatkan tingkat keberhasilan dalam membayar Sedekah						

Tabel 3. 5 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Harapan Usaha (Effort Expectancy)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Bagi Saya, sistem Sedekah online jelas dan mudah dimengerti						Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021).
2	Bagi Saya, mudah belajar menggunakan sistem Sedekah online ini						
3	Saya akui membayar Sedekah melalui platform online mudah dilakukan						
4	Bagi Saya, mudah untuk menguasai penggunaan platform online dalam membayar Sedekah						

Tabel 3. 6 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Pengaruh Sosial (Social Influence)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Orang-orang di sekitar Saya, mendorong Saya untuk menggunakan sistem Sedekah online						Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021).
2	Orang-orang penting bagi Saya, mendorong Saya untuk menggunakan sistem Sedekah online						
3	Keikutsertaan orang lain mempengaruhi Saya untuk menggunakan sistem Sedekah online						
4	Organisasi pengelola Sedekah mendukung penggunaan sistem Sedekah online						

Tabel 3. 7 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Kondisi Fasilitasi (Facilitating Condition)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Saya memiliki sumber daya yang Saya butuhkan untuk menggunakan sistem Sedekah online						Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021).
2	Saya memiliki pengetahuan yang dibutuhkan untuk menggunakan sistem Sedekah online						
3	Saya memilih membayar Sedekah melalui lembaga yang banyak melakukan publikasi di media social						
4	Saya menerima instruksi yang jelas mengenai pembayaran Sedekah melalui platform online						

Tabel 3. 8 Pernyataan dan Pengukuran Variabel Religiusitas (Religiosity)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Saya memahami isi Al-Qur'an, Al-Hadist dan Ijtihad harus diyakini dan dilaksanakan						Purwadani, E., & Ridlwan, A. A. (2022).
2	Saya menjalankan ibadah sholat dan puasa pada bulan Ramadhan denngan tertib						
3	Saya rajin mengikuti pengajian/tausiah yang ada dilingkungan saya maupun di media social						
4	Saya selalu mencoba mengamalkan ajaran Islam dengan menyebarkan kebaikan kepada sesama, seperti membantu atau menolong orang lain						

3.4 Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer, yang merujuk pada data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, yaitu individu (Abdullah, 2015). Data primer

dalam penelitian ini diperoleh melalui pengisian kuesioner yang disebarkan kepada responden.

Kuesioner merupakan instrumen yang disampaikan kepada responden melalui personal (telepon) atau non-personal (*computer* atau *email*) yang sudah diisi responden. Penelitian ini memanfaatkan angket berupa kuesioner *Google Form* dengan penyebaran secara online melalui media sosial.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Survei dimanfaatkan dalam pengumpulan data pada penelitian ini, karena akan berhubungan secara langsung dengan responden. Selanjutnya responden akan diberikan kuesioner yang sudah terstruktur supaya mengisi jawaban sesuai dengan yang ditawarkan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan ke ribuan responden generasi Z melalui media sosial seperti *WhatsApp, Instagram* dan *Telegram* pada seluruh provinsi di Indonesia. Menurut (Sugiyono, 2018) metode survei adalah suatu aktivitas pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan terhadap responden supaya menjawabnya.

3.6 Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai instrumen untuk mengumpulkan data dengan menggunakan skala Likert yang terdiri dari lima indikator. Indikator-indikator tersebut bertujuan untuk menilai sejauh mana tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang disajikan. Berikut adalah penjelasan tentang pengukuran skala Likert untuk setiap indikator :

Tabel 3. 9 Skala Likert Indikator

Nilai Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

3.7 Metode Analisis Data

Dalam suatu penelitian pengolahan data mempunyai peran yang sangat penting. Hal ini dikarenakan hasil pengolahan yang diperoleh akan menjadi kesimpulan dalam suatu penelitian. Dalam membuat kesimpulan suatu penelitian, data yang diperoleh akan dianalisis terlebih dahulu supaya hasil penelitian menjadi akurat.

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan memanfaatkan metode deskriptif, melalui cara pengumpulan data-data yang siap untuk diolah, kemudian dirancang rumusan serta dapat ditarik kesimpulan. Data yang siap untuk diolah merupakan data primer yang sudah dikumpulkan dari kuesioner penelitian sebelumnya dan telah disusun menurut indikator dalam variabel yang memakai skala *Likert* satu sampai lima.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *software SmartPLS 4.0* guna membantu dalam pengolahan data. Metode analisis data pada penelitian ini yaitu menggunakan *Unified Theory Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). UTAUT merupakan sebuah metode atau teori guna melihat sudah sejauh mana penerimaan individu (user) terhadap teknologi yang diberikan. UTAUT sudah terbukti lebih berhasil dibandingkan teori lain seperti TRA, TPB, TAM dan lainnya (Venkatesh et al., 2003).

3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran Outer Model atau Measurement model

Outer model, juga dikenal sebagai outer relation atau model pengukuran, memeriksa hubungan antara masing-masing indikator dan variabel latennya. Model pengukuran ini dilakukan untuk memastikan bahwa pengukuran yang digunakan dapat dianggap valid dan reliabel. Dalam pengujian outer model, akan dilakukan evaluasi terhadap Validitas Konvergen, Validitas Diskriminan, dan Keandalan Komposit (Paulus & Wardhani, 2018).

1. **Convergent Validity**

   Convergent Validity dalam model pengukuran digunakan untuk mengukur seberapa kuat korelasi antara konstruk dan variabel laten. Evaluasi Convergent Validity dilakukan dengan melihat nilai faktor beban

terstandarisasi. Jika faktor beban standarisasi untuk pengukuran (indikator) konstruk melebihi 0,70, maka itu dianggap ideal, menunjukkan bahwa indikator tersebut valid sebagai pengukur konstruk. Di sisi lain, nilai faktor beban standarisasi di atas 0,50 masih dapat diterima, namun jika nilainya kurang dari 0,50, maka indikator tersebut tidak dapat dimasukkan ke dalam model (Khotimah, 2018).

2. Discriminant Validity

Evaluasi *Discriminant Validity* merupakan pengukuran indikator reflektif dengan skor variabel latennya. *Discriminant Validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing model laten berbeda dengan variabel lainnya. Pengujian bertujuan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur melakukan fungsi pengukurannya (Ghozali, 2016). Hal ini dapat diamati melalui nilai *cross loading*. Ukuran *cross loading* merupakan perbandingan antara korelasi indikator dengan konstruknya dan konstruk-konstruk lainnya. Nilai dari setiap item variabel harus di atas 0,70 (Khotimah, 2018).

3. Composite Reliability

Uji reliabilitas dilakukan bertujuan untuk mengukur konsistensi internal pada alat ukur penelitian. Uji reliabilitas menyatakan sejauh mana hasil atau pengukuran dapat dipercaya, dan memberikan hasil pengukuran yang relatif konsisten setelah dilakukan beberapa kali pengukuran (Azwar, 2011). *Composite Reliability* diamati dari nilai *latent variable coefficient*. Dari hasil output tersebut, kriteria yang diamati ada dua hal antara lain *composite Reliability* dan *cronbach's alpha. Composite* reliability adalah kelompok indikator yang mengukur variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik berdasarkan nilai *Composite reliability*. Sedangkan *Alpha Cronbach* (reliabilitas internal konsisten) merupakan kelompok indikator yang mengukur sebuah variabel memiliki reliabilitas komposit yang baik berdasarkan nilai koefisien alpha (Solimun, 2017). Keduanya disarankan mempunyai nilai lebih dari 0,70 yang dijadikan syarat reliabilitas (Khotimah, 2018)

3.7.2 Evaluasi Model Pengukuran Inner Model atau Struktural model

Inner model mempunyai fungsi untuk memahami keakuratan model struktural yang telah dirancang. Dalam mengamati evaluasi inner model dalam penelitian ini, akan dilakukan dengan tiga tahap uji yaitu dari *R-Squared*, *Goodness Of Fit Index (GoF),* dan *Path Coefficient*.

1. **R-Squared**

   R-Squared digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar variabel laten endogen dapat diprediksi oleh inner model. Ini dilakukan dengan menganalisis nilai R-Squared yang berkisar antara 0 dan 1. R-Squared membantu dalam menjelaskan sejauh mana pengaruh variabel laten eksogen terhadap variabel endogen, apakah itu memiliki pengaruh yang signifikan, moderat, atau lemah (Ghozali & Latan, 2015).

2. **Goodness of Fit (GoF) atau Model Fit**

   Goodness of Fit (*GoF*) digunakan untuk mengevaluasi kecocokan model secara keseluruhan. *GoF* memvalidasi integritas baik outer model maupun inner model (Sumiarni, 2019). Penilaian *Goodness of Fit* (GoF) dilakukan dengan mempertimbangkan nilai SRMR (*Standardized Root Mean Square Residual*), yang dianggap cocok jika kurang dari 0,10 atau bahkan 0,08, dan NFI (*Normed Fit Index*) yang harus lebih dari 0,90.

3. **Path Coefficients**

   Path Coefficient dimanfaatkan guna untuk acuan dalam mengamati seberapa besar pengaruh secara parsial dengan nilai kisaran antara 0 sampai 1. Nilai dalam *path coefficient* ini yang dimanfaatkan untuk menentukan persamaan structural dari model yang diujikan (Maulana, 2023).

3.7.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan proses untuk menguji kebenaran pernyataan tentang populasi. Proses ini melibatkan pengambilan sampel dari populasi, di mana hasil statistik dari sampel tersebut digunakan untuk menguji kebenaran pernyataan

tentang populasi. Selanjutnya, dianalisis apakah ada bukti empiris yang mendukung atau menolak pernyataan tersebut. Hipotesis dapat diterima jika nilai sig (P-Values) kurang dari 0,05 dan nilai T-statistik melebihi nilai t-tabel 1,96.

