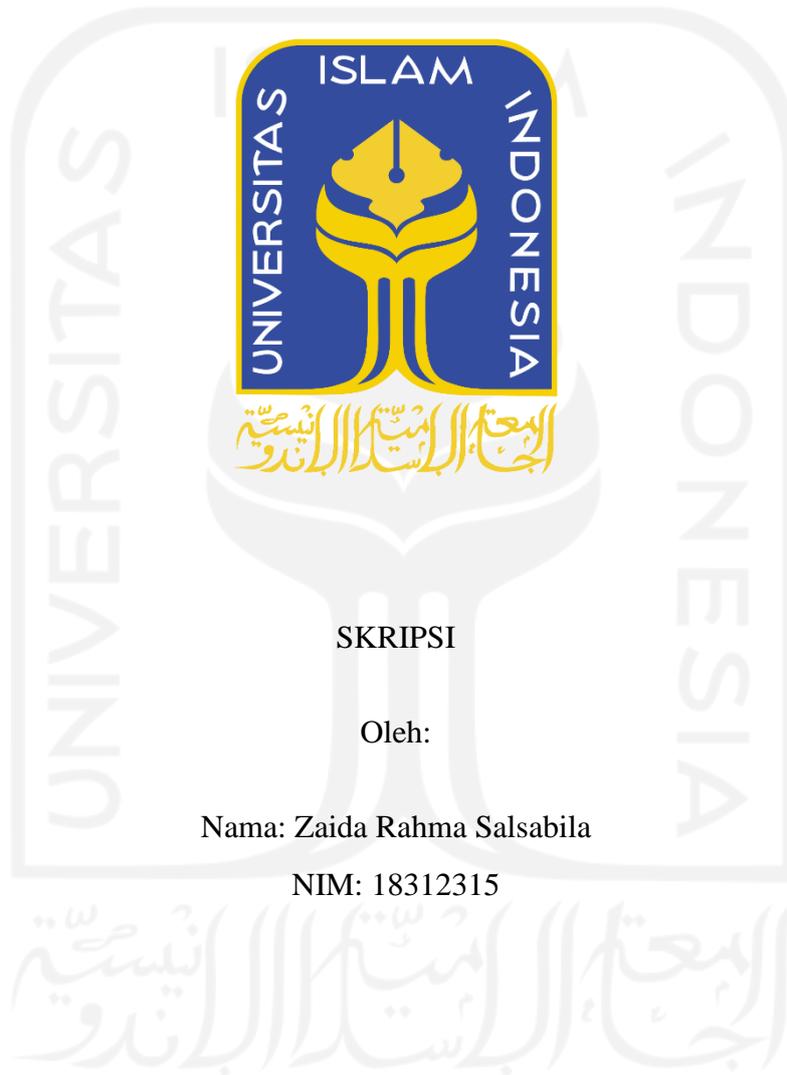


**PENGARUH RELIGIUSITAS, AKUNTABILITAS, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAK, DAN
SEDEKAH (ZIS) MELALUI *DIGITAL PLATFORM***

(Studi Empiris pada Muzaki dan Munfiq Wilayah Kabupaten Banyumas)



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Zaida Rahma Salsabila

NIM: 18312315

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

**PENGARUH RELIGIUSITAS, AKUNTABILITAS, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAK, DAN
SEDEKAH (ZIS) MELALUI *DIGITAL PLATFORM***

(Studi Empiris pada Muzaki dan Munfiq Wilayah Kabupaten Banyumas)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana
Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam

Indonesia

Oleh:

Nama: Zaida Rahma Salsabila

NIM: 18312315

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Banyumas, 12 Januari 2022

Penulis,



(Zaida Rahma Salsabila)

**PENGARUH RELIGIUSITAS, AKUNTABILITAS, DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAK, DAN
SEDEKAH (ZIS) MELALUI *DIGITAL PLATFORM***

(Studi Empiris pada Muzaki dan Munfiq Wilayah Kabupaten Banyumas)

SKRIPSI

Diajukan oleh:

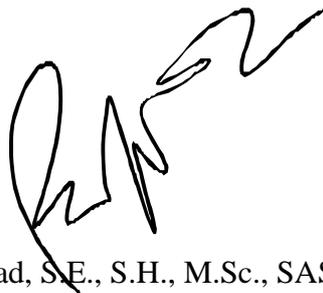
Nama: Zaida Rahma Salsabila

NIM: 18312315

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Pada tanggal..... 9 Februari2022

Dosen Pembimbing,



(Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., SAS., ASPM., Ph.D.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH RELIGIUSITAS, AKUNTABILITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH (ZIS) MELALUI DIGITAL PLATFORM

Disusun oleh : ZAIDA RAHMA SALSABILA

Nomor Mahasiswa : 18312315

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Kamis, 03 Februari 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Rifqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS.

Penguji : Sugeng Indardi, MBA., SAS.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamiin, penulis panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH RELIGIUSITAS, AKUNTABILITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH (ZIS) MELALUI *DIGITAL PLATFORM* (Studi Empiris pada Muzaki dan Munfiq di Wilayah Kabupaten Banyumas)” dengan baik dan lancar. Selawat serta salam juga penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, dan umatnya hingga akhir zaman. Maksud dari penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata-1 (S1) Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari selama proses pendidikan sarjana ini selalu mendapatkan banyak sekali dukungan berupa doa dan motivasi dari berbagai pihak hingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang mendalam kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang diberikan-Nya kepada penulis sehingga selalu diberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran dalam menyelesaikan segala urusan.
2. Bapak Usiana dan Ibu Endah selaku orang tua penulis yang selalu memberikan kasih sayang, doa, motivasi, pengorbanan, serta dukungan dalam berbagai hal yang penulis lakukan.

3. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., SAS., ASPM., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaganya dalam membimbing penulis hingga skripsi ini dapat selesai dan berjalan dengan lancar.
4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran universitas.
5. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., Ak., CMA. Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia serta segenap civitas akademika Program Studi Akuntansi.
7. Keluarga “MBAH ICHSAN” dan keluarga “MBAH PRAYIT” yang selalu memberikan kasih sayang, doa, motivasi, dukungan, serta hiburan yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat *enjoy* dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman “OCB Since 2018” (Alma Allegra, Zahra Nurvita Setiawan, Nabela Destia K.U) yang selalu ada sejak awal perkuliahan untuk saling memberikan motivasi dan dukungan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala kasih sayang dan kepeduliannya sebagai sahabat. Semoga kita bisa lulus bersama dan kelak menjadi orang sukses.
9. Arum Nur Rahmawati dan Jefry Maulana selaku teman dekat penulis sejak SMA sampai saat ini yang selalu meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah, rasa kesal, serta kebahagiaan penulis. Selalu berusaha menghibur dan memberikan bantuan dalam hal apapun yang penulis butuhkan. Terimakasih atas pengorbanan kalian dan semoga skripsi kalian dipermudah dan dilancarkan.
10. Teman-teman “DEMDEMOYY” (Lintang Riegelita Sulistyan, Nur Hidayah, Galuh Sukmawati) yang sedari kecil selalu main bareng hingga saat ini sama-sama harus

berjuang menyelesaikan skripsinya. Terimakasih selalu meluangkan waktu untuk berbagi keluh kesah, memberikan dukungan, serta selalu ada dalam kondisi apapun yang penulis rasakan.

11. Dinda Rahma Awanda selaku sahabat penulis sejak SMP hingga saat ini yang telah memberikan doa dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih dinda yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah, menyabarkan, dan memuji dalam situasi apapun.
12. Dian Puspitasari dan Az Zahra Fakhrunnisa selaku sahabat penulis sejak SMA hingga saat ini dan sedang menyelesaikan skripsi bersama di Universitas Islam Indonesia. Terimakasih kalian atas ilmu, doa, dan dukungan yang sudah kalian berikan kepada penulis.
13. Lila Ash Shyfa, Ria Rizki Khasanah, dan Andini Putri Nabila selaku sahabat penulis di kampus yang selalu memberikan motivasi dan gurauan yang berharga selama perkuliahan.
14. Para responden yang telah meluangkan waktunya dan membantu mengisi kuesioner dengan ikhlas dan senang hati.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis serta semua pihak yang berkepentingan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tentunya masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis penulis berharap kepada semua pihak untuk dapat memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan di masa mendatang.

Wassalamu 'alaikumwarrahmatullahi wabarakatuh.

Penulis,

Zaida Rahma Salsabila

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	9
2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB).....	10
2.1.3 Theory of Good Corporate Governance (GCG)	11
2.1.4 Zakat, Infak, Sedekah (ZIS).....	12
2.1.5 Digital Platform	15
2.1.6 Variabel Dependen: Keputusan Masyarakat.....	15
2.1.7 Variabel Independen: Religiusitas	16
2.1.8 Variabel Independen: Akuntabilitas	18

2.1.9	Variabel Independen: Kepercayaan	19
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Hipotesis Penelitian.....	23
2.3.1	Pengaruh Religiusitas.....	23
2.3.2	Pengaruh Akuntabilitas	23
2.3.3	Pengaruh Kepercayaan.....	24
2.4	Kerangka Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1	Populasi dan Sampel	26
3.1.1	Populasi.....	26
3.1.2	Sampel.....	26
3.2	Variabel Penelitian	27
3.2.1	Variabel Dependen.....	27
3.2.2	Variabel Independen	28
3.3	Pilot Test	31
3.4	Metode Analisis Data	33
3.4.1	Uji Instrumen	34
3.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.4.3	Pengujian Hipotesis	36
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Karakteristik Responden	38
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2	Karakteristik responden berdasarkan usia	39
4.1.3	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	40
4.1.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	41
4.1.5	Jenis pembayaran yang pernah responden bayarkan.....	42
4.1.6	<i>Digital platform</i> yang pernah digunakan oleh responden	43

4.2 Analisis Statistik Deskriptif	44
4.3 Hasil Uji Instrumen	45
4.3.1 Uji Validitas.....	45
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	47
4.4 Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1. Uji Normalitas	48
4.4.2 Uji Multikolinieritas	49
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	50
4.4.4. Uji Autokorelasi	51
4.5 Pengujian Hipotesis.....	52
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
4.5.2 Uji t (Uji Parsial)	53
4.5.3 Uji F (Uji Simultan).....	54
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
4.6 Pembahasan.....	56
4.6.1 Pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i>	56
4.6.2 Pengaruh akuntabilitas terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i>	57
4.6.3 Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i>	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Simpulan.....	59
5.2 Keterbatasan Penelitian	60
5.3 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengumpulan ZIS Berdasarkan Kanal Pembayaran	2
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Item pertanyaan variabel keputusan masyarakat	28
Tabel 3. 2 Item pertanyaan variabel religiusitas	29
Tabel 3. 3 Item pertanyaan variabel akuntabilitas	30
Tabel 3. 4 Item pertanyaan variabel kepercayaan.....	31
Tabel 3. 5 Profil Responden Pilot Test	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia	39
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir	40
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	41
Tabel 4. 5 Jenis pembayaran yang pernah responden bayarkan	42
Tabel 4. 6 Digital platform yang pernah digunakan responden.....	43
Tabel 4. 7 Hasil uji deskriptif	45
Tabel 4. 8 Hasil uji validitas	46
Tabel 4. 9 Hasil uji reliabilitas.....	47
Tabel 4. 10 Hasil uji multikolinieritas.....	49
Tabel 4. 11 Hasil uji autokorelasi	51
Tabel 4. 12 Hasil analisis regresi linier berganda.....	52
Tabel 4. 13 Hasil uji F.....	55
Tabel 4. 14 Hasil uji koefisien determinasi (R^2).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model (TAM).....	9
Gambar 4. 1 Persentase jenis kelamin responden.....	39
Gambar 4. 2 Persentase usia responden.....	40
Gambar 4. 3 Persentase tingkat pendidikan terakhir responden.....	41
Gambar 4. 4 Persentase pekerjaan responden.....	42
Gambar 4. 5 Persentase jenis pembayaran yang responden bayarkan.....	43
Gambar 4. 6 Persentase digital platform yang digunakan untuk membayar ZIS.....	44
Gambar 4. 7 Hasil uji normalitas.....	48
Gambar 4. 8 Hasil uji heteroskedastisitas.....	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	63
Lampiran 2. Hasil pilot test.....	71
Lampiran 3. Hasil tabulasi data	73
Lampiran 4. Hasil uji deskriptif	80
Lampiran 5. Hasil uji instrumen	81
Lampiran 6. Hasil uji asumsi klasik.....	86
Lampiran 7. Hasil analisis regresi berganda.....	88



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, akuntabilitas, dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 responden dari generasi muslim milenial yang tinggal di wilayah Kabupaten Banyumas. Metode pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Statistikal Package for the Social Sciens* (SPSS) IBM versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*, sedangkan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.

Kata Kunci: Religiusitas, Akuntabilitas, Kepercayaan, Keputusan Masyarakat, *Digital Platform*, Muslim Milenial.

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of religiosity, accountability, and trust on people's decisions to pay zakat, infaq, and alms (ZIS) through a digital platform. The sample used in this study were 100 respondents from the millennial Muslim generation who live in the Banyumas Regency area. The sample selection method in this study used a purposive sampling technique. Data was performing with Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) IBM version 25.0. The results show that religiosity and accountability have no significant effect on people's decisions to pay zakat, infaq, and alms (ZIS) through a digital platform, while trust has a significant positive effect on people's decisions to pay zakat, infaq, and alms (ZIS) through a digital platform.

Keywords: Religiosity, Accountability, Trust, Community Decision, Digital Platform, Millennial Muslims.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern saat ini, kemajuan teknologi di dalam maupun luar negeri sudah berkembang dengan sangat pesat. Kemajuan teknologi ini tentunya membawa dampak positif dan negatif dalam kehidupan masyarakat baik di bidang sosial, ekonomi, maupun budaya. Dampak positif yang dapat dirasakan antara lain yaitu dapat memudahkan semua pekerjaan dan aktivitas lainnya dalam kehidupan sehari-hari, terciptanya inovasi-inovasi baru diberbagai sektor, meningkatkan layanan kepada pelanggan, dan meningkatkan penghasilan (Kurniaputri et al., 2020). Adapun dampak negatif yang dapat muncul yaitu seperti pemborosan, rentan dengan serangan *cyber*, masyarakat menjadi serba ketergantungan dan malas, dan lain sebagainya. Zaman dahulu, penggunaan teknologi belum bisa dirasakan oleh semua masyarakat luas. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti biaya mahal, kurangnya pengetahuan masyarakat, lemahnya kesadaran masyarakat, dan lain sebagainya.

Seiring dengan perubahan saat ini, seluruh kalangan masyarakat sudah bisa menggunakan teknologi. Internet merupakan media yang dapat memfasilitasi perubahan gaya hidup dan membawa masyarakat ke era dimana sebuah aktivitas dapat dilakukan dengan cepat dan disertai biaya yang dapat terjangkau dibandingkan dengan era-era yang sebelumnya dimana masyarakat melakukan aktivitasnya secara manual. Pada tahun 2018, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengemukakan bahwa pengguna internet di Indonesia mencapai 64,8% dari total penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta jiwa (Khairunnisa et al., 2020). Selain digunakan untuk komunikasi, teknologi juga dapat digunakan untuk belanja, berdiskusi, dan bertukar informasi.

Dapat dilihat, pada era sekarang dapat membentuk revolusioner untuk pertumbuhan dan penyebaran agama secara digital. Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya muslim terbesar di dunia dan ikut serta mengalami dampak dari perkembangan teknologi ini. Salah satu dampaknya yaitu di Indonesia lebih banyak peluang dan potensi yang besar untuk membangun perekonomian syariah dunia. Instrumen penting dalam pembangunan tersebut yaitu dengan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Masyarakat zaman sekarang atau generasi millennial cenderung lebih suka dan nyaman melakukannya lewat media online. Sebagai contoh, salah satu lembaga nirlaba yang ada di Indonesia yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) melakukan kerjasama dengan *digital platform*. Menurut Kurniaputri et al. 2020, dalam kerjasama tersebut yang digandeng BAZNAS ada 6 *platform*, yaitu *BAZNAS platform*, *commercial platform* (Tokopedia salam, bukalapak, shopee, lazada, JD.ID, Bibli.com, elevenia), *non-commercial platform* (Kitabisa.com, WeCare.id, peduli sehat, BenihBaik.com, Bantoo, Waktumu hijrah, beramaljariyah.org), *social media platform* untuk sosialisasi dan edukasi (facebook, twitter, instagram, LinkedIn, tiktok), *artificial intelligence platform* (ZAVIRA, lenna, AR), dan *innovative platform* (Gojek, OVO, LinkAja, layanan syariah LinkAja, DANA, Spin).

Dalam skala nasional pada tahun 2019, pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Indonesia melalui digital platform menjadi urutan kedua setelah melalui layanan perbankan. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1 Pengumpulan ZIS Berdasarkan Kanal Pembayaran

Kanal Pembayaran	Pengumpulan ZIS	
	Total Dana (Rp)	%
Konter	7,798,664,544	2.6
E-Payment	40,183,311,927	13.6
Transfer	238,992,463,834	80.7

Natura	9,259,868,044	3.1
Total	296,234,308,349	100.0

Sumber: BAZNAS 2019

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform* menggunakan *e-payment* terdapat pada urutan kedua setelah melalui layanan perbankan yaitu transfer. Dalam hal ini, jumlah dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yang terkumpul lewat *e-payment* pada tahun 2019 sebesar Rp40.183.311.927 atau sebesar 13.6% (BAZNAS, 2019).

Penggunaan *digital platform* tersebut banyak diterapkan oleh masyarakat khususnya generasi milenial. Menurut Arifin dalam Rachmat et al. 2020, pembayaran zakat digital sudah populer sejak tahun 2016 dan mengalami peningkatan sebesar 12% sejak banyak *digital platform* lainnya yang memberikan layanan zakat. Selain itu, Arifin juga menyampaikan bahwa donasi yang diterima oleh BAZNAS mayoritas berasal dari generasi milenial. Sehingga dalam era sekarang peran teknologi tidak bisa dipisahkan dari kehidupan dan disisi lain peran agama juga sangat penting untuk mendorong agar teknologi dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat (muzaki dan munfiq) dalam membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform* yaitu antara lain religiusitas, akuntabilitas, dan kepercayaan.

Faktor pertama yaitu religiusitas. Hal ini dilatar belakangi karena adanya masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam. Religiusitas atau keagamaan seseorang berkaitan dengan pengetahuan, perasaan, dan tindakan diri seseorang karena terdapat faktor agama yang melibatkan jiwa dan raga manusia (Bahri et al., 2021). Agama selalu berhubungan dengan keyakinan seseorang terhadap Tuhan, bagaimana seorang manusia bergantung pada Tuhan dan menjalankan segala kewajiban yang diperintahkan

oleh Tuhan. Apabila seseorang mempunyai latar belakang keagamaan yang baik dan bagus maka bisa menjadikan sebagai dorongan bagi seseorang dalam mengambil keputusan. Hal ini dikarenakan dapat mengarahkan manusia untuk berperilaku sesuai etika yang dianjurkan agama serta bertujuan untuk mencapai kesejahteraan di akhirat (falah). Beberapa indikator yang dapat mencapai falah yaitu zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Namun pada penelitian Kurniaputri et al. 2020 dan Syafitri et al. 2021, ternyata variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat (muzaki dan munfiq) dalam membayarkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Oleh karena itu, keadaan ini dapat dimanfaatkan untuk lebih memberikan pemahaman tentang manfaat serta hikmah pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) khususnya melalui *digital platform*.

Selain faktor religiusitas, faktor akuntabilitas juga berperan penting dalam keputusan masyarakat untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Akuntabilitas berhubungan dengan kepercayaan muzaki/munfiq terhadap Organisasi Pengelola Zakat (OPZ). Apabila OPZ dapat bertanggungjawab dalam memenuhi kewajibannya maka akan menimbulkan muzaki/munfiq cepat dalam mengambil keputusan untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Hal ini didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Kabib et al. (2021), Jumriani (2021), dan Septiarini (2011) yang menyatakan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif terhadap minat atau loyalitas muzaki membayar ZIS. Adapun penelitian dari Kharisma & Jayanto (2021) menyatakan bahwa akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan E-Zakat.

Faktor yang ketiga yaitu kepercayaan. Suatu kepercayaan terhadap sesuatu akan timbul dari diri seseorang masing-masing. Persepsi kepercayaan dinilai sebagai tingkatan seseorang yang memiliki kemauan untuk tergantung pada orang lain atau sistem tertentu (Biomass, 2019). Kepercayaan terhadap sesuatu penting untuk menentukan seseorang mengambil keputusan untuk membayar ZIS pada suatu *platform* karena dalam mengambil

keputusan seseorang melewati beberapa proses seperti mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif, dan memilih diantara pilihan yang ada. Apabila seseorang telah percaya pada suatu produk, maka tidak akan ada pilihan lain untuk mengganti keputusannya. Dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS), *digital platform* yang sudah dikenal dan dipercaya oleh masyarakat maka akan dipilih untuk melakukan transaksinya. Hal ini didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa et al. 2020 yang menunjukkan adanya kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan muzaki dalam menyalurkan zakat dan donasi melalui Tokopedia.

Pada penelitian ini, penulis akan melakukan pengujian pengaruh 3 variabel independen, yaitu religiusitas, akuntabilitas dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu generasi muslim milenial. Objek tersebut juga pernah digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Kurniaputri et al. 2020 dengan judul Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Millenials terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital. Berdasarkan referensi penelitian tersebut, penulis ingin melakukan penelitian dengan objek yang sama untuk mengetahui pengaruh religiusitas, akuntabilitas dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Dasar pemilihan wilayah Banyumas sebagai objek wilayah sasaran penelitian dikarenakan wilayah ini merupakan wilayah tempat tinggal penulis sehingga diharapkan memudahkan dalam melakukan penelitiannya baik dari segi waktu dan hal lain. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Religiusitas, Akuntabilitas, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat,**

Infak, dan Sedekah (ZIS) melalui *Digital Platform*” (Studi Empiris pada Muzaki dan Munfiq Wilayah Kabupaten Banyumas).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diteliti pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*?
2. Apakah akuntabilitas berpengaruh terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tujuan penelitian untuk mengetahui dan mengkaji beberapa hal, antara lain yaitu:

1. Untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.
2. Untuk menguji pengaruh akuntabilitas terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.
3. Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Akuntabilitas, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Masyarakat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) melalui *Digital Platform*” diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini memberikan pengetahuan atau wawasan serta melatih cara berpikir kritis atas fenomena akuntansi yang terjadi di lingkungan sekitar khususnya dalam hal yang berkaitan dengan aktivitas transaksi secara *online* melalui *digital platform*.

2. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian mengenai pengaruh religiusitas, akuntabilitas, dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform* diharapkan dapat digunakan sebagai pembelajaran dan referensi untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti lain jika ingin melakukan penelitian sejenis bisa mempertimbangkan kelebihan dan kelemahan yang mungkin ditemukan dalam penelitian ini dan diharapkan bisa jadi referensi, memberikan manfaat, kontribusi, dan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan isi skripsi ini disusun dalam lima bab. Penjelasan dari masing-masing bab tersebut yaitu sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN.

Bab satu memaparkan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA.

Bab dua memaparkan mengenai landasan teori zakat, infak, dan sedekah (ZIS), *digital platform*, pembahasan penelitian terdahulu terkait variabel dependen dan independen, serta kerangka dan hipotesa penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN.

Bab tiga memaparkan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam menyusun skripsi ini yang berisi tentang populasi dan sampel penelitian, definisi variabel penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: DATA DAN PEMBAHASAN

Bab empat menguraikan hasil dari analisis data yang berhubungan dengan penelitian yang telah dilakukan menggunakan alat dan analisis data untuk memastikan sesuai atau tidaknya dengan hipotesis penelitian.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Bab lima memaparkan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

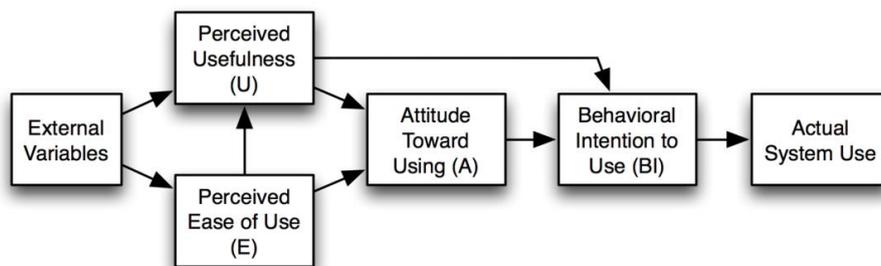
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Pada tahun 1989, David memperkenalkan *Technology Acceptance Model* (TAM) untuk pertama kalinya. TAM merupakan perkembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) atau teori tindakan yang digunakan untuk menguraikan faktor diterimanya suatu sistem dan teknologi informasi (Astuti & Prijanto, 2021). TRA dicetus oleh Fishbein dan Ajzen dengan dasar niat seseorang untuk melakukan suatu aktivitas atau kegiatan tertentu yang ditentukan oleh dua faktor yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif.

Technology Acceptance Model (TAM) mempunyai dua variabel untuk mempengaruhi perilaku penggunaan dalam menerima sistem dan teknologi yang baru, yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu kepercayaan pengguna dalam menggunakan sistem dan teknologi informasi secara mudah. Sedangkan persepsi kebermanfaatan merupakan suatu kepercayaan pengguna jika mereka merasa sistem dan teknologi informasi dapat membantu untuk meningkatkan kinerjanya.



Gambar 2. 1 Technology Acceptance Model (TAM)

Perkembangan teknologi ini dapat berpengaruh ke perilaku seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Kemudahan dan kebermanfaatan penggunaan sistem dan teknologi informasi mempengaruhi tingkat kepercayaan perilaku seseorang untuk mengambil keputusan dalam menggunakannya, salah satunya yaitu penggunaan *digital platform* untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Apabila seseorang sudah merasa percaya dengan adanya pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui sistem dari *digital platform* tersebut maka dalam pengambilan keputusan untuk bertransaksi akan semakin cepat.

2.1.2 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dengan menambahkan variabel persepsi kontrol perilaku pada tahun 1988 oleh Ajzen. Fishbein dan Ajzen mengemukakan bahwa perilaku merupakan faktor yang timbul dalam diri seseorang untuk mengekspresikan sesuatu antara suka atau tidak suka terhadap suatu objek yang diberikan (Kurniawati et al., 2020). TPB menunjukkan bahwa tindakan manusia timbul dari tiga macam kepercayaan, yaitu (Afdalia, Nadhira, 2010) :

1. Kepercayaan perilaku (*behavioral beliefs*) merupakan kepercayaan mengenai kemungkinan terjadinya perilaku.
2. Kepercayaan normatif (*normative beliefs*) merupakan kepercayaan mengenai ekspektasi normatif dari orang lain dan motivasi untuk menyetujui ekspektasi tersebut.
3. Kepercayaan kontrol (*control beliefs*) merupakan kepercayaan mengenai faktor yang memfasilitasi kinerja atas perilaku dan kekuatan persepsi faktor tersebut.

Dalam islam, perilaku disebut dengan akhlak yang terdiri dari akhlak baik dan buruk, terpuji dan tercela. Adapun lima kategori akhlak yaitu akhlak kepada Allah, diri

sendiri, keluarga, masyarakat, dan akhlak terhadap alam dan lingkungan (Kamal & Ghani, 2014). Selain itu, perilaku dalam islam juga bisa dilihat dari perilaku ritual (beribadah). Implikasi dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada penelitian ini dapat diterapkan pada variabel independen yaitu religiusitas dan kepercayaan. Semakin tinggi tingkat religiusitas dan kepercayaan seseorang maka keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) semakin meningkat.

2.1.3 Theory of Good Corporate Governance (GCG)

Good Corporate Governance (GCG) menurut Mahrani & Soewarno (2018) merupakan suatu perangkat yang mengatur hubungan antar pemegang kepentingan internal dan eksternal dalam mempertanggungjawabkan tugasnya dengan baik guna mencapai tujuan perusahaan secara tepat dan efisien. Emirzon (2006) menyampaikan bahwa prinsip *Good Corporate Governance* (GCG) terdiri dari lima aspek, yaitu: (1) Keterbukaan (Transparency), (2) Akuntabilitas (Accountability), (3) Pertanggungjawaban (Responsibility), (4) Independensi (Independency), dan (5) Kewajaran (Fairness).

Pada penelitian ini, variabel akuntabilitas dapat berhubungan dengan teori *Good Corporate Governance* (GCG) karena variabel tersebut merupakan aspek penting dalam pertanggungjawaban entitas kepada stakeholder. Akuntabilitas perlu disajikan oleh entitas (BAZNAS) dalam layanan *digital platform* agar muzaki dan munfiq dapat memperoleh pertanggungjawaban dan akan meningkatkan kepercayaan mereka untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Semakin tinggi akuntabilitas yang berpengaruh ke muzaki dan munfiq, maka akan meningkatkan keputusan mereka untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Sebaliknya, jika semakin rendah akuntabilitas yang berpengaruh ke muzaki dan munfiq, maka akan

semakin rendah tingkat keputusan mereka untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform* (Kharisma & Jayanto, 2021).

2.1.4 Zakat, Infak, Sedekah (ZIS)

2.1.4.1 Zakat

Zakat merupakan salah satu rukun islam yang fundamental. Pembayaran zakat termasuk ibadah wajib kepada Allah SWT yang harus dijalankan oleh setiap muslim. Menurut istilah harfiah, zakat berasal dari bahasa arab yang memiliki arti “yang mensucikan”, “yang membina”, serta “tumbuh dan berkembang” (Hasif & Ahmad, 2019). Sedangkan menurut istilah fiqih, zakat merupakan kewajiban setiap muslim untuk memberikan sebagian harta kekayaan dan kepemilikan individu apabila sudah mencapai nisab (batas minimal) dan memenuhi haulnya (masa satu tahun). Maka dari itu, zakat berguna untuk membersihkan diri dari dosa dan segala sifat jelek akibat harta seperti kikir maupun tamak. Kata zakat disebut sebanyak 32 kali di dalam Alquran. Adapun perintah untuk mengeluarkan zakat yang tercantum dalam firman Allah SWT dalam Q.S At Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya:

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”

Pada dasarnya zakat terdiri dari dua macam, yaitu zakat fitrah dan zakat maal. Zakat fitrah merupakan zakat yang dikeluarkan oleh setiap umat muslim pada saat akhir bulan ramadhan atau menjelang hari raya idul fitri. Sedangkan zakat maal

merupakan zakat yang dikeluarkan setiap umat muslim (perorangan atau badan) atas sebagian hartanya yang telah memenuhi syarat-syarat tertentu. Zakat maal meliputi perak, emas, logam, mulia, uang, surat berharga, peternakan, dan lain sebagainya. Golongan yang dapat menerima dua zakat tersebut antara lain fakir, miskin, amil, mualaf, riqab, gharimin, fisabilillah, dan ibnu sabil.