Melalui pendekatan PLS, uji hipotesis dilakukan melalui simulasi *software SmartPLS 4.0* dengan metode *bootstrapping* terhadap sampel. Pengujian *bootstrapping* dilakukan agar meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden ditampilkan untuk mendeskripsikan data-data yang didapatkan dari data responden. Karakteristik responden yang diambil melalui penelitian ini yaitu jenis kelamin responden, usia responden, pendidikan responden, pengeluaran per bulan responden dan asal provinsi responden. Hal demikian diperlukan agar dapat menyampaikan detail gambaran terkait situasi responden. Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel berjumlah 108 responden. Menurut pendapat Sugiyono, 2015) mengatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 sampai 500. Maka dalam penentuan jumlah 108 responden atau sampel dalam penelitian ini sudah sesuai kriteria sehingga layak untuk diteliti. Berikut detail karakteristik responden dalam penelitian ini:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		**Frekuensi**	**Presentase**
Jenis Kelamin	Laki-laki	39	36%
	Perempuan	69	64 %
Total		**108**	**100%**
Usia	17-20 tahun	15	14 %
	21- 23 tahun	74	69 %
	24-26 tahun	19	18 %
Total		**108**	**100%**
Pendidikan Terakhir	SMA	65	60 %
	Diploma	5	5 %
	Sarjana	35	32 %
	Magister	3	3%
	Doctor	0	0 %
Total		**108**	**100%**
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	80	74%

	Pegawai Swasta	18	17%
	Pegawai Negeri	3	3%
	Wiraswasta	3	3%
	Ibu Rumah Tangga	1	1%
	Pengangguran	3	3%
Total		**108**	**100%**
Pengeluaran per bulan (dalam rupiah)	Kurang dari 1.000.000	24	22%
	1.000.000-2.000.000	35	32%
	2.000.000-3.000.000	32	30%
	3.000.000-4.000.000	5	5%
	4.000.000-5.000.000	7	6%
	Lebih dari 5.000.000	5	5%
Total		**108**	**100%**
Provinsi di Indonesia	Nanggroe Aceh Darussalam	4	4%
	Sumatera Utara	2	2%
	Sumatera Barat	1	1%
	Riau	3	3%
	Kepulauan Riau	1	1%
	Jambi	2	2%
	Sumatera Selatan	1	1%
	Bangka Belitung	4	4%
	Bengkulu	3	3%
	Lampung	3	3%
	DKI Jakarta	20	19%
	Banten	19	18%
	Jawa Barat	12	11%
	Jawa Tengah	9	8%
	Daerah Istimewa Yogyakarta	9	8%
	Jawa Timur	10	9%
	Bali	2	2%

	Nusa Tenggara Barat	1	1%
	Nusa Tenggara Timur	0	0%
	Kalimantan Barat	0	0%
	Kalimantan Tengah	0	0%
	Kalimantan Selatan	0	0%
	Kalimantan Timur	1	1%
	Kalimantan Utara	1	1%
	Sulawesi Utara	0	0%
	Gorontalo	0	0%
	Sulawesi Tengah	0	0%
	Sulawesi Barat	0	0%
	Sulawesi Selatan	0	0%
	Sulawesi Tenggara	0	0%
	Maluku	0	0%
	Maluku Utara	0	0%
	Papua Barat	0	0%
	Papua	0	0%
	Papua Tengah	0	0%
	Papua Pegunungan	0	0%
	Papua Selatan	0	0%
	Papua Barat Daya	0	0%

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil survey responden yang ditunjukkan dalam tabel di atas dapat diketahui bahwa responden paling banyak diperoleh dengan berjenis kelamin perempuan sebanyak 69 responden atau 64% sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 39 responden atau 36%.

Selanjutnya untuk karakteristik responden dari 108 responden yang memiliki usia 17-20 tahun sebanyak 15 responden atau 14%, yang berusia 21-23 tahun sebanyak 74 responden atau 69% nya, sedangkan yang berusia 24-26 tahun ada sebanyak 19

responden atau 18%. Jadi responden yang terbanyak dari hasil survey yaitu pada usia 21-23 tahun.

Dilihat dari tingkat pendidikan terakhir responden yang terbanyak yaitu pada tingkat SMA/SMK/Sederajat yaitu sebanyak 65 responden atau 60% nya. Pada tingkat pendidikan sarjana responden terdapat 35 responden atau 32%. Berbeda dengan tingkat pendidikan diploma yang hanya mendapat responden sebanyak 5 responden atau 5% dan magister sebanyak 3 atau 3%. Di sisi lain pada tingkat pendidikan doctor tidak mendapatkan responden atau 0 responden (0%).

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang mendominasi adalah sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 80 responden atau 74%. Pekerjaan lainnya sebagai pegawai swasta 18 responden atau 17%, untuk pegawai negeri, wiraswasta, dan pengangguran memiliki jumlah responden sama yaitu 3 responden atau 3%. Pekerjaan yang mendapat responden paling sedikit yaitu sebagai ibu rumah tangga hanya 1 responden atau 1%.

Pengeluaran responden dalam sebulan paling banyak di sekitar Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 terdapat 35 responden atau sekitar 32% nya. Sedangkan untuk yang paling sedikit itu pengeluaran per bulan yang lebih dari Rp 5.000.000 yaitu terdapat 5 responden atau hanya sekitar 5%.

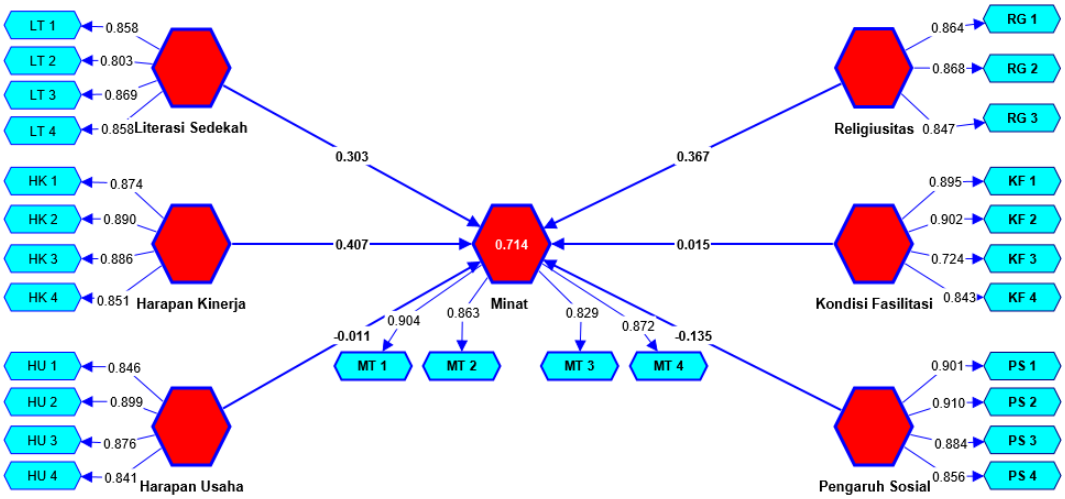
Dari survei dihasilkan bahwa responden terbanyak berasal dari provinsi DKI Jakarta yaitu sebanyak 20 responden atau 19%. Selanjutnya disusul dari provinsi Banten sebanyak 19 responden atau 18% dan provinsi Jawa Barat sebanyak 12 responden atau 11%. Kemudian dengan sejumlah 38 provinsi di Indonesia sekitar 20 provinsi atau 53% mendapatkan responden serta 18 provinsi atau 47% tidak mendapatkan responden sesuai dengan tabel 4.1 di atas.

4.2 Hasil dan Pembahasan

4.2.1. Hasil PLS-SEM

Berikut adalah tampilan hasil pengolahan PLS Algorithm pada Minat Generasi Z Terhadap Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat di

Indonesia yang dianalisis menggunakan software SmartPLS 4.0 untuk memperoleh model terbaik :



Gambar 4. 1 Hasil Uji SmartPLS 4.0 Algorithm

Sumber: Output SmartPLS 4.0, Data Diolah (2023)

4.2.2. Evaluasi Model Pengukuran atau *Measurement Model (Outer Model)*

Evaluasi model pengukuran atau *measurement model (outer model)* digunakan untuk mengamati bagaimana hubungan dari variabel laten bersama indikatornya atau *outer model* guna dimaksudkan apakah dari masing-masing indikator memiliki hubungan bersama variabel latennya (Fordian & Ramadiawati, 2020).

4.2.2.1.Uji Validitas

1. Convergent Validity

Untuk mengetahui suatu nilai convergent validity kita bisa melihat bagaimana korelasi di antara skor indikator bersama skor konstruknya (loading factor) di mana kriteria nilai loading factor masing-masing indikator berada di atas nilai 0,70. Hal ini dapat dikatakan valid (Widianto & Aryanto, 2018).

Di bawah ini merupakan hasil dari outer loading masing-masing indikator baik dari variabel independen

ataupun variabel dependen yang diperoleh dari hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 4.0 :

Tabel 4. 2 Nilai Muatan Outer Loading

	Outer loadings
HK 1 <- Harapan Kinerja	0.874
HK 2 <- Harapan Kinerja	0.890
HK 3 <- Harapan Kinerja	0.886
HK 4 <- Harapan Kinerja	0.851
HU 1 <- Harapan Usaha	0.846
HU 2 <- Harapan Usaha	0.899
HU 3 <- Harapan Usaha	0.876
HU 4 <- Harapan Usaha	0.841
KF 1 <- Kondisi Fasilitasi	0.895
KF 2 <- Kondisi Fasilitasi	0.902
KF 3 <- Kondisi Fasilitasi	0.724
KF 4 <- Kondisi Fasilitasi	0.843
LT 1 <- Literasi Sedekah	0.858
LT 2 <- Literasi Sedekah	0.803
LT 3 <- Literasi Sedekah	0.869
LT 4 <- Literasi Sedekah	0.858
MT 1 <- Minat	0.904
MT 2 <- Minat	0.863
MT 3 <- Minat	0.829
MT 4 <- Minat	0.872
PS 1 <- Pengaruh Sosial	0.901
PS 2 <- Pengaruh Sosial	0.910
PS 3 <- Pengaruh Sosial	0.884
PS 4 <- Pengaruh Sosial	0.856
RG 1 <- Religiusitas	0.864

RG 2 <- Religiusitas	0.868
RG 3 <- Religiusitas	0.847

Sumber: Data Primer Diolah SmartPLS (2023)

Dapat dilihat dari hasil pengolahan data (tabel 4.2) menunjukkan bahwa semua indikator variabel memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Maka dengan demikian dapat dikatakan konstruk **diterima** atau **valid**. Artinya semua variabel mempunyai *convergent validity* yang baik.