2.1.4.2 Infak

Infak berasal dari kata *anfaqa-yunfiq* artinya mengeluarkan suatu harta untuk kepentingan hal tertentu. Sedangkan menurut syariat infak berarti mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan untuk suatu kepentingan yang diajarkan oleh agama islam (Prastiani et al., 2021). Adapun macam-macam infak secara hukum, yaitu infak adalah mubah, infak adalah wajib, infak adalah haram, dan infak adalah sunnah. Adapun firman Allah yang menyebutkan mengenai infak yakni dalam QS. Saba ayat 39:

قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَيَقْدِرُ لَهُ وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Artinya:

Katakanlah “Sungguh, Tuhanku melapangkan rezeki dan membatasinya bagi siapa yang dia kehendaki di antara hamba-hamba-Nya.” Dan apa saja yang kamu infakkan, Allah akan menggantinya dan Dialah pemberi rezeki yang terbaik”.

Infak berbeda halnya dengan zakat. Infak tidak ada aturan untuk nisab atau jumlah harta yang ditentukan secara hukum. Selain itu infak juga tidak harus diberikan kepada muzaki tertentu, melainkan bisa diberikan kepada keluarga, kerabat, anak yatim, orang miskin, atau orang yang sedang dalam perjalanan jauh. Menunaikan infak tidak wajib bagi setiap umat muslim. Jika seorang muslim ber-

infak, maka akan mendapatkan kebaikan kepada dirinya, tetapi jika ia tidak melakukannya, maka tidak akan mendapatkan dosa.

2.1.4.3 Sedekah

Secara etimologi, sedekah berasal dari bahasa Arab yakni ash-shadaqah. Sedangkan secara terminologi, sedekah merupakan memberikan sesuatu kepada orang lain tanpa mengharap imbalannya karena mengharapkan pahala dari Allah SWT. Secara syariat islam, infak dan sedekah mempunyai persamaan dalam maknanya, tujuannya, hukumnya, serta ketentuan-ketentuan yang berlaku (Syafitri et al., 2021). Sisi perbedaan infak dan sedekah hanya terletak pada bendanya. Infak hanya sebatas dalam bentuk materi, sedangkan sedekah bisa non materi seperti pertolongan, sikap, dan lain sebagainya. Sedekah dilakukan secara spontan dan sukarela. Sedekah merupakan amalan yang disukai oleh Allah SWT. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya ayat Al Quran yang menyebutkan mengenai sedekah. Adapun salah satu firman Allah yang terdapat dalam QS Al Baqarah ayat 271:

إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ مِنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya:

“Jika kamu menampakkan sedekah(mu), maka itu adalah baik sekali. Dan jika kamu menyembunyikannya dan kamu berikan kepada orang-orang kafir, maka menyembunyikan itu lebih baik bagimu. Dan Allah akan menghapuskan dari kamu sebagian kesalahan-kesalahanmu, dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

2.1.5 *Digital Platform*

Dalam era digital saat ini, masyarakat dituntut untuk pintar memanfaatkan kemudahan dan efektivitas interaksi satu sama lain. Berbagai inovasi digital yang baru muncul di berbagai sektor serta menjadi salah satu bukti masyarakat untuk berkontribusi terhadap perkembangan zaman yang semakin modern. Berdasarkan *Outlook Zakat Indonesia (2019)* yang diterbitkan oleh BAZNAS, terdapat tiga jenis *digital platform* yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS), yakni:

1. *Internal Platform*, merupakan suatu *platform* yang dikembangkan oleh organisasi pengelola zakat dalam bentuk *website* atau aplikasi. Contohnya pada halaman *website* baznas.go.id/bayarzakat yang dimiliki oleh BAZNAS dan Muzaki Corner yang dimiliki BAZNAS.
2. *Eksternal Platform*, adalah suatu platform yang disediakan oleh mitra organisasi pengelola zakat untuk menghimpun dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Contohnya seperti *e-commerce* (tokopedia salam, bukalapak, shopee, lazada, blibli, JD.ID, elevenia), *non-commercial* (Kitabisa.com, peduli sehat, BenihBaik.com, WeCare.id), *innovative platform* (Gojek, OVO, LinkAja, Layanan Syariah LinkAja, DANA, Spin).
3. *Media Platform*, yaitu suatu platform sebagai metode pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui media sosial seperti misalnya OY! Indonesia, Jenius, dan lain sebagainya.

2.1.6 **Variabel Dependen: Keputusan Masyarakat**

Keputusan merupakan suatu proses pemecahan masalah yang dihadapi oleh seseorang dan terdiri dari beberapa tahapan seperti pencarian informasi, pemilihan jalur alternatif, dan merumuskan keputusan (Kurniaputri et al., 2020). Dengan kata lain,

keputusan dapat mengombinasikan pengetahuan untuk mempertimbangkan dua atau lebih perilaku alternatif dan salah satu diantaranya harus dipilih. Dalam mengambil keputusan biasanya masyarakat mempertimbangkan beberapa faktor. Maka dapat disimpulkan bahwa keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) timbul dari kesadaran diri sendiri untuk mencari solusi, alternatif, dan memilih antara pilihan metode pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) diantaranya yaitu *online* maupun *offline*. Philip Kotler dalam Ichwan (2007) menyampaikan beberapa indikator yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan transaksi, yaitu:

1. Kemantapan suatu produk;
2. Kebiasaan bertransaksi;
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain; dan
4. Kenyamanan dengan melakukan transaksi ulang.

2.1.7 Variabel Independen: Religiusitas

Menurut Suhardiyanto dalam Kurniaputri et al. 2020, Religiusitas menggambarkan suatu hubungan yang terjalin secara pribadi antara pencipta dan yang diciptakan yakni Ilahi Yang Maha Kuasa dan manusia yang berkonsekuensi menjalankan perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya. Oleh karena itu, wujud religiusitas dalam beragama dapat dilihat dari ketaatan seorang hamba kepada Tuhannya. Dalam islam terdapat rukun iman yang harus diyakini oleh setiap umat muslim. Rukun iman inilah yang berperan sebagai pembatas diri manusia atau sebagai landasan untuk melakukan perbuatan dan perilaku sehingga tidak bertindak merugikan orang lain (Syafitri et al., 2021). Adapun firman Allah yang berkaitan dengan religiusitas yaitu tersirat dalam surat Al Baqarah ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطٰنِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh nyata bagimu.”

Stark & Glock mengungkapkan bahwa konsep religiusitas terdiri dari lima dimensi, yaitu (Syafitri et al., 2021):

1. Dimensi keyakinan atau ideologi

Dimensi keyakinan atau ideologi merujuk pada kepercayaan yang mana dalam islam terdapat enam rukun iman yaitu iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat, iman kepada kitab, iman kepada nabi dan rasul, iman kepada hari akhir, serta iman kepada qada dan qadar.

2. Dimensi ritual

Dimensi ritual berkaitan dengan praktik-praktik agama atau peribadatan atas ajaran yang dianutnya.

3. Dimensi pengetahuan agama

Dimensi pengetahuan berfokus atas eksperimen yang mengacu pada kedalaman pemahaman seseorang dalam beragama sebagai ukuran dari tingkat religiusitas. Dalam dimensi ini, pengetahuan agama seseorang menyangkut atas pemahaman isi Al-Quran, ajaran agama yang harus dijalankan, sejarah dan hukum islam, dan lainnya.

4. Dimensi intelektual atau penghayatan

Dimensi ini berkaitan dengan seberapa kuat keyakinan seseorang terhadap agama mengenai kajian keagamaan yang ditaatinya.

5. Dimensi konsekuensial

Dimensi konsekuensial mengacu pada identifikasi hasil tindakan yang diambil oleh seseorang dalam mematuhi dimensi keyakinan, ritual, pengetahuan, dan intelektual sebagai pedoman dalam berperilaku sehari-hari.

2.1.8 Variabel Independen: Akuntabilitas

Menurut Mardiasmo dalam Kabib et al. (2021), akuntabilitas merupakan suatu kewajiban yang berisi tentang amanah dalam menyajikan, melaporkan, memberikan tanggungjawab dengan mempunyai wewenang serta hak guna permintaan dari suatu pertanggungjawaban tersebut. Selain itu, akuntabilitas juga merupakan cerminan tata kelola yang baik bagi suatu entitas yang diwujudkan dalam bentuk pengungkapan sebagai mekanisme yang dapat memfasilitasi informasi mengenai sumber ekonomik yang sudah dipercayakan oleh pemilik kepada manajemen (Septiarini, 2011).

Di dalam islam, akuntabilitas tersirat dalam surat Al Baqarah ayat 283 yang artinya:

“...orang yang dipercayai wajib memenuhi amanahnya, dan bertaqwalah kepada Allah Tuhannya. Jangan kamu sekali-kali menyembunyikan kesaksian. Barangsiapa yang menyembunyikannya, akan tercoreng dosa di hatinya, dan Allah maha mengetahui akan segala yang kamu lakukan.” Dari ayat tersebut dapat diketahui bahwa adanya kewajiban pencatatan atas setiap transaksi yang dilakukan tidak secara tunai tetapi dapat dipertanggungjawabkan amanahnya. Konsep akuntabilitas yang disampaikan oleh Kholmi dalam Kabib et al. (2021) memiliki tiga dimensi, yaitu:

1. Relasi antar sesama
2. Relasi dengan lingkungan
3. Relasi dengan pencipta

Dalam konteks ini, Allah sebagai pencipta dan yang memiliki kekuasaan memberikan amanah kepada manusia agar mereka dapat bertanggungjawab atas apa yang telah dilakukan di muka bumi ini kepada sesamanya. Dengan demikian, berlaku bagi BAZNAS yang harus mengungkapkan semua transaksi baik itu penerimaan, penyimpanan, serta penyaluran zakat, infaq, dan shodaqoh dari muzakki karena mereka telah mempercayakan dan mengamanahkan melakukan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui BAZNAS dengan menggunakan *digital platform* untuk dikelola dan didistribusikan kepada pihak yang mempunyai hak untuk menerimanya.

2.1.9 Variabel Independen: Kepercayaan

Kepercayaan merupakan suatu kesadaran dan perasaan yang timbul dari diri seseorang (konsumen) untuk mempercayai suatu produk yang digunakan oleh jasa penyedia dan dibangun untuk tujuan jangka panjang (Bahri et al., 2021). Kepercayaan berperan penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Apabila pelanggan sudah menerapkan kepercayaan terhadap penyedia jasa maka suatu aktivitas atau kegiatan transaksinya berjalan dengan lancar tanpa ada suatu keraguan.

Kepercayaan memiliki dampak positif bagi BAZNAS karena dalam hal ini dapat dibuktikan dengan kemauan muzaki & munfiq yang mengandalkannya sebagai lembaga untuk menyalurkan ZIS dan mereka yakin bahwa lembaga tersebut bersikap profesional, amanah, dan transparan. Menurut Wibowo dalam Satrio & Siswantoro (2016), ada beberapa hal yang menjadi dasar untuk membangun sebuah kepercayaan, yaitu:

1. Keterbukaan
2. Kompeten
3. Kejujuran
4. Integritas

5. Akuntabilitas
6. *Sharing*
7. Penghargaan

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian berikut menjadi salah satu acuan atau referensi penulis untuk memperkaya teori yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini.

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
Kurniaputri et al. 2020	Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital	Dependen: Keputusan (Y) Independen: Intensi Perilaku (X1) Religiusitas (X2)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intensi perilaku (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk membayar ZIS melalui <i>platform online</i>. ▪ Religiusitas (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan untuk membayar ZIS melalui <i>platform online</i>.
(Syafitri et al., 2021)	Tingkat Religiusitas dan Pendapatan: Analisis Pengaruh Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah	Dependen: Keputusan (Y) Independen: Religiusitas (X1) Pendapatan (X2)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Religiusitas (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan mengeluarkan ZIS. ▪ Pendapatan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mengeluarkan ZIS.

(Bahri et al., 2021)	Trust, Religiosity, Income, Quality of Accounting Information, and Muzaki Decision to Pay Zakat	<p>Dependen: Keputusan (Y)</p> <p>Independen: Kepercayaan (X1) Religiusitas (X2) Pendapatan (X3) Kualitas informasi akuntansi (X4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepercayaan (X1), religiusitas (X2), dan pendapatan (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat. ▪ Kualitas akuntansi informasi (X4) berpengaruh negatif terhadap keputusan muzakki membayar zakat.
(Kabib et al., 2021)	Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen	<p>Dependen: Minat Muzakki (Y)</p> <p>Independen: Akuntabilitas (X1) Transparansi (X2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Akuntabilitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat. ▪ Transparansi (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat muzakki membayar zakat.
(Septiarini, 2011)	Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap Pengumpulan Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqah Pada LAZ di Surabaya	<p>Dependen: Pengumpulan (Y)</p> <p>Independen: Transparansi (X1) Akuntabilitas (X2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Transparansi (X1) dan akuntabilitas (X2) berpengaruh positif terhadap pengumpulan ZIS.
(Kharisma & Jayanto, 2021)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat	<p>Dependen: Minat menggunakan e-zakat (Y)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kegunaan (X1) dan Transparansi (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

	Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah	<p>Independen:</p> <p>Kegunaan (X1)</p> <p>Risiko (X2)</p> <p>Akuntabilitas (X3)</p> <p>Transparansi (X4)</p>	<p>minat menggunakan e-zakat.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Risiko (X2) berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-zakat. ▪ Akuntabilitas (X3) tidak cukup signifikan berpengaruh terhadap minat menggunakan e-zakat.
(Khairunnisa et al., 2020)	Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia	<p>Dependen:</p> <p>Keputusan (Y)</p> <p>Independen:</p> <p><i>Brand awareness</i> (X1)</p> <p>Kepercayaan (X2)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Brand awareness</i> (X1) dan kepercayaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menyalurkan zakat dan donasi melalui Tokopedia.
(Biomass, 2019)	Persepsi Penggunaan Zakat Online di Indonesia	<p>Dependen:</p> <p>Penggunaan zakat online (Y)</p> <p>Independen:</p> <p>Kegunaan (X1)</p> <p>Kemudahan (X2)</p> <p>Keamanan dan privasi (X3)</p> <p>Kepercayaan (X4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kegunaan (X1), keamanan dan privasi (X3), dan kepercayaan (X4) berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan zakat online. ▪ Kemudahan (X2) berpengaruh negatif signifikan terhadap penggunaan zakat online.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Religiusitas

Pada hakikatnya, agama diibaratkan sebagai salah satu pondasi yang kokoh dalam menjalani kehidupan di dunia. Dengan kata lain, agama merupakan pedoman hidup bagi umat manusia yang berisi serangkaian perintah dari Allah SWT untuk dijalankan oleh umat-Nya dan juga larangan-Nya untuk dijauhi oleh umat-Nya. Komitmen seseorang dalam berperilaku taat kepada Allah inilah yang disebut dengan religiusitas (Kurniawati et al., 2020). Komitmen ini berperan penting bagi kehidupan seseorang dalam membentuk keyakinan, pengetahuan, dan sikap. Hal ini dilatarbelakangi apabila seseorang memiliki religiusitas yang tinggi, maka akan cenderung membayar zakat setiap tahun karena wajib hukumnya serta lebih sering membayar infak dan sedekah walaupun sunnah hukumnya. Begitupun sebaliknya, jika tingkat religiusitas seseorang rendah maka untuk melakukan pembayaran ZIS juga akan rendah. Dengan demikian, tingkat religiusitas seseorang dapat mempengaruhi dalam melakukan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan yaitu:

H1: Religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.

2.3.2 Pengaruh Akuntabilitas

Akuntabilitas atau dalam islam dapat dianalogikan sebagai prinsip amanah merupakan faktor penting eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku dan kepercayaan seseorang. Akuntabilitas dilaksanakan dengan cara manajemen (dalam hal ini BAZNAS) memberikan informasi lengkap mengenai penyajian dan pelaporan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) kepada publik atau masyarakat luas sehingga mereka dapat mengetahui secara menyeluruh atas zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yang dikelola

oleh suatu lembaga penyalur yaitu BAZNAS. Semakin tinggi akuntabilitas dari sebuah lembaga maka akan meningkatkan keputusan masyarakat untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Sedangkan jika akuntabilitas dari sebuah lembaga itu rendah, maka keputusan masyarakat untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) akan semakin menurun. Pernyataan tersebut diperkuat dalam penelitian yang dilakukan oleh Septiarini (2011) yang menunjukkan bahwa akuntabilitas berpengaruh positif terhadap pengumpulan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Dengan demikian, maka hipotesis yang dapat dirumuskan yaitu:

H2: Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.

2.3.3 Pengaruh Kepercayaan

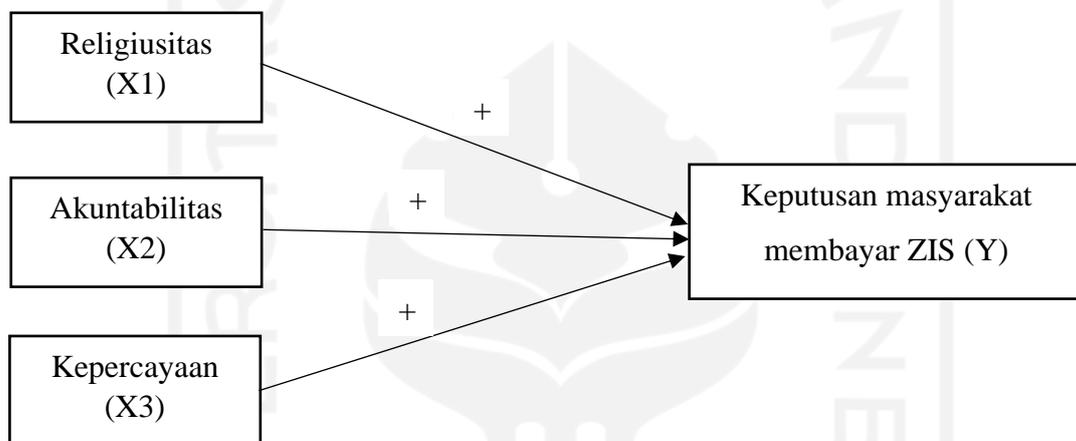
Kepercayaan merupakan penentu penting niat seseorang dalam berperilaku (Muttaqien & Mas'ud, 2021). Dalam islam, konsep kepercayaan seringkali dihubungkan dengan pahala dan dosa. Sebagai salah satu entitas nirlaba, tentunya BAZNAS harus dapat dipercaya oleh masyarakat agar tidak berdosa. Masyarakat cenderung mempercayai entitas tersebut karena memiliki profil manajemen baik. Maka dari itu, kepercayaan publik terhadap BAZNAS dapat mencerminkan baik buruknya integritas dan profesionalitas BAZNAS.

Kualitas pelayanan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) akan sangat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap kinerja BAZNAS. Apabila muzaki dan munfiq dapat menerima pelayanan yang baik, maka kepercayaan masyarakat akan semakin tinggi. Begitupun sebaliknya, jika muzaki dan munfiq mendapat pelayanan yang kurang baik maka akan menciptakan ketidakpercayaan. Oleh sebab itu, untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap masyarakat dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) maka BAZNAS menggelar kerjasama dengan *digital platform* seperti e-

commerce, fintech, dan lain sebagainya. Penelitian Khairunnisa et al. (2020) membuktikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat menyalurkan zakat dan donasi melalui Tokopedia. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan yaitu:

H3: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.

2.4 Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Menurut Indriantoro dan Supomo dalam Septiarini (2011), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu dengan kualitas dan karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini yaitu generasi muslim millennial yang tinggal di wilayah Kabupaten Banyumas. Pemilihan populasi tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat religiusitas, akuntabilitas, dan kepercayaan serta kontribusi masyarakat muslim milenial di Banyumas dalam aktivitas membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS).

3.1.2 Sampel

Menurut Sugiyono dalam Septiarini (2011), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang termasuk dalam *nonprobability sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik yang pendekatannya ada tujuan serta mempertimbangkan beberapa kriteria tertentu dalam pengambilan sampel.

Adapun beberapa kriteria yang harus dipenuhi untuk menjadi sampel responden dalam penelitian ini, yaitu:

1. Responden merupakan generasi milenial (berumur 21 – 40 tahun)
2. Responden beragama islam
3. Responden berdomisili di Banyumas
4. Responden pernah membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*

Dalam penelitian ini tidak diketahui besarnya populasi masyarakat muslim milenial yang tinggal di Kabupaten Banyumas dan sudah pernah membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*, sehingga untuk menentukan jumlah sampel menggunakan teori Wibisono (Aristiana, 2019), dengan formula:

$$N = \left[\frac{((Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma)}{e} \right]^2$$

$$N = \left[\frac{(1,96 \cdot 0,25)}{5\%} \right]^2$$

$$N = 96,04 \text{ dibulatkan } 100$$

Keterangan:

N = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96

σ = standar deviasi 25%

e = *error* (batas kesalahan = 5%)

Batas kesalahan atau *margin of error* dalam penelitian ini adalah 5%, sehingga tingkat akurasi sebesar 95%. Dengan demikian, penelitian ini membutuhkan minimal 100 responden dari masyarakat muslim milenial yang tinggal di Kabupaten Banyumas dan sudah pernah membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.

3.2 Variabel Penelitian

3.2.1 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Keputusan membayar zakat,

infak, dan sedekah (ZIS) merupakan suatu tindakan dari diri muzaki dan munfiq dalam melakukan transaksi melalui *platform* yang dipilihnya. Pada penelitian ini, instrumen keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) memodifikasi dari indikator menurut Kotler dalam penelitian Khairunnisa et al. (2020) dengan menggunakan lima item pertanyaan.

Tabel 3. 1 Item pertanyaan variabel keputusan masyarakat

Item	Indikator	Keputusan Masyarakat	Sumber
KM1	Kebiasaan	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) untuk membantu orang lain.	(Khairunnisa et al., 2020)
KM2	Kemantapan	Saya mencari informasi sebelum melakukan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara online.	(Khairunnisa et al., 2020)
KM3	Kenyamanan	Saya tertarik membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i> karena memudahkan saya dalam bertransaksi.	(Khairunnisa et al., 2020)
KM4	Kenyamanan	Saya tertarik untuk kembali membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i> .	(Khairunnisa et al., 2020)
KM5	Kepuasan Layanan	Saya merasa puas setelah membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i> .	(Khairunnisa et al., 2020)

3.2.2 Variabel Independen

3.2.2.1 Religiusitas

Variabel independen yang pertama dalam penelitian ini yaitu religiusitas. Menurut Glock and Stark dalam Syafitri et al. (2021), unsur religiusitas terbagi menjadi lima dimensi, yaitu keyakinan, pengetahuan, pengalaman, penghayatan, dan

konsekuensi. Pada penelitian ini, instrumen religiusitas memodifikasi dari penelitian Bahri et al. (2021) dengan menggunakan lima item pertanyaan.

Tabel 3. 2 Item pertanyaan variabel religiusitas

Item	Indikator	Religiusitas	Sumber
RG1	Keyakinan	Saya percaya bahwa membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) merupakan pembersihan harta kotor seseorang.	(Bahri et al., 2021)
RG2	Pengetahuan	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) karena perintah agama.	(Bahri et al., 2021)
RG3	Pengalaman	Saya merasa senang ketika membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) karena dapat meringankan beban saudara sesama yang membutuhkan.	(Bahri et al., 2021)
RG4	Penghayatan	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) atas keinginan sendiri dan untuk mencari ridho serta pahala dari Allah.	(Bahri et al., 2021)
RG5	Konsekuensi	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) sesuai dengan kategori kemampuan saya.	(Bahri et al., 2021)

3.2.2.2 Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan suatu prinsip etika dalam islam yang maknanya sama dengan amanah. Akuntabilitas dipahami sebagai suatu kewajiban pihak pemegang amanah untuk pertanggungjawaban, menyajikan, melaporkan, dan mengungkapkan segala aktivitas kepada pihak pemberi amanah. Akuntabilitas termasuk unsur penting dalam pengelolaan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Pada penelitian ini, instrumen akuntabilitas memodifikasi dari penelitian Ulurrosyad & Jayanto (2020) dengan menggunakan empat item pertanyaan.

Tabel 3. 3 Item pertanyaan variabel akuntabilitas

Item	Indikator	Akuntabilitas	Sumber
AP1	Kepatuhan Prosedur	Saya dapat dengan mudah mengetahui prosedur pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara online pada <i>platform</i> yang saya gunakan.	(Ulurrosyad & Jayanto, 2020)
AP2	Pelayanan responsif	Saya dapat mengakses layanan bantuan ketika saya dalam kesulitan.	(Ulurrosyad & Jayanto, 2020)
AP3	Pelayanan responsif	Saya mendapatkan pelayanan yang responsi atas pertanyaan yang saya ajukan pada <i>digital platform</i> yang saya gunakan.	(Ulurrosyad & Jayanto, 2020)
AP4	Pelayanan dengan biaya murah	Bagi saya pelaporan transaksi yang disediakan oleh <i>digital platform</i> yang saya gunakan memiliki biaya yang murah.	(Ulurrosyad & Jayanto, 2020)

3.2.2.3 Kepercayaan

Dalam konteks transaksi zakat, infak, dan sedekah (ZIS) *online*, kepercayaan merupakan kesediaan muzaki dan munfiq untuk mengandalkan pada pihak lain dimana pihak tersebut sudah menjadi pihak terpercaya bagi muzaki dan munfiqnya. Kepercayaan menjadi salah satu faktor penting masyarakat untuk memutuskan bertransaksi zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara *online*. Menurut pendapat Veno dan Subagyo dalam Bahri et al. (2021), kepercayaan dapat diapresiasi sebagai kekuatan pendorong di balik hubungan yang efektif. Selain itu, beberapa peneliti lain juga menilai faktor kepercayaan sebagai suatu hal penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan (Bahri et al., 2021). Pada penelitian ini, instrumen kepercayaan memodifikasi dari penelitian Assa'diyah & Pramono (2019) dengan menggunakan lima item pertanyaan.

Tabel 3. 4 Item pertanyaan variabel kepercayaan

Item	Indikator	Kepercayaan	Sumber
KP1	<i>Credibility</i>	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara online karena saya percaya dengan <i>digital platform</i> yang saya gunakan.	(Assa'diyah & Pramono, 2019)
KP2	<i>Technology Orientation</i>	<i>Digital platform</i> yang saya gunakan memiliki fitur pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yang mudah dan lengkap.	(Assa'diyah & Pramono, 2019)
KP3	Kompetensi	<i>Digital platform</i> yang saya gunakan memiliki jaminan transaksi yang baik.	(Assa'diyah & Pramono, 2019)
KP4	Kompetensi	<i>Digital platform</i> yang saya gunakan konsisten beroperasi dengan baik.	(Assa'diyah & Pramono, 2019)
KP5	<i>Reputation</i>	Saya akan merekomendasikan ke kerabat saya untuk melakukan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i> .	(Assa'diyah & Pramono, 2019)

3.3 Pilot Test

Pilot test digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas dalam instrumen penelitian sebelum kuesioner disebarluaskan ke responden yang sesungguhnya. Selain itu, *pilot test* juga berguna untuk mengetahui apakah kuesioner itu sudah baik dan layak atau tidak. *Pilot test* dilakukan pada tanggal 8 – 9 Desember 2021 dengan melakukan uji coba kuesioner yang diberikan kepada 20 responden sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Responden tersebut dimintai kritik dan saran terkait dengan segala hal kuesioner, seperti alat ukur, bahasa baku, kalimat efektif, dan lain sebagainya. Adapun hasil dari pelaksanaan *pilot test* yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Profil Responden Pilot Test

Kategori Responden	Keterangan	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	4	80%
	Perempuan	16	20%
Total		20	100%
Usia	21 – 25 tahun	20	100%
Total		20	100%
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	15	75%
	Diploma (D3)	1	5%
	Sarjana (S1)	4	20%
Total		20	100%
Kuisisioner		20	100%
Kuisisioner Kembali		20	100%
Jumlah		20	100%

Sumber: Data kuisisioner penelitian *pilot test 2021*

Berdasarkan tabel 3.5, dapat dilihat bahwa responden didominasi oleh perempuan sebanyak 16 orang dan laki-laki sebanyak 4 orang. Usia responden seluruhnya diantara rentang usia 21-25 tahun. Latar belakang pendidikan terakhir responden cukup beragam, yaitu SMA/SMK sebanyak 15 orang, D3 sebanyak 1 orang, dan S1 sebanyak 4 orang. Kuisisioner yang disebarkan oleh peneliti berhasil kembali sebanyak 20 formulir atau sebesar 100%.

Saran dan kritik yang peneliti terima dari 20 responden dalam *pilot test* ini cukup beragam. Menurut mereka, bahasa yang digunakan sudah cukup jelas dan mudah dimengerti. Namun, terdapat dua kata yang dinilai salah ketik dan menimbulkan perbedaan makna kata yaitu pertama kata “responsi” pada pertanyaan ketiga di indikator akuntabilitas yang kemudian penulis perbaiki menjadi “responsif”. Kedua, dalam pertanyaan pertama variabel kepercayaan rate yang seharusnya “Sangat setuju” tetapi di kuisisioner hanya ditulis “Setuju”, yang kemudian penulis perbaiki menjadi “Sangat setuju”. Selain itu ada beberapa

responden yang memberikan saran terkait penggunaan kata ZIS yang seharusnya dijabarkan menjadi zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Kemudian zakat, infak, dan sedekah (ZIS) tersebut dapat diberikan penjelasan sedikit pada awal kuesioner sebelum pertanyaan indikatornya. Responden juga memberikan saran terkait platform pembayaran, yaitu peneliti bisa menambahkan pembayaran melalui DANA dalam *innovative platform*.