2. **Discriminant Validity**

Discriminant validity dilakukan dengan mengamati nilai *cross loading*. Hal ini dapat diketahui apabila nilai loading dari masing-masing item terhadap konstruknya lebih besar dibandingkan dengan nilai *cross loadingnya*. Berikut hasil pengolahan data menggunakan smartPLS 4.0 :

Tabel 4. 3 Hasil Cross Loading

	Harapan Kinerja	Harapan Usaha	Kondisi Fasilitasi	Literasi Sedekah	Minat	Pengaruh Sosial	Religiusitas
HK 1	**0.874**	0.560	0.580	0.460	0.608	0.507	0.409
HK 2	**0.890**	0.624	0.607	0.509	0.623	0.435	0.494
HK 3	**0.886**	0.640	0.646	0.591	0.699	0.411	0.499
HK 4	**0.851**	0.684	0.683	0.599	0.542	0.572	0.382
HU 1	0.670	**0.846**	0.695	0.620	0.547	0.412	0.427
HU 2	0.618	**0.899**	0.653	0.493	0.515	0.442	0.489
HU 3	0.622	**0.876**	0.687	0.475	0.543	0.432	0.510
HU 4	0.559	**0.841**	0.675	0.579	0.529	0.443	0.498
KF 1	0.608	0.699	**0.895**	0.592	0.541	0.551	0.525
KF 2	0.673	0.704	**0.902**	0.643	0.594	0.551	0.493
KF 3	0.503	0.465	**0.724**	0.376	0.380	0.607	0.380

KF 4	0.618	0.736	**0.843**	0.621	0.557	0.503	0.504
LT 1	0.519	0.573	0.543	**0.858**	0.694	0.250	0.530
LT 2	0.484	0.427	0.522	**0.803**	0.527	0.328	0.491
LT 3	0.486	0.494	0.556	**0.869**	0.562	0.401	0.543
LT 4	0.590	0.605	0.660	**0.858**	0.647	0.437	0.506
MT 1	0.670	0.566	0.542	0.673	**0.904**	0.319	0.513
MT 2	0.530	0.401	0.464	0.614	**0.863**	0.345	0.670
MT 3	0.569	0.590	0.548	0.594	**0.829**	0.335	0.636
MT 4	0.691	0.580	0.604	0.631	**0.872**	0.367	0.604
PS 1	0.505	0.502	0.615	0.398	0.356	**0.901**	0.430
PS 2	0.422	0.404	0.531	0.313	0.253	**0.910**	0.374
PS 3	0.471	0.393	0.541	0.264	0.332	**0.884**	0.455
PS 4	0.502	0.452	0.577	0.455	0.414	**0.856**	0.447
RG 1	0.433	0.435	0.488	0.519	0.559	0.401	**0.864**
RG 2	0.448	0.550	0.504	0.577	0.632	0.454	**0.868**
RG 3	0.441	0.441	0.472	0.475	0.602	0.399	**0.847**

Sumber: Output SmartPLS 4.0, Data Diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 hasil dari *cross loading*, bisa dilihat adanya nilai korelasi variabel laten dengan indikator lebih besar dibandingkan nilai korelasi lainnya. Hal ini dibuktikan pada angka yang dibold lebih besar daripada lainnya di masing-masing item. Selain itu, nilai *cross loading* pada setiap variabel di atas 0,50. Disimpulkan bahwa analisis *cross loading* tidak ada permasalahan *discriminant validity*.

4.2.2.2.Uji Relialibilitas

1. Composite Reliability

Composite reliability digunakan untuk mengukur uji reliabilitas indikator-indikator pada suatu variabel. Apabila nilai *composite reliability* di atas 0,70 maka dapat dikatakan sudah memenuhi uji reliabilitas. Selain itu hasil uji reliabilitas dapat diperkuat dengan hasil nilai *cronbach's*

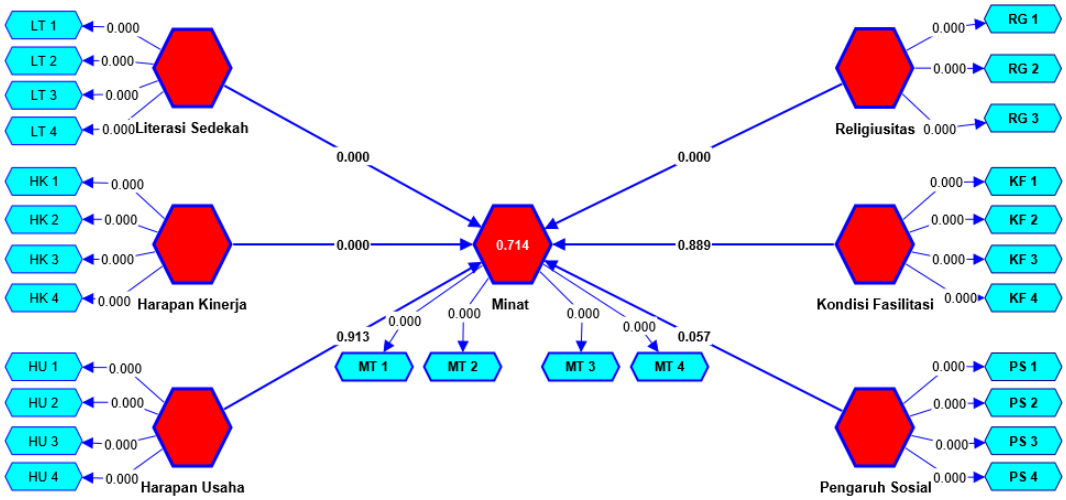
alpha di atas 0,60 (Ekawati et al., 2020) Adanya uji reliabilitas melalui *composite reliability* guna memperhatikan akurasi, konsistensi serta ketepatan instrumen pada pengukuran konstruk. Berikut hasil uji *composite reliability* dan *cronbach's alpha* menggunakan SmartPLS 4.0 pada table 4.4 :

Tabel 4. 4 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Harapan Kinerja	0.899	0.906	0.929	0.767
Harapan Usaha	0.889	0.889	0.923	0.750
Kondisi Fasilitasi	0.864	0.886	0.908	0.712
Literasi Sedekah	0.870	0.879	0.911	0.718
Minat	0.890	0.891	0.924	0.752
Pengaruh Sosial	0.912	0.928	0.937	0.788
Religiusitas	0.824	0.826	0.895	0.739

Sumber: Output SmartPLS 4.0, Data Diolah (2023)

Pada Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa hasil nilai *Composite Reliability* pada semua variabel berada di atas 0,70. Selain itu, dari hasil nilai *cronbach's alpha* juga berada di atas 0,6. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa responden konsisten dalam menjawab setiap pertanyaan, sehingga bisa disimpulkan semua konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang baik.



Gambar 4. 2 Hasil Uji SmartPLS 4.0 Boothstrapping

Sumber: Output SmartPLS 4.0, Data Diolah (2023)

4.2.3. Evaluasi Model Structural *(Inner Model)*

Dalam melakukan evaluasi model structural dengan *inner model* dapat melalui *R-Square*, *Goodness of Fit* (GoF), dan *Path Coefficients*.

1. R-Squared

R-Squared digunakan untuk menggambarkan seberapa besar pengaruh variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen apakah. Nilai *R-Squared* merupakan koefisien dterminasi pada konstruk dependen. Menurut (Chin, 1998) nilai *R-Squared* sebesar 0,67 (kuat), 0,33 (moderat), dan 0,19 (lemah). Hasil olah data untuk *R-Square* sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Hasil R-Squared

	R-square	R-square adjusted
Minat	0.714	0.712

Sumber: Output SmartPLS 4.0, Data Diolah (2023)

Sesuai dengan hasil *R-Squared* yang ditunjukkan tabel 4.5, bahwa nilai *R-Squared* pada variabel minat generasi Z terhadap pembayaran

sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia sebesar 0,714. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel minat generasi Z terhadap pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia dipengaruhi oleh variable literasi sedekah, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh social, kondisi fasilitasi, dan religiusitas sebesar 71,4%. Sedangkan untuk sisanya 28,6% dapat dipengaruhi oleh variabel lain. Dari hasil *R-Squared* tersebut maka model dikatakan bersifat kuat karena nilai 71,4% mendekati 100% artinya semakin baik model dalam memprediksi variabel dependen.

2. Goodness of Fit (GoF) atau Model Fit

Kriteria *Goodness of Fit* (GoF) atau *Model Fit* yaitu apabila nilai SRMR atau *Standardized Root Mean Square* kurang dari 0,100. Hasil dari *Model Fit* sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Goodness of Fit (GoF) atau Model Fit

	Saturated model	Estimated model
SRMR	**0.070**	0.070
d_ULS	1.866	1.866
d_G	1.158	1.158
Chi-square	6.401.424	6.401.424
NFI	0.742	0.742

Sumber: Output SmartPLS 4.0, Data Diolah (2023)

Hasil di atas menunjukkan bahwa nilai SRMR yang ditemukan yaitu sebesar 0,070. Maka dari itu dapat dikatakan model sudah fit karena sudah sesuai kriteria di mana nilai SRMR harus kurang dari 0,100.

3. Path Coefficients

Path Coefficients merupakan nilai untuk menunjukkan arah hubungan pada suatu variabel. Apakah suatu hipotesis mempunyai arah yang positif atau negatif. *Path Coefficients* memiliki rentang nilai dari -1 sampai

dengan 1. Apabila nilai *path coefficients* berada dalam rentang 0 sampai dengan 1 dapat dikatakan positif. Sedangkan nilai *path coefficients* berada dalam rentang -1 sampai dengan 0 maka dapat dikatakan negatif (Ghozali, 2016).