Saran dan kritik lain yang peneliti terima yaitu untuk rate yang setuju atau tidak setuju menurut responden berupa skala 1 – 5, jadi ada pilihan netral di rate ketiga untuk responden yang bingung menjawabnya. Namun, pemilihan skala 1 – 6 yang peneliti gunakan bertujuan untuk memperluas opsi pilihan bagi responden. Selain itu, pertanyaan pekerjaan “lainnya” bisa ditambah kolom untuk mengisi pekerjaan responden secara manual dan akhirnya peneliti sudah memperbaiki dengan menambah kolom untuk mengisi pekerjaan responden secara manual. Kemudian responden memberikan saran lebih baik digital platformnya sudah ditentukan misal kitabisa.com saja agar respondennya lebih terarah dan fokus ke satu platform. Alasan penggunaan digital platform yang peneliti pilih tidak hanya satu platform saja dikarenakan agar dapat menjangkau reponden lebih luas dengan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) lebih dari satu platform.

3.4 Metode Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden di wilayah Kabupaten Banyumas dengan kriteria yang sudah ditentukan seperti usia, jenis kelamin, riwayat pendidikan, dan pekerjaan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk meneliti perilaku suatu individu atau kelompok dengan mengambil sampel dari satu populasi serta menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data (Kurniaputri et al., 2020). Setelah data terkumpul, selanjutnya data akan diolah dengan bantuan *software Statistikal Package for the Social Sciens* (SPSS) versi 25.0.

3.4.1 Uji Instrumen

3.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur untuk menunjukkan tingkat kevalidan atau ketepatan suatu instrumen. Suatu instrumen dapat dikatakan valid jika dapat menunjukkan hasil ukur korelasi antara variabel dependen dan independen. Dalam penelitian ini, uji validitas bertujuan untuk mengukur tingkat kevalidan atau ketepatan dari setiap item indikator dari variabel religiusitas, akuntabilitas, dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Instrumen pengujian dikatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% atau 0,05.

3.4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur untuk menunjukkan sejauh mana konsistensi kuesioner dari indikator yang dilakukan secara berulang. Apabila suatu instrumen penelitian menunjukkan hasil yang konsisten maka instrumen tersebut dapat dipercaya. Pengukuran uji reliabilitas dapat menggunakan koefisien alpha (*cronbach alpha*), dimana suatu instrumen penelitian dikatakan andal jika mempunyai nilai koefisien alpha (*cronbach's alpha*) di atas 0,60 (Septiarini, 2011).

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diteliti telah terdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas ini dilakukan dengan cara melakukan uji statistik Kolmogorov Smirnov. Uji ini membandingkan probabilitas yang diperoleh dengan tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai probabilitas $> 0,05$ maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data terdistribusi tidak normal (Bahri et al., 2021).

3.4.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui terjadinya hubungan antara variabel independen pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas. Pengujian ini dapat dilihat dengan cara apabila nilai toleransi $> 0,1$ atau *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut terdeteksi bebas dari multikolinieritas (Syafitri et al., 2021).

3.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi yang digunakan. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dalam model regresi, salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Ciri-ciri model regresi yang tidak mengandung heteroskedastisitas yaitu apabila titik-titik pada grafik *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu dan menyebar secara rata.

3.4.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi yaitu dengan uji Durbin Waston, Lagrange Multiplier, Breusch Godfrey, dan Run Test. Dalam penelitian ini menggunakan Uji Durbin Waston karena penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Adapun ketentuan dasar pengambilan keputusan uji Durbin Waston, yaitu sebagai berikut:

1. Jika $d < dL$ atau $d > 4 - dL$ maka hipotesis 0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika $dU < d < 4 - dU$ maka hipotesis 0 diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika $dL < d < dU$ atau $4 - dU < d < 4 - dL$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.4.3 Pengujian Hipotesis

3.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dibutuhkan karena dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Signifikansi level yang digunakan dalam uji analisis regresi linier berganda yaitu 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berikut ini persamaan regresi berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan masyarakat

X1 = Religiusitas

X2 = Akuntabilitas

X3 = Kepercayaan

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

e = Standar error

3.4.3.2 Uji Statistik t (Uji-t)

Uji statistik t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen

secara parsial terhadap variabel dependen secara bersama-sama (Septiarini, 2011). Pengambilan keputusan dalam pengujian statistik t dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dan begitupun sebaliknya.
2. Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dan begitupun sebaliknya.

3.4.3.3 Uji Statistik f (Uji-f)

Uji statistik f digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Septiarini, 2011). Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan begitupun sebaliknya. Dalam uji f ini nilai F_{hitung} harus lebih besar jika dibandingkan dengan F_{tabel} .

3.4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Syafitri et al., 2021).

1. Nilai R^2 berkisar di antara 0 sampai 1
2. Jika $R^2 = 0$ maka tidak ada hubungan sama sekali (lemah) antara variabel independen dengan variabel dependen.
3. Jika $R^2 = 1$ maka ada kecocokan sempurna (kuat) antara variabel independen dengan variabel dependen.

BAB IV

DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan generasi milenial yang beragama muslim dan tinggal di wilayah Kabupaten Banyumas yang pernah membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui digital platform. Sampel yang diamati dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang didapatkan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

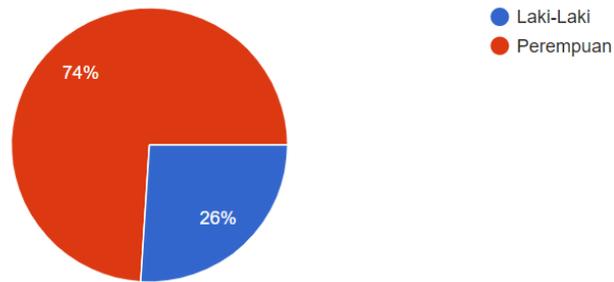
Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	26	26%
Perempuan	74	74%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa 100 responden dimayoritasi oleh perempuan dengan jumlah 74 orang atau 74% dan selisihnya sebanyak 26 orang atau 26% berjenis kelamin laki-laki. Berikut ini merupakan diagram persentase responden berdasarkan jenis kelamin:

Jenis kelamin

100 responses



Gambar 4. 1 Persentase jenis kelamin responden

4.1.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan usi yang didapatkan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan usia

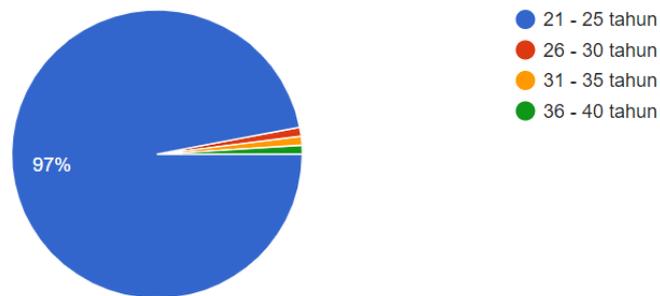
Usia	Jumlah	Persentase
21 – 25 Tahun	97	97%
26 – 30 Tahun	1	1%
31 – 35 Tahun	1	1%
36 – 40 Tahun	1	1%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa 100 responden pada penelitian ini merupakan generasi muslim milenial yang dimayoritasi oleh usia 21 – 25 tahun sebanyak 97 orang atau 97%, selisihnya ada pada usia 26 – 30 tahun, 31 – 35 tahun, dan 36 – 40 tahun yaitu sebanyak 1 orang atau 1%. Berikut ini merupakan diagram persentase responden berdasarkan usia:

Usia

100 responses



Gambar 4. 2 Persentase usia responden

4.1.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang didapatkan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

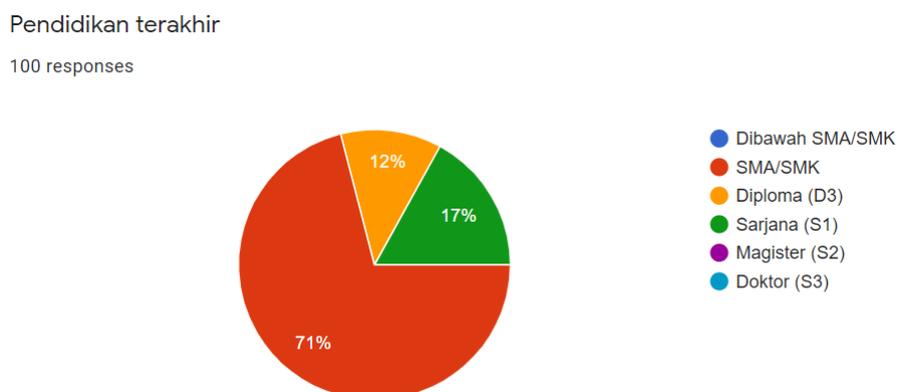
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Dibawah SMA/SMK	0	0%
SMA/SMK	71	71%
Diploma (D3)	12	12%
Sarjana (S1)	17	17%
Magister (S2)	0	0%
Doktor (S3)	0	0%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa 100 responden memiliki latar belakang tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Responden dalam penelitian ini mayoritas sudah menempuh pendidikan terakhir sebagai lulusan SMA/SMK dengan jumlah 71 orang atau sebesar 71%. Selanjutnya responden yang telah menempuh pendidikan terakhir sebagai lulusan Sarjana (S1) ada 17 orang atau 17%. Kemudian 12 orang atau 12% telah menempuh pendidikan terakhir sebagai lulusan Diploma (D3). Berikut ini merupakan diagram

persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir:



Gambar 4. 3 Persentase tingkat pendidikan terakhir responden

4.1.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang didapatkan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

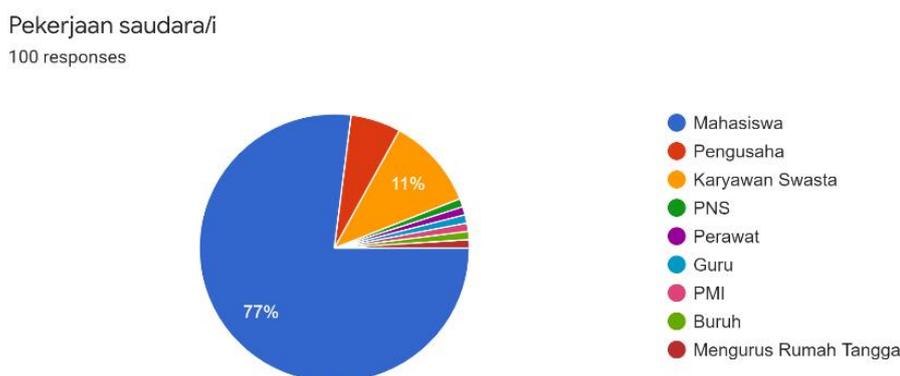
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	77	77%
Pengusaha	6	6%
Karyawan Swasta	11	11%
PNS	1	1%
Perawat	1	1%
Guru	1	1%
Petugas PMI	1	1%
Buruh	1	1%
Ibu Rumah Tangga	1	1%
TOTAL	100	100%

Sumber: Data diolah (2021)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa 100 responden yang merupakan generasi muslim milenial memiliki pekerjaan yang beragam. Mayoritas responden dalam penelitian ini masih menimba ilmu sebagai mahasiswa, yaitu sebanyak 77 orang atau 77%. Kemudian

sebanyak 11 orang atau 11% bekerja sebagai karyawan swasta. Lalu sebanyak 6 orang atau 6% bekerja sebagai pengusaha. Selanjutnya untuk responden yang bekerja sebagai PNS, perawat, guru, petugas PMI, Buruh, dan Ibu Rumah Tangga masing-masing sebanyak 1 orang atau 1%. Berikut ini merupakan diagram persentase responden berdasarkan pekerjaan:



Gambar 4. 4 Persentase pekerjaan responden

4.1.5 Jenis pembayaran yang pernah responden bayarkan

Tabel 4.5 menyajikan data jenis pembayaran yang pernah dibayarkan oleh responden meliputi zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Responden dapat memilih lebih dari satu jenis pembayaran yang dibayarkan.

Tabel 4. 5 Jenis pembayaran yang pernah responden bayarkan

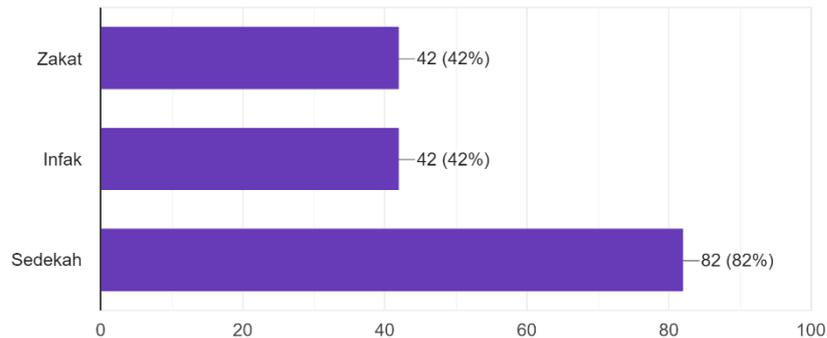
Jenis Pembayaran	Jumlah	Persentase
Zakat	42	42%
Infak	42	42%
Sedekah	82	82%
TOTAL	166	166%

Sumber: Data diolah (2021)

Menurut tabel 4.5 responden dalam penelitian ini mayoritas membayar sedekah yaitu sebanyak 82 orang atau 82%. Kemudian, responden sebanyak 42 orang atau 42%

melakukan pembayaran zakat. Selain itu, dengan jumlah responden yang sama yakni 42 orang atau 42% juga memilih untuk berinfak. Berikut ini merupakan diagram persentase responden berdasarkan jenis pembayaran yang dibayar:

Jenis pembayaran apa yang pernah saudara/i bayarkan? (boleh lebih dari satu)
100 responses



Gambar 4. 5 Persentase jenis pembayaran yang responden bayarkan

4.1.6 *Digital platform* yang pernah digunakan oleh responden

Tabel 4.6 menunjukkan data jumlah *digital platform* yang digunakan oleh responden dalam membayar zakat, infak, sedekah (ZIS) secara *online*. Responden dapat memilih lebih dari satu *digital platform* untuk membayarnya.