Tabel 4. 7 Path Coefficients (Mean, STDEV, t-Value)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Harapan Kinerja -> Minat	0.407	0.405	0.092	4.439	0.000
Harapan Usaha -> Minat	-0.011	-0.019	0.105	0.109	0.913
Kondisi Fasilitasi -> Minat	0.015	0.017	0.108	0.140	0.889
Literasi Sedekah -> Minat	0.303	0.309	0.069	4.381	0.000
Pengaruh Sosial -> Minat	-0.135	-0.135	0.071	1.900	0.057
Religiusitas -> Minat	0.367	0.364	0.074	4.940	0.000

Sumber: Output SmartPLS 4.0, Data Diolah (2023)

Hasil tabel di atas *Path Coefficients* yang merupakan hasil pengujian pengaruh langsung (direct effect) sehingga dapat dinyatakan sebagai berikut:

- Harapan kinerja berpengaruh positif terhadap minat dengan t statistik 4.439 (P= 0.000).
- Harapan usaha tidak berpengaruh positif terhadap minat dengan t statistik 0.109 (P= 0.913).
- Kondisi fasilitasi tidak berpengaruh positif terhadap minat dengan t statistik 0.140 (P= 0.889).

- Literasi sedekah berpengaruh positif terhadap minat dengan t statistik 4.381 (P= 0.000).
- Pengaruh sosial tidak berpengaruh positif terhadap minat dengan t statistik 1.900 (P= 0.057).
- Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat dengan t statistik 4.940 (P= 0.000).

4.2.4. Pengujian Hipotesis

Setelah mengevaluasi Outer Model dan Inner Model, langkah selanjutnya melakukan uji hipotesis. Hipotesis bisa juga dikatakan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Pendapat (Sugiyono, 2017) suatu kebenaran dari hipotesis harus dibuktikan dengan data yang terkumpul.

Suatu hipotesis bisa diterima atau ditolak secara statistik dapat dihitung dengan metode resampling bootstrap. Dalam menguji pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari p-values < 0.05 atau t-statistics < 1.96.

4.2.4.1 Pengaruh Literasi Sedekah Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat

Pada variabel independen pertama hasil pengujian hipotesis menampilkan bahwa variabel literasi sedekah berpengaruh terhadap minat dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat. Hal ini dapat diperhatikan nilai original sampel sebesar 0,303 yang artinya bersifat positif. Lain halnya pada nilai *t-statistics* sebesar 4,381 di mana lebih besar dari 1,96 dengan p value 0,000 kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi sedekah terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Dengan demikian dapat dikatakan hipotesis satu (H1) **diterima**.

Penelitian sebelumnya yang sejalan yaitu (Kasri & Yuniar, 2021; Yusfiarto et al., 2020) yang mengonfirmasi bahwa literasi sedekah pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar sedekah secara online. Menurut (Asih et al., 2023; Larasati & Yudiantoro, 2022; Safitri & Hapsari, 2022; Sumaiya et al., 2022) yang menyimpulkan bahwa literasi sedekah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat

mahasiswa dalam bersedekah. Pemahaman terhadap literasi sedekah yang dimiliki mahasiswa semakin baik melalui perkuliahan terkait sedekah dan digitalisasi sehingga dapat memengaruhi minat mahasiswa dalam bersedekah digital.

4.2.4.2 Pengaruh Harapan Kinerja Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat

Pada variabel independen kedua hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh harapan kinerja terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat. Dari tabel 4.6 nilai original sample sebesar 0,407 yang bersifat positif. Berbeda dengan nilai *t-statistics* sebesar 4,439 lebih besar dari *t-tabel* sebesar 1,96 dengan p value 0,000 kurang dari 0,05 yang artinya signifikan. Sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harapan kinerja terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Oleh karena itu hipotesis dua (H2) **diterima**.

Penelitian Kasri & Yuniar, (2021) menemukan bahwa variabel harapan kinerja mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan niat umat islam dalam membayar sedekah secara online. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Achiriani & Hasbi, (2021) di mana menyimpulkan bahwa harapan kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat bersedekah secara online.

Hasil penemuan ini juga didukung oleh beberapa peneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa harapan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat individu dalam menggunakan teknologi baru (Bin-Nashwan et al., 2021; Kasri & Yuniar, 2021; Li, He, Song, Yang, & Zhou, 2018). Masyarakat akan lebih terbantu dalam bersedekah melalui *online payment* karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sehingga mengefisiensi waktu (Puspa et al., 2021). Dari temuan ini, dapat diketahui bahwa niat seseorang untuk membayar sedekah melalui digital dilatarbelakangi dengan adanya kejelasan manfaat atau kegunaan serta keuntungan yang berdampak pada kinerja platform sedekah digital. Selain itu, manfaat utama layanan platform sedekah digital yang dinilai responden adalah kemampuan dalam mengakses dan kemudahan dalam membayar sedekah secara online dari mana saja dan dengan proses yang cepat (Kasri & Sosianti, 2023).

4.2.4.3 Pengaruh Harapan Usaha Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat

Pada variabel independen ketiga hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.6 menampilkan tidak adanya pengaruh harapan usaha terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Hal ini dapat dilihat pada nilai original sample sebesar -0,011 yang bersifat negatif. Sedangkan pada nilai *t-statistics* sebesar 0,109 kurang dari *t-tabel* sebesar 1,96 dengan p value 0,913 lebih dari 0,05 artinya tidak signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa harapan usaha negatif dan tidak signifikan terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Sehingga hipotesis tiga (H3) **ditolak**.

Penemuan ini sejalan dengan (Mustaqim et al., 2018; Raman et al., 2014) yang menyatakan bahwa harapan usaha tidak berpengaruh terhadap niat seseorang untuk bertransaksi. Menurut Kasri & Sosianti, (2023) juga menemukan bahwa harapan usaha tidak mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan variabel niat umat islam untuk membayar sedekah secara online.

Namun pada penelitian ini berbeda dengan sebelumnya yang menyatakan bahwa adanya pengaruh antara harapan usaha dengan niat individu **(**Kasri & Sosianti, 2023;(Li et al., 2018). Selain itu, penemuan ini didukung oleh (Bin-Nashwan et al., 2021; Hasif Yahaya & Ahmad, 2018; A. Raman et al., 2014) di mana hasil penelitian mengatakan bahwa harapan usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap niat individu dalam menggunakan teknologi. Hal ini dapat dipengaruhi sebagian responden yang sudah memulai membayar sedekah melalui online sebelumnya sehingga dikatakan mereka bukanlah orang yang baru dalam hal teknologi. Menurut pandangan Venkatesh et al., (2003) harapan usaha akan lebih terlihat pada seseorang yang masih mempunyai sedikit pengalaman dalam menggunakan teknologi tertentu dibandingkan dengan seseorang yang sudah mempunyai pengalaman dalam menggunakan teknologi.

4.2.4.4 Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat

Pada variabel independen keempat hasil pengujian hipotesis menunjukkan tidak adanya pengaruh pada variabel pengaruh sosial terhadap minat generasi Z dalam

pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Hal ini dilihat dalam tabel 4.6 bahwa nilai original sample sebesar -0,135 yang bersifat negatif. Namun pada nilai *t-statistics* 1,900 kurang dari *t-tabel* sebesar 1,96 dengan p value 0,057 lebih dari 0,05 yang artinya tidak signifikan. Maka disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel pengaruh sosial terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Dengan demikian, hipotesis empat (H4) **ditolak**.

Penemuan ini berbeda dari sebelumnya yang menyatakan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara pengaruh sosial dan niat individu dalam membayar sedekah secara online (Kasri & Sosianti, 2023; Hasif Yahaya & Ahmad, 2018; Wong et al., 2013). Di sisi lain yang sejalan dengan penelitian ini dilakukan oleh R. Raman & Menon, (2018) yang menyatakan bahwa variabel pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat individu dalam membayar sedekah. Artinya pengaruh sosial bukanlah menjadi faktor penentu yang penting dalam hal niat generasi Z dalam membayar sedekah digital. Hal ini dapat disebabkan adanya suatu keterbatasan.

Menurut K. Wong et al., (2013)melalui meta analisis terhadap efek usia, membenarkan adanya kebutuhan afiliasi meningkat seiring dengan bertambahnya usia. Dengan begitu, artinya pengaruh sosial bisa saja mempunyai pengaruh yang lebih kecil atau tidak sama sekali terhadap niat seseorang pada generasi muda.

Menurut Kurniabudi & Assegraff, (2016) diduga disebabkan karena tidak adanya efek moderasi age, gender, dan experience sesuai dengan model UTAUT 2. Di sisi lain, penggunaan model UTAUT sendiri ditemukan dengan menggunakan sampel pada negara-negara maju maka akan berbeda hasilnya dengan sampel negara berkembang.

4.2.4.5 Pengaruh Kondisi Fasilitasi Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat

Pada variabel independen kelima hasil pengujian hipotesis dari tabel 4.6 menampilkan tidak adanya pengaruh kondisi fasilitasi terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Ditunjukkan bahwa nilai original sample sebesar 0,015 yang artinya bersifat positif. Sedangkan nilai *t-statistics* 0,140 kurang dari *t-tabel* sebesar 1,96 dengan p value 0,889 lebih dari 0,05 yang

artinya tidak signifikan. Maka disimpulkan bahwa kondisi fasilitasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Oleh karena itu, hipotesis lima (H5) **ditolak**.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Kasri & Yuniar, 2021; Bin-Nashwan et al., 2021; Hasif Yahaya & Ahmad, 2019) yang menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi berpengaruh positif terhadap niat umat islam untuk membayar sedekah secara online. Penemuan yang sejalan dengan penelitian ini dilakukan oleh (Maharani, 2021; Tam et al., 2020; Kurniabudi & Assegraff, 2016) yang menyatakan bahawa kondisi fasilitasi terhadap niat generasi Z dalam membayar sedekah kembali melalui *mobile payment* tidak berpengaruh signifikan. Dikarenakan generasi Z lebih mudah dalam menggunakan *mobile payment* tanpa harus melakukan pembelajaran secara formal. Akan tetapi justru pada usia lanjutlah yang mempunyai ketergantungan akan kondisi fasilitasi yang belum begitu paham penggunaannya di eras saat ini. Sehingga mereka lebih membutuhkan fasilitas pendukung untuk mempermudah dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat.