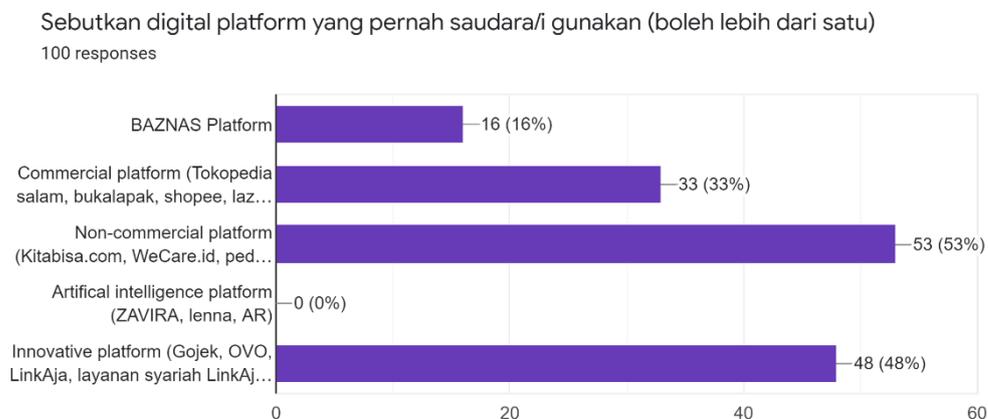
Tabel 4. 6 Digital platform yang pernah digunakan responden

<i>Digital platform</i>	Jumlah	Responden
BAZNAS platform	16	16%
Commercial platform (Tokopedia salam, bukalapak, shopee, lazada, JD.ID, Blibli.com, elevenia)	33	33%
Non-commercial platform (Kitabisa.com, WeCare.id, peduli sehat, BenihBaik.com, Bantoo, Waktumu hijrah, beramaljariyah.org)	53	53%
Artificial intelligence platform (ZAVIRA, lenna, AR)	0	0%
Innovative platform (Gojek, OVO, LinkAja, layanan syariah LinkAja, DANA, Spin)	48	48%

TOTAL	150	150%
--------------	-----	------

Sumber: Data diolah (2021)

Menurut tabel 4.6, responden dalam penelitian ini mayoritas membayarkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *non-commercial platform* (Kitabisa.com, WeCare.id, peduli sehat, BenihBaik.com, Bantoo, Waktumu hijrah, beramaljariyah.org) sebanyak 53 orang atau 53%. Selanjutnya melalui *innovative platform* (Gojek, OVO, LinkAja, layanan syariah LinkAja, DANA, Spin) sebanyak 48 orang atau 48%, melalui *commercial platform* (Tokopedia salam, bukalapak, shopee, lazada, JD.ID, Blibli.com, elevenia) sebanyak 33 orang atau 33%, *BAZNAS platform* sebanyak 16 orang atau 16%, dan tidak ada yang memilih opsi *Artificial intelligence platform* (ZAVIRA, lenna, AR) atau 0%. Berikut ini merupakan diagram persentase responden berdasarkan *digital platform* yang digunakan untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui online:



Gambar 4. 6 Persentase digital platform yang digunakan untuk membayar ZIS

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen yaitu keputusan masyarakat dan variabel independen yaitu religiusitas, akuntabilitas, serta kepercayaan. Variabel-variabel tersebut dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan

menyajikan nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Hasil uji statistik deskriptif penelitian ini dapat dilihat melalui tabel 4.7.

Tabel 4. 7 Hasil uji deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Religiusitas	100	20	30	27,58	2,527
Akuntabilitas	100	12	24	20,08	2,755
Kepercayaan	100	10	30	25,82	3,554
Keputusan Masyarakat	100	10	30	26,37	3,341
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah (2021)

Berdasarkan hasil analisis uji deskriptif pada tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa variabel religiusitas (X1) memiliki nilai minimum sebesar 20 dan nilai maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 27,58 serta standar deviasi sebesar 2,527. Variabel akuntabilitas (X2) memiliki nilai minimum sebesar 12 dan nilai maksimum sebesar 24, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 20,08 serta standar deviasi sebesar 2,755. Variabel kepercayaan (X3) memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 25,82 serta standar deviasi sebesar 3,554. Variabel keputusan masyarakat (Y) memiliki nilai minimum sebesar 10 dan nilai maksimum sebesar 30, dengan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 26,37 serta standar deviasi sebesar 3,341.

4.3 Hasil Uji Instrumen

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kevalidan kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ditunjukkan dengan adanya korelasi antara masing-masing skor indikator dan skor sistem konstruknya (total item). Untuk menentukan layak

atau tidaknya korelasi ini dapat dilihat melalui hasil *output Pearson Correlation* (Rhitung). Jika nilai rhitung lebih besar daripada rtabel maka instrumen pengujian atau indikator dalam penelitian dapat dikatakan valid. Sedangkan jika nilai rhitung lebih kecil daripada rtabel maka instrumen pengujian atau indikator dikatakan tidak valid. Tingkat signifikansi pada uji dua arah (*two tale*) yaitu 0,05 dengan *degree of freedem* (*df*) dapat diperoleh dari $n-2$, dimana n merupakan jumlah sampel penelitian, sehingga didapatkan rtabel sebesar 0,195. Berikut merupakan hasil uji validitas tiap indikator dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25.0.

Tabel 4. 8 Hasil uji validitas

Variabel		rhitung	rtabel	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.1	0,742	0,195	Valid
	X1.2	0,732	0,195	Valid
	X1.3	0,721	0,195	Valid
	X1.4	0,728	0,195	Valid
	X1.5	0,655	0,195	Valid
Akuntabilitas (X2)	X2.1	0,684	0,195	Valid
	X2.2	0,828	0,195	Valid
	X2.3	0,813	0,195	Valid
	X2.4	0,816	0,195	Valid
Kepercayaan (X3)	X3.1	0,846	0,195	Valid
	X3.2	0,905	0,195	Valid
	X3.3	0,880	0,195	Valid
	X3.4	0,888	0,195	Valid
	X3.5	0,764	0,195	Valid
Keputusan Masyarakat (Y)	Y1.1	0,618	0,195	Valid
	Y1.2	0,621	0,195	Valid
	Y1.3	0,763	0,195	Valid
	Y1.4	0,814	0,195	Valid
	Y1.5	0,755	0,195	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa hasil uji validitas tiap indikator dengan thitung berada pada rentang 0,618 – 0,905 lebih besar dari pada ttabel dengan nilai 0,195. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa indikator pada variabel religiusitas (X1), akuntabilitas (X2), kepercayaan (X3), dan keputusan masyarakat (Y) dinyatakan valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui keandalan dan konsistensi alat ukur atau item pertanyaan dalam kuesioner penelitian dengan menggunakan nilai koefisien *Cronbach's Alpha*. Alat ukur dapat dikatakan reliabel jika menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Sedangkan alat ukur dikatakan tidak reliabel jika menghasilkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS versi 25.0.

Tabel 4. 9 Hasil uji reliabilitas

Variabel	N of Item	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Religiusitas (X1)	5	0,734	Reliabel
Akuntabilitas (X2)	4	0,791	Reliabel
Kepercayaan (X3)	5	0,905	Reliabel
Keputusan Masyarakat (Y)	5	0,733	Reliabel

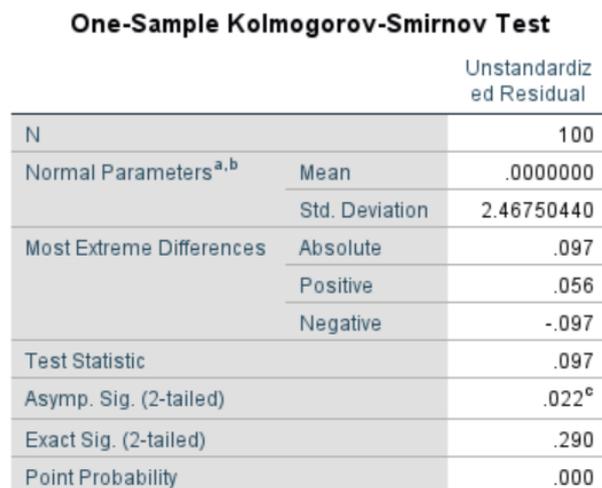
Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa semua variabel dalam penelitian ini yaitu religiusitas (X1), akuntabilitas (X2), kepercayaan (X3), dan keputusan masyarakat (Y) memiliki koefisien *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat reliabel dan konsisten.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui suatu variabel independen dan dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan menurun dan tidak bisa melanjutkan uji selanjutnya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Apabila nilai signifikansi di atas 0,05 atau 5% maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi di bawah 0,05 atau 5% maka data tidak memiliki distribusi normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas menggunakan SPSS versi 25.0.



		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.46750440
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.056
	Negative	-.097
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.022 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.290
Point Probability		.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 4. 7 Hasil uji normalitas

Berdasarkan gambar 4.7, dapat diketahui bahwa hasil nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,022 lebih kecil dari 0,05. Dalam hal ini menghitung nilai *p-value* menggunakan pendekatan asymptotic. Pada pendekatan asymptotic, nilai *p-value* diestimasi berdasarkan asumsi bahwa data yang diolah cukup besar sehingga ketika data berukuran kecil, tidak seimbang, dan terdistribusi buruk maka pendekatan asymptotic akan menghasilkan nilai

yang tidak reliabel atau tidak akurat.

Solusi dalam permasalahan seperti ini yaitu dengan mengganti menggunakan pendekatan exact. Pada pendekatan ini, nilai *p-value* yang dihitung akan menghasilkan *p-value* yang akurat (Mehta & Patel, 2011). Pada tabel 4.7 dapat diketahui ketika menggunakan metode exact nilainya menjadi 0,290 yang berarti lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa suatu variabel independen dan dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel independen dalam satu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan antara variabel independen. Uji multikolinieritas dalam pengujian dengan SPSS dapat diketahui melalui tabel *Coefficient* dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 maka dapat dinyatakan suatu penelitian bebas dari gejala multikolinieritas. Berikut merupakan hasil uji multikolinieritas menggunakan SPSS versi 25.0.

Tabel 4. 10 Hasil uji multikolinieritas

Coefficient^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Religiusitas (X1)	0,709	1,410
Akuntabilitas (X2)	0,531	1,884
Kepercayaan (X3)	0,550	1,818

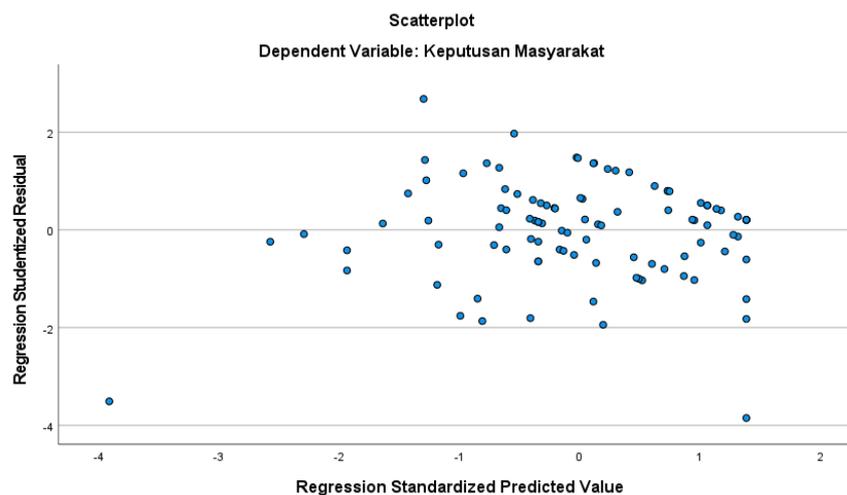
a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan data pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel religiusitas sebesar 0,709, akuntabilitas sebesar 0,531, dan kepercayaan sebesar 0,550. Dengan demikian, setiap variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10. Sedangkan untuk nilai VIF variabel independen religiusitas sebesar 1,410, akuntabilitas sebesar 1,884, dan kepercayaan sebesar 1,818. Dari ketiga variabel independen tersebut memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam satu model regresi.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan varians dari residual antar pengamatan dalam sebuah model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas atau homokedastisitas. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya ketidaksamaan varians titik-titik data yang menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0 sumbu Y pada grafik *Scatterplot*. Berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS versi 25.0.



Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 25 (2021)

Gambar 4. 8 Hasil uji heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.8 dapat diketahui bahwa data yang didapat pada grafik *Scatterplot* menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0 sumbu Y, titik tidak mengumpul, penyebaran titik tidak membentuk pola bergelombang, dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.4.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi variabel antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode sebelumnya dalam suatu model regresi linear. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat autokorelasi. Pada penelitian ini, uji autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson. Data dapat dikatakan tidak terjadi autikorelasi apabila jika hasil nilai Durbin Watson berada diantara dU dan $4 - Du$. Berikut merupakan hasil uji autokorelasi menggunakan SPSS versi 25.0.

**Tabel 4. 11 Hasil uji autokorelasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,674 ^a	0,455	0,438	2,50576	1,812

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas, Akuntabilitas

b. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,812. Daerah bebas autokorelasi untuk jumlah sampel (n) 100 dan jumlah variabel independen (k) 3 adalah 1,7364 (dU) sampai 2,2636 ($4 - Du$). Karena 1,812 masih berada di antara nilai diatas ($1,7364 < 1,812 < 2,2636$), maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji Durbin Watson dapat disimpulkan bahwa untuk model ini tidak terdapat

autokorelasi.

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil dari analisis regresi linier berganda mengenai religiusitas, akuntabilitas, dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform* disajikan dalam tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4. 12 Hasil analisis regresi linier berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized	Coefficients	Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,102	2,834		2,153	0,034
Religiusitas	0,158	0,118	0,119	1,334	0,185
Akuntabilitas	0,244	0,125	0,201	1,943	0,005
Kepercayaan	0,427	0,096	0,454	4,467	0,001

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel 4.12, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = 6.102 + 0.158 X_1 + 0.244 X_2 + 0.427 X_3$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) sebesar 6.102 menunjukkan jika reliabilitas (X_1), akuntabilitas (X_2),

dan kepercayaan (X3) diasumsikan 0 atau tidak ada, maka nilai variabel keputusan masyarakat yaitu 6.102.

2. Koefisien regresi variabel religiusitas (X1) sebesar 0,158 (bernilai positif), artinya religiusitas berpengaruh searah dengan keputusan masyarakat. Jika religiusitas naik 1 satuan maka keputusan masyarakat membayar zakat, infak, sedekah (ZIS) melalui *digital platform* akan meningkat sebesar 0,158.
3. Koefisien regresi variabel akuntabilitas (X2) sebesar 0,244 (bernilai positif), artinya akuntabilitas berpengaruh searah dengan keputusan masyarakat. Jika akuntabilitas naik 1 satuan maka keputusan masyarakat membayar zakat, infak, sedekah (ZIS) melalui *digital platform* akan meningkat sebesar 0,244.
4. Koefisien regresi variabel kepercayaan (X3) sebesar 0,427 (bernilai positif), artinya kepercayaan berpengaruh searah dengan keputusan masyarakat. Jika kepercayaan naik 1 satuan maka keputusan masyarakat membayar zakat, infak, sedekah (ZIS) melalui *digital platform* akan meningkat sebesar 0,427.

4.5.2 Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) dapat mempengaruhi variabel dependen (Y) secara parsial. Keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikan dari t hitung masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan, yaitu 0,05. $N =$ jumlah sampel, $k =$ jumlah variabel dependen dan independen. $Df = n - k = (100 - 4) = 96$ maka diperoleh nilai t-tabel = 1,661.

1. Pengujian pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat membayar ZIS

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan hasil pengujian signifikansi variabel religiusitas (X1) sebesar 0,185 yang berarti lebih besar dari 0,05 dan hasil uji t hitung $1,334 < t$ tabel 1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang

berarti bahwa secara parsial religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Dengan demikian, hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini tidak didukung.

2. Pengujian pengaruh akuntabilitas terhadap keputusan masyarakat membayar ZIS

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan hasil pengujian signifikansi variabel akuntabilitas (X2) sebesar 0,55 yang berarti lebih besar dari 0,05 dan hasil uji t hitung $1,943 < t$ tabel 1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa secara parsial akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Dengan demikian, hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini tidak didukung.

3. Pengujian pengaruh kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar ZIS

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan hasil pengujian signifikansi variabel kepercayaan (X3) sebesar 0,001 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan hasil uji t hitung $4,467 > t$ tabel 1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa secara parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini didukung.

4.5.3 Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dapat berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil uji F disajikan dalam tabel 4.13 berikut:

Tabel 4. 13 Hasil uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	502,541	3	167,514	26,679	<,001 ^b
Residual	602,769	96	6,279		
Total	1105,310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas, Akuntabilitas

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan hasil yang disajikan dalam tabel 4.13, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,001 dengan Fhitung 26,679. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa religiusitas, akuntabilitas, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*, karena nilai signifikansi yang didapatkan kurang dari 0,05. Selain itu, dengan nilai Ftabel sebesar 2,47 diperoleh dari $Df1 = k - 1$ dan $Df2 = n - k$ ($k = 4$, $n = 100$), maka dapat dibandingkan bahwa Fhitung lebih besar dari pada Ftabel yaitu $26,679 > 2,47$. Dalam hal ini berarti ketiga variabel independen tersebut berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel dependen karena Fhitung lebih besar daripada Ftabel.

4.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui dan mengukur seberapa besar dan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dengan menggunakan nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu diantara 0 – 1. Jika nilai mendekati satu maka variabel independen dalam penelitian tersebut dapat memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) variabel religiusitas, akuntabilitas, dan kepercayaan dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut:

Tabel 4. 14 Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,674 ^a	0,455	0,438	2,50576

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas, Akuntabilitas

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel 4.14, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 0,438. Dengan demikian, hal ini dapat diartikan bahwa keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform* dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas, akuntabilitas, dan kepercayaan sebesar 43,8% dan sisanya sebesar 56,2% keputusan masyarakat membayar ZIS dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang telah digunakan dalam penelitian ini.

4.6 Pembahasan

Berikut merupakan pembahasan mengenai hasil yang diperoleh dari pengujian variabel religiusitas (X1), akuntabilitas (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.

4.6.1 Pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniaputri et al. (2020) dan Syafitri et al. (2021) yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *platform online*. Padahal dalam penelitian yang dilakukan oleh Bahri et al. (2021) mengungkapkan bahwa religiusitas dapat mempengaruhi keputusan muzaki membayar

zakat.

Pengalaman spiritual seseorang akan sangat berpengaruh terhadap tingka religiusitas dari individu tersebut. Apabila pengalaman keagamaan yang ada dalam diri seseorang itu tinggi maka akan semakin kuat religiusitasnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Kurniaputri et al. (2020) menyebutkan, salah satu faktor yang membuat religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan milenial membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *online* yaitu karena kurangnya landasan agama yang seharusnya bisa menjadi fondasi kuat dalam mendorong mereka untuk mengeluarkan dana ZIS. Sehingga apabila dikaitkan dengan penelitian ini, dapat dikatakan bahwa masyarakat khususnya generasi milenial kurang memiliki pemahaman dan pengetahuan terkait makna dan hakikat untuk mengeluarkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Faktor kedua dapat disebabkan karena masyarakat lebih memilih menyalurkan dana ZIS secara langsung ke orang yang berhak menerimanya atau bisa melalui amil zakat yang ada di sekitar tempat tinggalnya. Selain itu, akses transaksi pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform* masih sulit karena keterbatasan sinyal di Banyumas. Oleh karena itu, tingkat religiusitas seseorang tidak hanya diukur berdasarkan frekuensi penggunaan *digital platform* sebagai layanan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS).

4.6.2 Pengaruh akuntabilitas terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*

Pada penelitian ini, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel akuntabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kabib et al. (2021), Jumriani (2021), dan Septiarini (2011) yang menyatakan bahwa variabel akuntabilitas dapat berpengaruh signifikan terhadap pengumpulan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Di dalam islam, akuntabilitas dimaknai

sebagai suatu konsep yang memberikan amanah. Pada konsep ini, BAZNAS mempunyai kewajiban untuk menyajikan, melaporkan, dan memberikan tanggungjawab untuk mengungkapkan segala aktivitas terkait pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) kepada masyarakat luas. Tetapi dalam penelitian ini, masyarakat khususnya generasi milenial belum menerima secara utuh pertanggungjawaban dari pihak yang berwenang dan masyarakat tersebut kurang mementingkan *feedback* dari BAZNAS sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.

4.6.3 Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*

Pada penelitian ini, hasil membuktikan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat, infak, dan sedekah melalui *digital platform*. Kepercayaan seseorang dapat berpengaruh dalam melakukan transaksi pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) karena kepercayaan setiap individu pasti berbeda-beda, seperti perbedaan dalam memutuskan tempat penyaluran zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Untuk meningkatkan kepercayaan publik terhadap pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) dapat dipengaruhi oleh faktor kredibilitas, orientasi teknologi, kompetensi, dan reputasi (Assa'diyah & Pramono, 2019).

Dari hasil penelitian ini dapat dibuktikan bahwa apabila tingkat kepercayaan generasi muslim milenial semakin besar maka keputusan mereka untuk membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) juga akan semakin meningkat. Penelitian ini memberikan dukungan empiris untuk temuan sebelumnya dalam konteks selaras yang dilakukan oleh Khairunnisa et al. (2020), Bahri et al. (2021), Muttaqien & Mas'ud (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS).

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini difokuskan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, akuntabilitas, dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Sasaran pada penelitian ini yaitu muzaki dan munfiq khususnya generasi milenial yang tinggal di wilayah Kabupaten Banyumas dan pengujian data dilakukan menggunakan SPSS versi 25. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka dapat diambil beberapa simpulan yaitu sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Hal ini dapat dikarenakan kurangnya pengalaman agama dan pengetahuan generasi muslim milenial terkait makna dan manfaat penyaluran dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) serta saat ini masih banyak juga generasi muslim milenial yang melakukan transaksinya secara *offline*.
2. Akuntabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Hal ini dapat diakibatkan oleh masyarakat khususnya generasi muslim milenial yang belum menerima secara utuh pertanggungjawaban dari pihak yang berwenang.
3. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*. Dalam hal ini berarti masyarakat khususnya generasi muslim milenial telah memiliki kepercayaan terhadap *digital platform* yang mereka gunakan untuk melakukan transaksi pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dari hasil analisis dan simpulan dalam penelitian ini tentunya memiliki beberapa keterbatasan. Keterbatasan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Sampel dalam penelitian ini masih terbatas yaitu 100 responden khususnya generasi muslim milenial yang tinggal di wilayah Kabupaten Banyumas.
2. Peneliti hanya melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan tidak melakukan dengan cara wawancara atau survei dengan narasumber yang dianggap potensial.
3. Pada hasil penelitian ini terdapat dua variabel independen yang hasilnya tidak selaras dengan hipotesis awal sehingga perlu dilakukan pengkajian ulang pada penelitian selanjutnya yang memiliki topik setara.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, simpulan, dan keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran agar dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya atau memberikan masukan kepada pihak terkait, yaitu:

1. Responden dapat diperluas, tidak hanya generasi muslim milenial yang tinggal di wilayah Kabupaten Banyumas saja.
2. Peneliti selanjutnya memilih responden yang sudah paham dengan baik mengenai transaksi pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*.
3. Peneliti dapat mengumpulkan data melalui wawancara atau survei dengan narasumber yang dianggap potensial, tidak hanya melalui penyebaran kuesioner saja sehingga data yang didapatkan lebih akurat dan objektif.
4. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengkajian ulang dengan topik serupa dan menambah variabel lain yang berbeda dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdalia, Nadhira, D. (2010). Theory of Planned Behavior Dan Readiness for Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan. *Jaai*, 18(2), 110–123. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol18.iss2.art3>
- Aristiana, M. (2019). The Factors that Influence People Interest in Using a Digital Platform as a ZIS Payment (Case Study Go-Pay). *International Conference of Zakat, 2017*, 50–59. <https://doi.org/10.37706/iconz.2019.156>
- Assa'diyah, H., & Pramono, S. (2019). Kenapa Muzakki Percaya Kepada Lembaga Amil Zakat? *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 7(1), 81–100. <https://doi.org/10.35836/jakis.v7i1.68>
- Astuti, W., & Prijanto, B. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *Al-Muzara'Ah*, 9(1), 21–44. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- Bahri, E. S., Suhaeti, A., & Nasution, N. (2021). Trust, Religiosity, Income, Quality of Accounting Information, and Muzaki Decision to Pay Zakat. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 9(1), 39–58. <https://doi.org/10.35836/jakis.v9i1.217>
- BAZNAS, B. A. Z. N. (2019). National zakat statistics 2019 | 1. *Puskas Baznas*, 7–8.
- Biomass, B. F. (2019). Persepsi Penggunaan Zakat Online di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Terapan*, 52(1), 1–5.
- Emirzon, J. (2006). Regulatory Driven dalam Implementasi Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance Pada Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 4(8), 92–114.
- Hasif, M., & Ahmad, K. (2019). Factors Affecting the Acceptance of Financial Technology among Asnaf for the Distribution of Zakat in Selangor - A Study Using UTAUT. *Journal of Islamic Finance*, 8, 035–046.
- Ichwan, G. (2007). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay (Studi Pada Muzakki BAZNAS DKI Jakarta). *Jurnal Ekonomi Islam*, 12, 40–51. <http://u.lipi.go.id/1180428290>
- Jumriani, J. (2021). Pengaruh Akuntabilitas, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Muzakki terhadap Loyalitas Muzakki. *Journal of Islamic Management*, 1(1), 19–29. <https://doi.org/10.15642/jim.v1i1.386>
- Kabib, N., Al Umar, A. U. A., Fitriani, A., Lorenza, L., & Lutfi Mustofa, M. T. (2021). Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 341–349. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.2156>
- Kamal, S. S. L. A., & Ghani, F. A. (2014). Emotional Intelligence and Akhlak among Muslim Adolescents in one of the Islamic Schools in Johor, South Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 114(1997), 687–692. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.768>
- Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui

- Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 284–293. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.761>
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat , Infaq , dan Sedekah. *AKSES Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 47–56. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>
- Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 15–22. <https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.134>
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41–60. <https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0008>
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (2011). *IBM SPSS Exact Tests*. January, 1–236.
- Muttaqien, M. K., & Mas'ud, T. (2021). Kampanye Infak di Media Sosil dan Niat Perilaku Infak Masyarakat Saat Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi ...*, 4(1), 103–119. <https://doi.org/10.47476/alkharaj.v4i1.446>
- Prastiani, N. F., Fasa, M. I., & Suharto. (2021). Optimalisasi Perkembangan Zakat Infaq Shadaqah Menggunakan Platform E-Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, 34(1), 62–70.
- Rachmat, M. Baga, L., & Purnaningsih, N. (2020). Penghimpunan Dana Zakat Infak Sedekah Berdasarkan Intensi Perilaku Muslim Gen Y dalam Penggunaan Teknologi Digital Payment. *Al-Muzara'Ah*, 8(2), 95–108. <https://doi.org/10.29244/jam.8.2.95-108>
- Satrio, E., & Siswantoro, D. (2016). Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat. *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, 1(4), 308–315.
- Septiarini, D. F. (2011). Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas Terhadap Pengumpulan Dana Zakat, Infaq, dan Shodaqah Pada LAZ di Surabaya. *Jurnal Akuntansi*, 2(2), 172–199. <https://doi.org/10.26740/jaj.v2n2.p172-199>
- Syafitri, O. Y., Wildan, N., Huda, N., & Rini, N. (2021). Tingkat Religiusitas dan Pendapatan: Analisis Pengaruh Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 34–40. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1915>
- Ulurrosyad, M. F., & Jayanto, P. Y. (2020). Faktor-Faktor Dalam Menggunakan E-Money (Gopay) Pada Masyarakat Muslim di Kota Semarang. *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 105–112. <https://doi.org/10.31294/moneter.v7i1.7634>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Assalamu'alaikum wr.wb.

Perkenalkan, saya Zaida Rahma Salsabila, mahasiswa tingkat akhir Strata-1 Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir dengan judul “PENGARUH RELIGIUSITAS, AKUNTABILITAS, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT MEMBAYAR ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH (ZIS) MELALUI *DIGITAL PLATFORM*”.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Beragama islam
- b. Tinggal di wilayah Kabupaten Banyumas
- c. Pernah melakukan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui *digital platform*
- d. Berumur 21 – 40 tahun

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian dengan jujur sesuai dengan pendapat dan keadaan diri saudara/i yang sesungguhnya. Seluruh informasi yang diberikan responden hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini.

Apabila ada pertanyaan dan saran terkait penelitian ini, Anda dapat menghubungi saya melalui e-mail zaida.salsabila@students.uii.ac.id

Atas perhatian dan partisipasi saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Hormat saya,

Zaida Rahma Salsabila

I. Sekilas Tentang Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) & Digital Platform

Pada era modern saat ini, kemajuan teknologi di dalam maupun luar negeri sudah berkembang dengan sangat pesat. Kemajuan teknologi ini tentunya membawa dampak positif dan negatif dalam kehidupan masyarakat baik di bidang sosial, ekonomi, maupun budaya. Seiring dengan perubahan saat ini, seluruh kalangan masyarakat sudah bisa menggunakan teknologi. Selain digunakan untuk komunikasi, teknologi juga dapat digunakan untuk belanja, bertukar informasi, hingga membantu sesama melalui donasi dan zakat. Sebagai contoh, salah satu lembaga nirlaba yang ada di Indonesia yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) melakukan upaya pengumpulan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui kerjasama dengan digital platform.

Zakat merupakan kewajiban setiap muslim untuk memberikan sebagian harta kekayaan dan kepemilikan individu apabila sudah mencapai nisab (batas minimal) dan memenuhi haulnya (masa satu tahun). Infak berarti mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan untuk suatu kepentingan yang diajarkan oleh agama islam (hanya sebatas dalam bentuk materi). Sedekah merupakan memberikan sesuatu kepada orang lain tanpa mengharap imbalannya karena mengharapkan pahala dari Allah SWT (bisa non materi seperti pertolongan, sikap, dan lain sebagainya).

Melalui kerjasama antara BAZNAS dengan *digital platform*, diharapkan umat islam dapat membayarkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) dengan mudah dan efisien, tanpa terbatas jarak dan waktu. Contoh digital platform yang menyediakan layanan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS), yaitu: BAZNAS platform, *commercial platform* (Tokopedia salam, bukalapak, shopee, lazada, JD.ID, Blibli.com, elevenia), *non-commercial platform*

(Kitabisa.com, WeCare.id, peduli sehat, BenihBaik.com, Bantoo, Waktumu hijrah, beramaljariyah.org), *artificial intelligence platform* (ZAVIRA, lenna, AR), dan *innovative platform* (Gojek, OVO, LinkAja, layanan syariah LinkAja, DANA, Spin).

II. Identitas Responden

1. Nama (boleh inisial)

....