4.2.4.6 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat dalam Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat

Pada variabel independen keenam hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.6 memperlihatkan adanya pengaruh variabel religiusitas terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Ditunjukkan dari nilai original sampel sebesar 0,367 yang bersifat positif. Sedangkan pada nilai *t-statistics* 4,940 lebih besar dari *t-tabel* sebesar 1,96 dengan p value 0,000 kurang dari 0,05 yang artinya signifikan. Hal terseut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara religiusitas terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Sehingga hipotesis enam (H6) **diterima**.

Penemuan hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Alam et al., 2011); Mokhlis, 2009; Amelia & Murtani, 2020) menyatakan bahwa religiusitas sangat mempengaruhi keputusan seseorang dalam membayar ZIS. Apabila semakin tinggi religiusitas individu, maka kecenderungan dalam membayar ZIS akan semakin tinggi

terutama ZIS digital. Semakin tinggi religiusitas seseorang maka semakin percaya dan yakin bahwa dengan bersedekah akan melipatgandakan pahala oleh Allah SWT serta sebagai tanda syukur akan keberkahan rezeki, sehingga dengan adanya layanan sedekah digital akan lebih mendorong seseorang dalam membayar sedekah melalui platform digital karena mudah, efisien, dan disalurkan kepada yang lebih tepat. Tingginya religiusitas seseorang maka akan patuh akan ajaran agama, sedangkan sedekah merupakan suatu amalan yang sangat baik. Maka dari itu,s maka seseorang akan termotivasi dan terdorong untuk melakukan amalan sedekah tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari 108 responden secara online generasi Z di Indonesia yang pernah melakukan transaksi melalui mbangking BSI. Dari hasil pengujian dan analisis data menggunakan SmartPLS 4.0 dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji hipotesis maka disimpulkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia adalah literasi sedekah, harapan kinerja, dan religiusitas.
2. Temuan lain menyatakan bahwa faktor harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitasi tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia.
3. Secara keseluruhan dari keenam variabel yaitu literasi sedekah, harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitasi, dan religiusitas mempunyai hubungan atau korelari yang kuat terhadap minat generasi Z dalam pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat di Indonesia. Hal ini ditunjukkan oleh nilai R yaitu sebesar 714. Selain itu, dari keenam variabel tersebut mampu menjelaskan pengaruh terhadap minat yaitu sebesar 71,2%.

5.2 IMPLIKASI

Berdasarkan hasil tersebut, maka ada beberapa implikasi dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Fokus pada Aspek Positif: Berusaha untuk memperkuat aspek positif dalam promosi dan penyampaian informasi terkait pembayaran sedekah digital. Misalnya, menekankan manfaat sosial, keberdayaan masyarakat, dan dampak positif yang dihasilkan dari pembayaran sedekah melalui platform BSI Maslahat.

2. Edukasi dan Kesadaran: Melakukan kegiatan edukasi secara terus-menerus kepada generasi Z mengenai pentingnya berkontribusi melalui pembayaran sedekah digital serta memberikan pemahaman yang mendalam mengenai mekanisme dan prosesnya.

3. Inovasi Teknologi: Terus mengembangkan dan meningkatkan fitur-fitur teknologi yang dapat meningkatkan pengalaman pengguna dalam pembayaran sedekah digital, seperti kemudahan akses, keamanan transaksi, dan transparansi penggunaan dana.

4. Kolaborasi dan Kemitraan: Melakukan kolaborasi dengan pihak-pihak terkait, seperti komunitas generasi Z, lembaga pendidikan, dan influencer digital untuk meningkatkan pemahaman dan minat generasi Z terhadap pembayaran sedekah digital melalui BSI Maslahat.

5. Evaluasi dan Analisis: Melakukan evaluasi secara berkala terhadap strategi yang telah dilakukan untuk memahami dampaknya terhadap minat generasi Z. Melakukan analisis yang mendalam terhadap faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi minat tersebut, seperti faktor budaya, sosial, dan ekonomi.

6. Pengembangan Program Inklusif: Mengembangkan program-program yang inklusif dan memberikan kesempatan bagi generasi Z untuk berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan sosial yang terkait dengan pembayaran sedekah digital. Misalnya, program-program penggalangan dana yang berorientasi pada pemuda, kampanye sosial media, atau acara-acara kegiatan amal yang menarik bagi mereka.

5.4 KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas, penelitian ini juga mempunyai keterbatasan sebagai berikut :

1. Sebagian besar responden dalam penelitian ini bertempat tinggal di Jabodetabek dan Pulau Jawa di Indonesia. Maka dari itu, penelitian selanjutnya dapat mencakup lebih luas wilayah lain di Indonesia.

2. Dalam hubungan variabel dapat dikembangkan terutama untuk hipotesis yang dianggap tidak signifikan dalam penelitian ini.
3. Penemuan ini akan sangat berguna dalam menyempurnakan model serta memperbanyak analisis dan literatur terkait sedekah digital.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.

Achiriani, M., & Hasbi, I. (2021). *Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompet Digital Dana Di Indonesia The Influence Of Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost To Behavioral Intention Of Customer Dana Digital Wallet In Indonesia*.

Aditiya, IM. (2021, January 24). *Sensus Penduduk 2020 Selesai, Gen Z dan Milenial Mendominasi*. Www.Goodnewsfromindonesia.Id. https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/01/24/sensus-penduduk-2020-selesai-gen-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-ri

Ahmad, N., Tarmidi, M., Ridzwan, I., Hamid, M., & Roni, R. (2014). The Application of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) for Predicting the Usage of E-Zakat Online System. *International Journal of Science and Research*, *3*(4), 63–67. www.ijsr.net

Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *12*(1), 1–20. https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0136

Alam, S., Mohd, R., & Hisham, B. (2011). Is religiosity an important determinant on Muslim consumer behaviour in Malaysia? *Journal of Islamic Marketing*, *2*(1), 83–96. https://doi.org/10.1108/17590831111115268

Alfyani, V., Harahap, D., & Napitupulu, R. (2021). Tingkat Kesadaran Generasi Milenial Bersedekah melalui Kitabisa.com. In *JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management* (Vol. 2). http://jurnal.iain-padangsidimpuan.ac.id/index.php/JISFIM

Al-Qudsy, M. (2010). *Mendadak kaya dengan sedekah*. Citra Risalah.

Amelia, L., & Murtani, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Muzakki Dalam Membayar Zakat (Studi BAZNAS Sumatera Utara). *Jurnal FEB*, *1*(1), 195–204.

Aristyanto, E., & Edi, A. (2022). Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Dan Keputusan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Platform Digital Pada Yayasan Pengelola Zakat Di Surabaya. *2st Proceeding STEKOM 2022*, *2*(2). https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v2i1.169

Asih, K., Sri Wahyuningsih, E., Muntahanah, S., Harsuti, & Nirmala. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemajuan Teknologi Informasi, Modal

Minimal Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, *2*, 598–610. www.cnbcindonesia.com

BAZNAS. (2021, December 30). *Pengumpulan BAZNAS Pusat 2021 Tumbuh 33 Persen*. Badan Amil Zakat Nasional. https://baznas.go.id/Press_Release/baca/Pengumpulan_BAZNAS_Pusat_2021_Tumbuh_33_Persen/950

Bin-Nashwan, S., Abdul-Jabbar, H., & Aziz, S. (2021). Apakah kepercayaan terhadap lembaga zakat meningkatkan kepatuhan zakat pengusaha? *Jurnal Penelitian Akuntansi Dan Bisnis Islam*, *12*(5), 768–790. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2020-0282

Blut, M., Yee, A., Chong, L., Tsiga, Z., & Venkatesh, V. (2022). *Meta-Analysis Of The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT): Challenging Its Validity And Charting A Research Agenda In The Red Ocean*. https://doi.org/10.17705/1jais.00719

Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Afandi, A. (2022). Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat. *ZISWAF: JURNAL ZAKAT DAN WAKAF*, *9*(1), 1. https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.13330

Chin, W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. https://www.researchgate.net/publication/311766005

Ekawati, T., Kusmantini, T., & Utami, Y. (2020). Kajian faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli produk organik. *Journal of Business and Information Systems*, *2*(1), 32–45. https://doi.org/10.36067/jbis.v2i1.35

Fadillah, A. (2021). *Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pendapatan, Dan Pengetahuan Sedekah Terhadap Keputusan Bersedekah Di Koin NU-Care Lazisnu (Studi Kasus NU-Care Lazisnu Lowokwaru Kota Malang)*. https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7827/6742

Faridho, M. Al, & Rini, D. W. S. (2019). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Masyarakat Terhadap Sikap Dan Minat Sedekah Menggunakan Pembayaran Non Tunai. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, *6*(1), 40. https://doi.org/10.18860/jpips.v6i1.7830

Fordian, D., & Ramadiawati, A. (2020). Pengaruh Brand Orientation dan Co-Creation Value Terhadap Marketing Capability Studi Pada Make-Up Artist (MUA) di Kota Bandung. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, *9*(1), 1–15.

Ghozali, I. (2006). *Structuran Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Univ. Diponegoro Press.

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hasif Yahaya, M., & Ahmad, K. (n.d.). *Factors Affecting the Acceptance of Financial Technology among Asnaf for the Distribution of Zakat in Selangor-A Study Using UTAUT*. https://www.researchgate.net/publication/340375102

Hau, H., Nhung, D., & Trang, P. (2021). An empirical analysis of factors a ecting the intention of using digital wallets in Vietnam. *Journal of International Economics and Management*, *21*(1), 86–107. https://doi.org/10.38203/jiem.021.1.0024

Hijriyati, A., Wardani, N., & Saputra, M. (2017). *Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi Mobile UC Browser Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dan Task Technology Fit (TTF)* (Vol. 1, Issue 9). https://doi.org/10.30863/aliqtishad.v15i1.4221

ibukotakini. (2021, July 30). *Aplikasi BSI Mobile Mudahkan Pembayaran dan Pengelolaan Ziswaf*. Ibukotakini. https://ibukotakini.com/read/aplikasi-bsi-mobile-mudahkan-pembayaran-dan-pengelolaan-ziswaf

Irawati, N., & Fitriyani, E. (2022a). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Sedekah Non Tunai. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, *3*(2), 179. https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i2.4779

Irawati, N., & Fitriyani, E. N. (2022b). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Sedekah Non Tunai. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, *3*(2), 179. https://doi.org/10.47700/jiefes.v3i2.4779

Izzati, B. (2020). *Analysis of Customer Behaviour in Mobile Food Ordering Application Using UTAUT Model (Case Study: GoFood Application)*. https://doi.org/https://doi.org/10.25124/ijies.v4i01.45

Johnson, B. R., Jang, S. J., Larson, D. B., & De Li, S. (2001). Does adolescent religious commitment matter? A reexamination of the effects of religiosity on delinquency. *Journal of Research in Crime and Delinquency*, *38*(1), 22–44. https://doi.org/10.1177/0022427801038001002

Kasri, R. A., & Sosianti, M. W. (2023). Determinants Of The Intention To Pay Zakat Online: The Case Of Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, *9*(2), 275–294. https://doi.org/10.21098/jimf.v9i2.1664

Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *12*(3), 362–379. https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258

Khotimah, N. (2018). *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)* (Vol. 05, Issue 01). https://doi.org/10.30996/jmm17.v5i01.1712

Kurniabudi, & Assegraff, S. (2016). *Analisis Perilaku Penerimaan Edmodo Pada Perkuliahan Dengan Model UTAUT*.

Kurnialam, A., & Puspaningtyas, L. (2023, January 30). *BSM Umat Resmi Bertransformasi Jadi BSI Maslahat*. Republika. https://ekonomi.republika.co.id/berita/rpad0v502/bsm-umat-resmi-bertransformasi-jadi-bsi-maslahat

Kurniaputri, M., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital. *Jurnal Ekonomi Dan BisniS*, *7*(2), 15–22. https://doi.org/https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.134

Kusuma, H., Wiwiek, D., & Asmoro, K. (2020). *Perkembangan Financial Technologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam*.

Larasati, R., & Yudiantoro, D. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Kemajuan Teknologi Informasi, dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2020 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)*. https://doi.org/https://doi.org/10.31943/investasi.v8i2.206

Laznas PYI Yatim & Zakat. (2023, June 23). *Sedekah Online: Transformasi Donasi di Era Digital*. Www.Pantiyatim.or.Id. https://pantiyatim.or.id/sedekah-online-transformasi-donasi-di-era-digital/

Li, Y. Z., He, T. L., Song, Y. R., Yang, Z., & Zhou, R. T. (2018). Factors impacting donors' intention to donate to charitable crowd-funding projects in China: a UTAUT-based model. *Information Communication and Society*, *21*(3), 404–415. https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1282530

Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, *7*(2), 140–154. https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641

Mahri, A., Nuryahya, E., & Nurasyiah, A. (2019). Influencing Factors of Muzaki Use and Receive Zakat Payment Platform. *International Conference of Zakat (ICONZ) Proceedings*, *3*, 203–215. https://doi.org/https://doi.org/10.37706/iconz.2019.176

Mokhlis, S. (2009). Relevancy and Measurement of Religiosity in Consumer Behavior Research. *International Business Research*, *2*(3). https://doi.org/10.5539/ibr.v2n3p75

Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to choose Halal products: The role of religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, *3*(2), 108–120. https://doi.org/10.1108/17590831211232519

Musahidah, U., & Sobari, N. (2021). Determinants of the Intentions of Indonesian Muslim Millennials in Cash Waqf Using E-Payment. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*(2), 65–91. https://doi.org/10.46899/jeps.v9i2.284

Mustaqim, R. N., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology)* (Vol. 2, Issue 7). http://j-ptiik.ub.ac.id

Nordhoff, S., Louw, T., Innamaa, S., Lehtonen, E., Beuster, A., Torrao, G., Bjorvatn, A., Kessel, T., Malin, F., Happee, R., & Merat, N. (2020). Using the UTAUT2 model to explain public acceptance of conditionally automated (L3) cars: A questionnaire study among 9,118 car drivers from eight European countries. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, *74*, 280–297. https://doi.org/10.1016/j.trf.2020.07.015

Nurjannah. (2023). Trend Sedekah Generasi Millennial Melalui Dompet Digital. *AL-IQTISHAD: JURNAL EKONOMI*, *15*(1). https://doi.org/10.30863/aliqtishad.v15i1.4221

P, T., & Manohar, H. (2021). How a doer persuade a donor? Investigating the moderating effects of behavioral biases in donor acceptance of donation crowdfunding. *Journal of Research in Interactive Marketing*, *15*(2), 243–266. https://doi.org/10.1108/JRIM-06-2019-0097

Patil, P., Tamilmani, K., Rana, N., & Raghavan, V. (2020). *Understanding consumer adoption of mobile payment in India: Extending Meta-UTAUT model with personal innovativeness, anxiety, trust, and grievance redressal*. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102144

Paulus, A., & Wardhani, Z. (2018). Keunggulan bersaing usaha cake dan bakery: peran orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi produk. *Jurnal Manajemen*, *10*(2), 88–96. http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN

Pernando, A. (2023, March 21). *Survei Dataindonesia.id: Penetrasi Fintech Semakin Dalam*. Breakingnews. https://finansial.bisnis.com/read/20230321/563/1639419/survei-dataindonesiaid-penetrasi-fintech-semakin-dalam

Purwanto, Sulthon, M., & Wafirah, M. (2021). Behavior Intention to Use Online Zakat: Application of Technology Acceptance Model with Development. *Jurnal Zakat Dan Wakaf*, *8*(1), 44–60.

Puspa, M., Achiriani, A., & Hasbi, I. (n.d.). *PENGARUH PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE, PERCEIVED RISK, PERCEIVED COST TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PADA PENGGUNA DOMPET DIGITAL DANA DI INDONESIA THE INFLUENCE OF PERFORMANCE EXPECTANCY, EFFORT EXPECTANCY, SOCIAL INFLUENCE, PERCEIVED RISK, PERCEIVED COST TO BEHAVIORAL INTENTION OF CUSTOMER DANA DIGITAL WALLET IN INDONESIA*.

Rahardjo, B., Akbar, B. M. B., & Novitaningtyas, I. (2020). The Analysis of Intention and Use of Financial Technology. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, *3*(1), 88–102. https://doi.org/10.33005/jasf.v3i1.70

Raman, A., Don, Y., Khalid, R., Hussin, F., Omar, M. S., & Ghani, M. (2014). Technology acceptance on smart board among teachers in terengganu using UTAUT model. *Asian Social Science*, *10*(11), 84–91. https://doi.org/10.5539/ass.v10n11p84

Raman, R., & Menon, P. (2018). Using social media for innovation – market segmentation of family firms. *International Journal of Innovation Science*. https://doi.org/10.1108/IJIS-08-2017-0078

Retnowati, W. (2009). *Hapus Gelisah Dengan Sedekah*. QultumMedia.

Rismantari, L. (2020). Pengaruh Faktor Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat Melalui Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, *8*(2). https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6738/5835

Rizky, R. (2023, March 27). *Sedekah Online: Mempermudah dan Memperluas Jangkauan Kebaikan*. BAZNAS KOTA YOGYAKARTA. https://baznas.jogjakota.go.id/detail/index/26649

Safitri, D., & Hapsari, M. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Mahasiswa Non FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2018. *YUME : Journal of Management*, *5*(2), 267–276. https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3456

Samsudeen, S., Selvaratnam, G., & Hayathu Mohamed, A. (2022). Intention to use mobile banking services: an Islamic banking customers' perspective from Sri Lanka. *Journal of Islamic Marketing*, *13*(2), 410–433. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0108

Sasongko, A. (2019, April 8). *Memperkuat Literasi Zakat*. Republika. https://khazanah.republika.co.id/berita/ppmxl0313/memperkuat-literasi-zakat

Sidiq, U., & Choiri, M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan* (A. Mujahidin, Ed.). CV. Nata Karya.

Soemitra, A., & Nasution, J. (2021). The Influence of Zakat Literacy, Trust, and Ease of Digital Payments on Generation Z and Y Intention in Paying Zakat to Amil Zakat Organizations. *The 5th International Conference of Zakat (ICONZ) Proceedings*, 323–334. https://doi.org/https://doi.org/10.37706/iconz.2021.266

Sugiyono. (2015). *Statistik nonparametris untuk penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta. https://doi.org/9786022893738

Sulaeman, & Ninglasari, S. (2020). Analysing the Behavioral Intention Factors in Using Zakat-Based Crowdfunding Platform in Indonesia: A Quantitative Study. In *International Journal of Zakat* (Vol. 5, Issue 3). https://doi.org/https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i3.267

Sumaiya, A., Meliala, M., & Setiawan, T. (2022). The Influence of Investment Knowledge, Investment Motivation and Financial Literature on Investment Interest (Case Study In Indonesia Students Who Have Invested). *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, *6*(2), 1–12. https://doi.org/10.22441/profita.2020.v13i1.001

Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). The Effect Of Religiosity And Trust On Intention To Pay In Ziswaf Collection Through Digital Payments. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, *6*(1), 98. https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.17293

Tam, C., Santos, D., & Oliveira, T. (2020). Exploring the influential factors of continuance intention to use mobile Apps: Extending the expectation confirmation model. *Information Systems Frontiers*, *22*(1), 243–257. https://doi.org/10.1007/s10796-018-9864-5

Usman, H., & Akbar, P. (2012). *Pengantar Statistik* (2nd ed.). PT. Bumi Aksara.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. In *Source: MIS Quarterly* (Vol. 27, Issue 3). https://www.jstor.org/stable/30036540

Venkatesh, V., & Zhang, X. (2010). Unified theory of acceptance and use of technology: U.S. vs. China. *Journal of Global Information Technology Management*, *13*(1), 5–27. https://doi.org/10.1080/1097198X.2010.10856507

Widianto, A., & Aryanto. (2018). Kajian Perilaku Pengguna (User) Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Industri Kecil Menengah (SI-IKM) Kota Tegal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, *4*(1).

Wong, K. T., Teo, T., & Russo, S. (2013). Interactive Whiteboard Acceptance: Applicability of the UTAUT Model to Student Teachers. *Asia-Pacific Education Researcher*, *22*(1), 1–10. https://doi.org/10.1007/s40299-012-0001-9

Wong, K., Teo, T., & Russo, S. (2013). Interactive Whiteboard Acceptance: Applicability of the UTAUT Model to Student Teachers. *Asia-Pacific Education Researcher*, *22*(1), 1–10. https://doi.org/10.1007/s40299-012-0001-9

Yahaya, M., & Ahmad, K. (2019). *Factors Affecting the Acceptance of Financial Technology among Asnaf for the Distribution of Zakat in Selangor-A Study Using UTAUT*. https://www.researchgate.net/publication/340375102

Yang, A. (2009). Exploring Adoption difficulties in mobile banking services. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, *26*(2), 136–149. https://doi.org/10.1002/cjas.102

Yu, C.-S. (2012). *Factors Affecting Individuals To Adopt Mobile Banking: Empirical Evidence From The UTAUT Model*.

Yusfiarto, R., Setiawan, A., & Nugraha, S. (2020). Literacy and Intention to Pay Zakat: A Theory Planned Behavior View Evidence from Indonesian Muzakki. In *International Journal of Zakat* (Vol. 5, Issue 1). https://doi.org/https://doi.org/10.37706/ijaz.v5i1.221

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Perkenalkan Saya Achmad Santoso, Mahasiswa Program Studi S1 Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini, Saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan Tugas Akhir Saya mengenai "**Analisis Faktor yang Memengaruhi Minat Generasi Z Terhadap Pembayaran Sedekah Digital Melalui BSI Maslahat di Indonesia**".

Sedekah adalah praktik memberikan bantuan atau sumbangan kepada orang yang membutuhkan atau tindakan amal yang dilakukan sebagai tindakan kebaikan, umumnya tanpa mengharapkan imbalan atau pengakuan.

Sehubung dengan maksud tersebut, ditengah kesibukan Saudara/I, Saya memohon bantuan kepada Saudara/I untuk bersedia meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini. Jawaban yang diharapkan dari Saudara/I adalah jawaban yang sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Seluruh data dan informasi responden tidak akan mempengaruhi studi responden serta dijamin kerahasiaannya.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Warga Negara Indonesia berusia 17-26 tahun
2. Merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia
3. Menggunakan M-Banking Bank Syariah Indonesia

Sebagai bentuk apresiasi, peneliti akan memberikan reward berupa e-wallet sebesar Rp 25.000 untuk 6 responden yang terpilih, dalam bentuk Go-pay, Shopee pay atau Dana, yang akan diundi pada akhir penelitian.

Jika ada pertanyaan mengenai kuesioner ini, Saudara/I dapat menghubungi Saya melalui email 20313250@students.uii.ac.id atau melalui WA 081290332207

Atas kesediaan dan waktu yang Saudara/I berikan, Saya ucapkan terima kasih. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

***Note: Diharapkan untuk mengisi di waktu luang**

DATA RESPONDEN

1. Nama:
2. No. Handphone
3. Jenis Kelamin:
4. Usia:
    a. 17-20 tahun
    b. 21-23 tahun
    c. 21-25 tahun
    d. 24-26 tahun
5. Pendidikan terakhir:
    a. SMA/SMK/Sederajat
    b. Mahasiswa
    c. Diploma (D3)
    d. Sarjana (S1)
    e. Master (S2)
    f. Doctor (S3)
6. Pekerjaan:
    a. Pelajar/Mahasiswa
    b. Pegawai Negeri
    c. Pegawai Swasta
    d. Wiraswasta
    e. Ibu Rumah Tangga
7. Pengeluaran Per bulan:
    a. Kurang dari Rp 1.000.000
    b. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
    c. Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
    d. Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000

e. Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000
f. Lebih dari Rp 5.000.000

8. Asal Provinsi di Indonesia:
   a. Nanggroe Aceh Darussalam
   b. Sumatera Utara
   c. Sumatera Selatan
   d. Sumatera Barat
   e. Bengkulu
   f. Riau
   g. Kepulauan Riau
   h. Jambi
   i. Lampung
   j. Bangka Belitung
   k. Kalimantan Barat
   l. Kalimantan Timur
   m. Kalimantan Selatan
   n. Kalimantan Tengah
   o. Kalimantan Utara
   p. Banten
   q. DKI Jakarta
   r. Jawa Barat
   s. Jawa Tengah
   t. Daerah Istimewa Yogyakarta
   u. Jawa Timur
   v. Bali
   w. Nusa Tenggara Timur
   x. Nusa Tenggara Barat
   y. Gorontalo
   z. Sulawesi Barat
   aa. Sulawesi Tengah
   bb. Sulawesi Utara
   cc. Sulawesi Tenggara

dd. Sulawesi Selatan

ee. Maluku Utara

ff. Maluku

gg. Papua Barat

hh. Papua

ii. Papua Tengah

jj. Papua Pegunungan

kk. Papua Selatan

ll. Papua Barat Daya

Penilaian untuk setiap pertanyaan 1 = terendah – 5 = tertinggi

1 Sangat Tidak Setuju	2 Tidak Setuju	3 Netral	4 Setuju	5 Sangat Setuju

Minat (*Intention*)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Saya berminat membayar Sedekah atas kemauan Saya sendiri						Purwadani, E., & Ridlwan, A. A. (2022).
2	Saya berminat membayar Sedekah karena mengikuti ajaran Islam						
3	Saya berminat membayar Sedekah karena ingin mendapatkan pahala dan berkah						
4	Saya berminat membayar Sedekah						

Literasi Sedekah (*Alms Literacy*)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Saya mengetahui tentang Sedekah						

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
2	Saya mengetahui tentang hukum anjuran Sedekah						Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021).
3	Saya mengetahui tentang ketentuan Sedekah						
4	Saya mengetahui tentang manfaat Sedekah						

Harapan Kinerja (*Performance Expectancy*)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Sistem Sedekah online berguna dalam proses pembayaran Saya						Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021).
2	Menggunakan sistem Sedekah online memungkinkan Saya menyelesaikan pembayaran lebih cepat						
3	Sistem Sedekah online memungkinkan Saya untuk melakukan pembayaran Sedekah dari mana saja						
4	Menggunakan sistem Sedekah online akan meningkatkan tingkat keberhasilan dalam membayar Sedekah						

Harapan Usaha *(Effort Expectancy)*

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Bagi Saya, sistem Sedekah online jelas dan mudah dimengerti						Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021).
2	Bagi Saya, mudah belajar menggunakan sistem Sedekah online ini						
3	Saya akui membayar Sedekah melalui platform online mudah dilakukan						

4	Bagi Saya, mudah untuk menguasai penggunaan platform online dalam membayar Sedekah						

Pengaruh Sosial (*Social Influence*)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Orang-orang di sekitar Saya, mendorong Saya untuk menggunakan sistem Sedekah online						Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021).
2	Orang-orang penting bagi Saya, mendorong Saya untuk menggunakan sistem Sedekah online						
3	Keikutsertaan orang lain mempengaruhi Saya untuk menggunakan sistem Sedekah online						
4	Organisasi pengelola Sedekah mendukung penggunaan sistem Sedekah online						

Kondisi Fasilitasi (*Facilitating Condition*)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber
1	Saya memiliki sumber daya yang Saya butuhkan untuk menggunakan sistem Sedekah online						Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021).
2	Saya memiliki pengetahuan yang dibutuhkan untuk menggunakan sistem Sedekah online						
3	Saya memilih membayar Sedekah melalui lembaga yang banyak melakukan publikasi di media social						
4	Saya menerima instruksi yang jelas mengenai pembayaran Sedekah melalui platform online						

Religiusitas (*Religiosity*)

No.	Keterangan	1	2	3	4	5	Sumber

1	Saya memahami isi Al-Qur'an, Al-Hadist dan Ijtihad harus diyakini dan dilaksanakan						Purwadani, E., & Ridlwan, A. A. (2022).
2	Saya menjalankan ibadah sholat dan puasa pada bulan Ramadhan denngan tertib						
3	Saya rajin mengikuti pengajian/tausiah yang ada dilingkungan saya maupun di media sosial						
4	Saya selalu mencoba mengamalkan ajaran Islam dengan menyebarkan kebaikan kepada sesama, seperti membantu atau menolong orang lain						

Lampiran 2 Karakteristik Responden

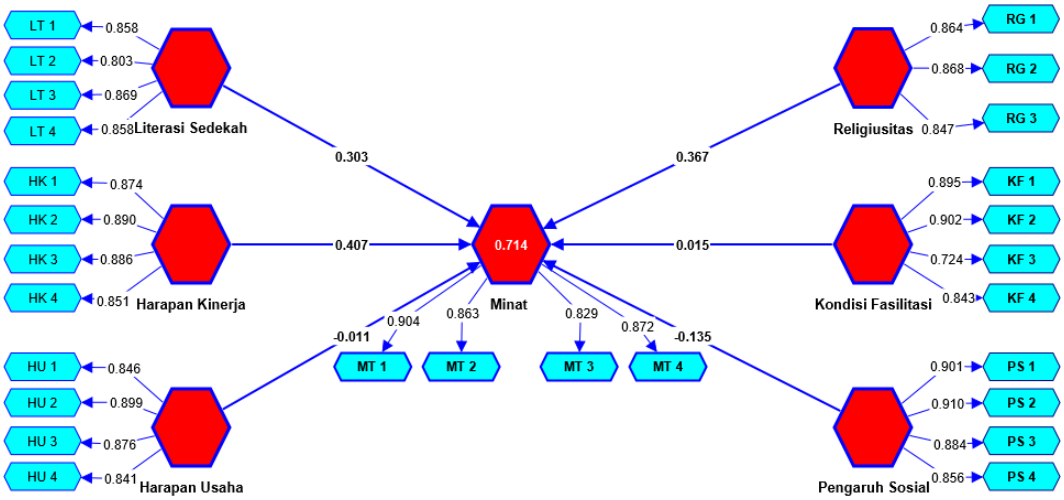
Karakteristik Responden		**Frekuensi**	**Presentase**
Jenis Kelamin	Laki-laki	39	36%
	Perempuan	69	64 %
Total		**108**	**100%**
Usia	17-20 tahun	15	14 %
	21- 23 tahun	74	69 %
	24-26 tahun	19	18 %
Total		**108**	**100%**
Pendidikan Terakhir	SMA	65	60 %
	Diploma	5	5 %
	Sarjana	35	32 %
	Magister	3	3%
	Doctor	0	0 %
Total		**108**	**100%**
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	80	74%
	Pegawai Swasta	18	17%
	Pegawai Negeri	3	3%
	Wiraswasta	3	3%
	Ibu Rumah Tangga	1	1%
	Pengangguran	3	3%
Total		**108**	**100%**
Pengeluaran per bulan (dalam rupiah)	Kurang dari 1.000.000	24	22%
	1.000.000-2.000.000	35	32%
	2.000.000-3.000.000	32	30%
	3.000.000-4.000.000	5	5%
	4.000.000-5.000.000	7	6%
	Lebih dari 5.000.000	5	5%
Total		**108**	**100%**

38 Provinsi di Indonesia	Nanggroe Aceh Darussalam	4	4%
	Sumatera Utara	2	2%
	Sumatera Barat	1	1%
	Riau	3	3%
	Kepulauan Riau	1	1%
	Jambi	2	2%
	Sumatera Selatan	1	1%
	Bangka Belitung	4	4%
	Bengkulu	3	3%
	Lampung	3	3%
	DKI Jakarta	20	19%
	Banten	19	18%
	Jawa Barat	12	11%
	Jawa Tengah	9	8%
	Daerah Istimewa Yogyakarta	9	8%
	Jawa Timur	10	9%
	Bali	2	2%
	Nusa Tenggara Barat	1	1%
	Nusa Tenggara Timur	0	0%
	Kalimantan Barat	0	0%
	Kalimantan Tengah	0	0%
	Kalimantan Selatan	0	0%
	Kalimantan Timur	1	1%
	Kalimantan Utara	1	1%
	Sulawesi Utara	0	0%
	Gorontalo	0	0%
	Sulawesi Tengah	0	0%
	Sulawesi Barat	0	0%
	Sulawesi Selatan	0	0%
	Sulawesi Tenggara	0	0%

	Maluku	0	0%
	Maluku Utara	0	0%
	Papua Barat	0	0%
	Papua	0	0%
	Papua Tengah	0	0%
	Papua Pegunungan	0	0%
	Papua Selatan	0	0%
	Papua Barat Daya	0	0%
Total		**108**	**100%**

Lampiran 3 Hasil Olah Data

1. Hasil SEM Algorithm



2. Hasil Outer Loadings

	Outer loadings
HK 1 <- Harapan Kinerja	0.874
HK 2 <- Harapan Kinerja	0.890
HK 3 <- Harapan Kinerja	0.886
HK 4 <- Harapan Kinerja	0.851
HU 1 <- Harapan Usaha	0.846
HU 2 <- Harapan Usaha	0.899
HU 3 <- Harapan Usaha	0.876
HU 4 <- Harapan Usaha	0.841
KF 1 <- Kondisi Fasilitasi	0.895
KF 2 <- Kondisi Fasilitasi	0.902
KF 3 <- Kondisi Fasilitasi	0.724
KF 4 <- Kondisi Fasilitasi	0.843
LT 1 <- Literasi Sedekah	0.858
LT 2 <- Literasi Sedekah	0.803

LT 3 <- Literasi Sedekah	0.869
LT 4 <- Literasi Sedekah	0.858
MT 1 <- Minat	0.904
MT 2 <- Minat	0.863
MT 3 <- Minat	0.829
MT 4 <- Minat	0.872
PS 1 <- Pengaruh Sosial	0.901
PS 2 <- Pengaruh Sosial	0.910
PS 3 <- Pengaruh Sosial	0.884
PS 4 <- Pengaruh Sosial	0.856
RG 1 <- Religiusitas	0.864
RG 2 <- Religiusitas	0.868
RG 3 <- Religiusitas	0.847

3. Hasil Construct reliability and validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Harapan Kinerja	0.899	0.906	0.929	0.767
Harapan Usaha	0.889	0.889	0.923	0.750
Kondisi Fasilitasi	0.864	0.886	0.908	0.712
Literasi Sedekah	0.870	0.879	0.911	0.718
Minat	0.890	0.891	0.924	0.752
Pengaruh Sosial	0.912	0.928	0.937	0.788
Religiusitas	0.824	0.826	0.895	0.739

4. Hasil R-Square

	R-square	R-square adjusted

Minat	0.714	0.712

5. Hasil Cross Loadings

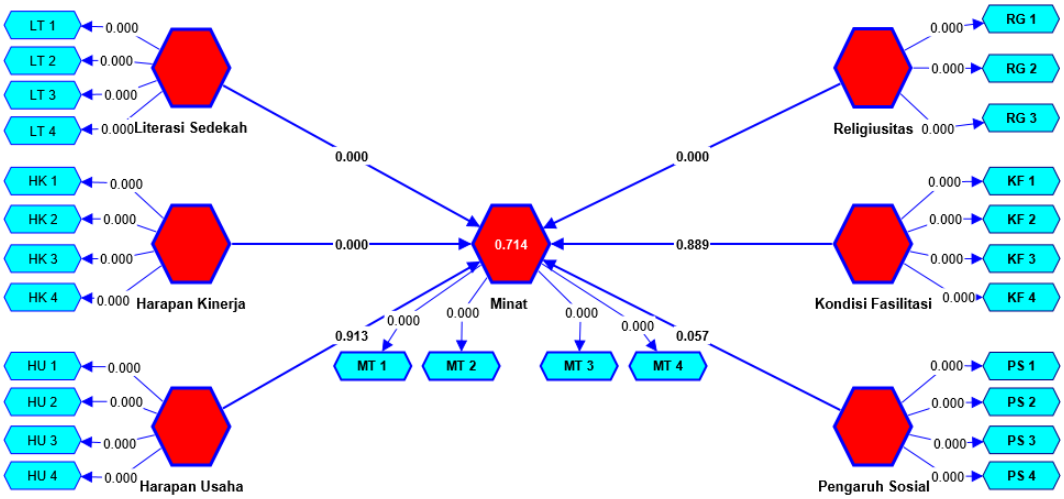
	Harapan Kinerja	Harapan Usaha	Kondisi Fasilitasi	Literasi Sedekah	Minat	Pengaruh Sosial	Religiusitas
HK 1	0.874	0.560	0.580	0.460	0.608	0.507	0.409
HK 2	0.890	0.624	0.607	0.509	0.623	0.435	0.494
HK 3	0.886	0.640	0.646	0.591	0.699	0.411	0.499
HK 4	0.851	0.684	0.683	0.599	0.542	0.572	0.382
HU 1	0.670	0.846	0.695	0.620	0.547	0.412	0.427
HU 2	0.618	0.899	0.653	0.493	0.515	0.442	0.489
HU 3	0.622	0.876	0.687	0.475	0.543	0.432	0.510
HU 4	0.559	0.841	0.675	0.579	0.529	0.443	0.498
KF 1	0.608	0.699	0.895	0.592	0.541	0.551	0.525
KF 2	0.673	0.704	0.902	0.643	0.594	0.551	0.493
KF 3	0.503	0.465	0.724	0.376	0.380	0.607	0.380
KF 4	0.618	0.736	0.843	0.621	0.557	0.503	0.504
LT 1	0.519	0.573	0.543	0.858	0.694	0.250	0.530
LT 2	0.484	0.427	0.522	0.803	0.527	0.328	0.491
LT 3	0.486	0.494	0.556	0.869	0.562	0.401	0.543
LT 4	0.590	0.605	0.660	0.858	0.647	0.437	0.506

MT 2	0.530	0.401	0.464	0.614	0.863	0.345	0.670
MT 3	0.569	0.590	0.548	0.594	0.829	0.335	0.636
MT 4	0.691	0.580	0.604	0.631	0.872	0.367	0.604
PS 1	0.505	0.502	0.615	0.398	0.356	0.901	0.430
PS 2	0.422	0.404	0.531	0.313	0.253	0.910	0.374
PS 3	0.471	0.393	0.541	0.264	0.332	0.884	0.455
PS 4	0.502	0.452	0.577	0.455	0.414	0.856	0.447
RG 1	0.433	0.435	0.488	0.519	0.559	0.401	0.864
RG 2	0.448	0.550	0.504	0.577	0.632	0.454	0.868
RG 3	0.441	0.441	0.472	0.475	0.602	0.399	0.847
MT 1	0.670	0.566	0.542	0.673	0.904	0.319	0.513

6. Hasil Fit Summary

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.070	0.070
d_ULS	1.866	1.866
d_G	1.158	1.158
Chi-square	6.401.424	6.401.424
NFI	0.742	0.742

7. Hasil Bootstrapping



8. Hasil Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Harapan Kinerja -> Minat	0.407	0.405	0.092	4.439	0.000
Harapan Usaha -> Minat	-0.011	-0.019	0.105	0.109	0.913
Kondisi Fasilitasi -> Minat	0.015	0.017	0.108	0.140	0.889
Literasi Sedekah -> Minat	0.303	0.309	0.069	4.381	0.000
Pengaruh Sosial -> Minat	-0.135	-0.135	0.071	1.900	0.057
Religiusitas -> Minat	0.367	0.364	0.074	4.940	0.000