2. Jenis Kelamin

Laki-Laki

Perempuan

3. Usia

21 – 25 tahun

26 – 30 tahun

31 – 35 tahun

36 – 40 tahun

4. Pendidikan Terakhir

Dibawah SMA/SMK

SMA/SMK

Diploma (D3)

Sarjana (S1)

Magister (S2)

Doktor (S3)

Lainnya (sebutkan)

5. Pekerjaan Saudara/i

Mahasiswa

Pengusaha

- Karyawan Swasta
 - PNS
 - Lainnya
6. Jenis pembayaran apa yang pernah saudara/i bayarkan? (boleh lebih dari satu)
- Zakat
 - Infak
 - Sedekah
7. Sebutkan digital platform yang pernah saudara/i gunakan (boleh lebih dari satu)
- BAZNAS platform
 - Commercial platform (Tokopedia, Bukalapak, Shopee, Lazada, JD.ID, Bilibli.com, Elevenia)
 - Non-commercial platform (Kitabisa.com, WeCare.id, Peduli Sehat, BenihBaik.com, Bantoo, Waktumu Hijrah, BeramalJariah.org)
 - Artificial intelligence platform (ZAVIRA, Lenna, AR)
 - Innovative platform (Gojek, OVO, LinkAja, Layanan Syariah LinkAja, DANA, Spin)

III. Item Pertanyaan

Petunjuk: Bapak/Ibu/Saudara/i memilih jawaban pada kolom yang tersedia yang dianggap paling sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i terhadap keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara online melalui *digital platform*.

Keterangan:

- 1: Sangat Tidak Setuju
- 2: Tidak Setuju
- 3: Kurang Setuju
- 4: Cukup Setuju
- 5: Setuju

6: Sangat Setuju

Variabel Dependen:

Keputusan Masyarakat

No.	Keputusan Masyarakat	1	2	3	4	5	6
1.	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) untuk membantu orang lain.						
2.	Saya mencari informasi sebelum melakukan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara online.						
3.	Saya tertarik membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i> karena memudahkan saya dalam bertransaksi.						
4.	Saya tertarik untuk kembali membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i> .						
5.	Saya merasa puas setelah membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i> .						

Variabel Independen:

1. Religiusitas

No.	Religiusitas	1	2	3	4	5	6
1.	Saya percaya bahwa membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) merupakan pembersihan harta kotor seseorang.						
2.	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) karena perintah agama.						
3.	Saya merasa senang ketika membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) karena dapat meringankan beban saudara sesama yang membutuhkan.						
4.	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) atas keinginan sendiri dan untuk mencari ridho serta pahala dari Allah.						
5.	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) sesuai dengan kategori kemampuan saya.						

2. Akuntabilitas

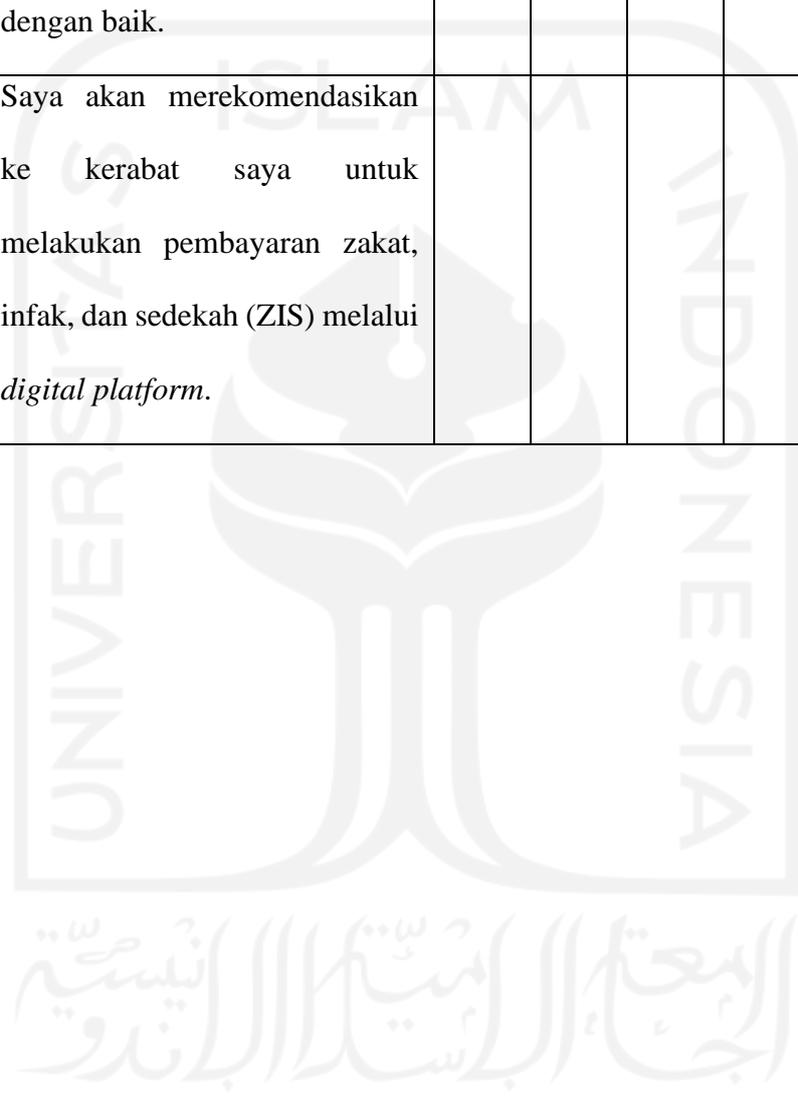
No.	Akuntabilitas	1	2	3	4	5	6
1.	Saya dapat dengan mudah mengetahui prosedur pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara online						

	pada <i>platform</i> yang saya gunakan.						
2.	Saya dapat mengakses layanan bantuan ketika saya dalam kesulitan.						
3.	Saya mendapatkan pelayanan yang responsif atas pertanyaan yang saya ajukan pada <i>digital platform</i> yang saya gunakan.						
4.	Bagi saya pelaporan transaksi yang disediakan oleh <i>digital platform</i> yang saya gunakan memiliki biaya yang murah.						

3. Kepercayaan

No.	Kepercayaan	1	2	3	4	5	6
1.	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) secara online karena saya percaya dengan <i>digital platform</i> yang saya gunakan.						
2.	<i>Digital platform</i> yang saya gunakan memiliki fitur pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yang mudah dan lengkap.						

3.	<i>Digital platform</i> yang saya gunakan memiliki jaminan transaksi yang baik.						
4.	<i>Digital platform</i> yang saya gunakan konsisten beroperasi dengan baik.						
5.	Saya akan merekomendasikan ke kerabat saya untuk melakukan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui <i>digital platform</i> .						



Lampiran 2. Hasil pilot test

No.	Kode Responden	Kritik dan Saran	Alasan dan/atau Perbaikan
1.	Responden 1	Untuk innovative platform bisa ditambah pembayaran melalui DANA.	Sudah ditambah pilihan pembayaran DANA dalam innovative platform.
2.	Responden 2	Kata ZIS yang terdapat dalam kriteria responden sebaiknya dijabarkan menjadi Zakat, Infaq, dan Shodaqoh.	Kalimat tersebut telah diperbaiki menjadi “Pernah melakukan pembayaran Zakat, Infaq, dan Shodaqoh melalui digital platform”
3.	Responden 3	Tidak ada	-
4.	Responden 4	Mungkin di awal bisa ditambahkan penjelasan mengenai Zakat, Infaq, dan Shodaqoh agar responden dapat menambah wawasan dan tidak bingung saat mengisi kuisisionernya.	Sebenarnya rencana awal akan mencantumkan penjelasan mengenai Zakat, Infaq, Shodaqoh tetapi takutnya responden sudah malas untuk mengisi pertanyaan kuisisioner dikarenakan akan memakan waktu lebih lama. Tetapi dengan saran tersebut, peneliti akan mencantumkan penjelasan di awal kuisisioner.
5.	Responden 5	Tidak ada	-
6.	Responden 6	Lebih baik digital platformnya sudah ditentukan misal kitabisa.com saja agar respondennya lebih terarah dan fokus ke satu platform.	Penggunaan digital platform yang peneliti pilih tidak hanya satu platform saja dikarenakan agar dapat menjangkau responden lebih luas dengan membayar Zakat, Infaq, dan Shodaqoh lebih dari satu platform.
7.	Responden 7	Tidak ada	-
8.	Responden 8	Pertanyaan pekerjaan “lainnya” bisa ditambah kolom untuk mengisi pekerjaan responden secara manual.	Sudah diperbaiki dengan menambah kolom untuk mengisi pekerjaan responden secara manual.
9.	Responden 9	Setiap kata ZIS bisa dijabarkan saja menjadi Zakat, Infaq, dan Shodaqoh.	Setiap kata tersebut telah diperbaiki menjadi kalimat Zakat, Infaq, dan Shodaqoh.
10.	Responden 10	a. Untuk rate yang setuju atau tidak setuju menurut saya 1-5. Jadi ada pilihan netral di rate ketiga untuk responden yang bingung menjawabnya.	a. Skala 1 – 6 dipilih untuk memperluas opsi pilihan bagi responden.

		b. Pada pertanyaan ketiga di indikator akuntabilitas terdapat kata “responsi” yang seharusnya adalah “responsif”, jadi dapat dinilai beda makna.	b. Kata “responsi” sudah diperbaiki menjadi “responsif”.
11.	Responden 11	Dalam pertanyaan pertama variabel kepercayaan rate yang seharusnya “Sangat setuju” tetapi di kuisioner hanya ditulis “Setuju”	Kata tersebut sudah dilengkapi menjadi sangat setuju.
12.	Responden 12	Tidak ada	-
13.	Responden 13	Tidak ada	-
14.	Responden 14	Tidak ada	-
15.	Responden 15	Tidak ada	-
16.	Responden 16	Tidak ada	-
17.	Responden 17	Tidak ada	-
18.	Responden 18	Tidak ada	-
19.	Responden 19	Tidak ada	-
20.	Responden 20	Tidak ada	-

Lampiran 3. Hasil tabulasi data

Keputusan Masyarakat (Y)						Religiusitas (X1)					
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
6	4	6	6	6	28	5	4	5	6	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
6	3	3	4	4	20	3	4	5	4	4	20
6	5	5	5	5	26	6	6	6	6	5	29
6	3	6	5	5	25	6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	5	26	6	6	6	6	6	30
6	6	4	4	5	25	5	5	6	6	6	28
6	5	5	5	5	26	6	2	5	6	5	24
6	5	5	5	5	26	5	5	5	6	6	27
6	5	5	5	4	25	4	6	6	6	6	28
6	5	6	6	6	29	6	6	6	6	5	29
6	1	6	6	6	25	6	6	6	6	6	30
6	6	5	5	5	27	6	6	6	6	6	30
5	5	6	6	5	27	5	6	5	6	5	27
6	5	6	5	5	27	5	6	6	6	6	29
6	2	6	6	6	26	4	2	5	5	6	22
6	5	6	5	6	28	6	6	6	6	5	29
6	2	6	6	6	26	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
5	5	5	4	5	24	5	4	4	4	5	22
6	6	6	6	6	30	5	5	6	6	6	28
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
6	1	6	6	6	25	6	6	6	6	6	30
6	2	6	6	6	26	6	6	6	6	6	30
6	4	6	5	5	26	4	6	6	6	6	28
4	4	6	3	4	21	4	5	4	6	3	22
6	5	6	5	6	28	5	6	5	5	5	26
6	6	5	4	5	26	5	4	6	5	6	26
6	3	5	3	5	22	6	6	6	6	6	30

6	5	6	5	4	26	6	6	6	6	6	30
6	3	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	6	26
6	6	6	6	4	28	6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	5	26	6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	5	26	5	5	6	5	6	27
1	1	6	6	6	20	6	6	6	6	6	30
5	6	5	5	4	25	5	5	5	6	4	25
6	5	6	4	4	25	5	4	5	5	6	25
6	5	6	6	6	29	6	6	6	6	6	30
6	5	6	6	6	29	6	5	6	6	6	29
6	6	6	6	6	30	5	4	6	6	6	27
6	6	6	6	6	30	6	4	6	6	6	28
2	2	2	2	2	10	6	6	4	6	5	27
6	4	5	4	4	23	6	6	6	6	6	30
6	6	6	4	6	28	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30	5	6	5	6	6	28
5	3	6	5	6	25	6	4	6	5	6	27
6	6	5	5	5	27	6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	6	30	6	5	6	6	6	29
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
5	6	6	6	6	29	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30	6	5	6	6	6	29
6	5	6	6	6	29	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
6	5	4	4	4	23	6	5	6	6	6	29
6	6	6	6	4	28	6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	5	26	5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30	6	6	5	6	5	28
6	5	6	5	5	27	5	2	5	6	5	23

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

6	3	6	6	6	27	6	5	6	6	6	29
6	6	6	6	6	30	6	4	6	6	6	28
6	6	6	6	6	30	5	5	6	5	6	27
6	6	6	6	6	30	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30	6	4	6	6	6	28
6	5	6	5	5	27	6	6	6	6	6	30
6	4	6	6	5	27	6	4	6	6	5	27

Akuntabilitas (X2)					Kepercayaan (X3)					
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total
5	4	4	4	17	5	6	5	5	4	25
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	24
6	6	6	5	23	5	5	5	6	5	26
6	6	5	6	23	6	5	5	4	6	26
5	5	5	5	20	5	5	5	5	3	23
5	5	6	5	21	4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	19	4	6	5	5	5	25
4	5	5	5	19	5	5	5	6	6	27
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	21	5	5	5	5	5	25
6	3	3	3	15	6	6	6	6	6	30
6	4	4	6	20	6	5	5	6	5	27
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	21	6	6	6	6	6	30
5	4	4	4	17	5	4	5	5	4	23
6	5	5	5	21	6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30

6	6	3	6	21	6	6	6	6	3	27
6	6	2	6	20	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	24	6	6	6	6	4	28
5	4	3	4	16	5	4	4	4	3	20
5	5	5	6	21	5	5	6	5	5	26
5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	23
6	5	5	4	20	5	5	6	5	5	26
5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
5	6	5	5	21	5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	24	6	6	6	6	4	28
6	5	6	5	22	6	5	5	5	6	27
5	4	4	5	18	5	4	5	5	5	24
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
5	5	6	5	21	5	5	5	6	5	26
5	4	4	4	17	5	5	6	5	4	25
6	4	5	5	20	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	24	6	6	6	6	4	28
6	6	6	5	23	5	5	5	5	5	25
6	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20
2	4	2	4	12	2	2	2	2	2	10
6	5	5	5	21	4	5	5	6	5	25
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	24	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	21	6	5	6	6	5	28
6	6	5	5	22	5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
5	2	4	4	15	6	6	6	6	6	30
6	6	6	5	23	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
6	5	5	5	21	5	5	5	6	5	26

6	4	3	5	18	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
3	4	4	4	15	4	4	5	5	4	22
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	6	21	6	6	6	6	5	29
5	2	5	5	17	5	5	6	5	5	26
5	5	5	6	21	6	6	6	6	6	30
6	4	6	5	21	5	4	5	5	4	23
5	6	5	5	21	5	4	5	5	6	25
5	5	5	5	20	6	4	5	5	5	25
3	4	5	5	17	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	16	5	3	4	3	2	17
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	17	5	4	4	4	4	21
6	4	5	4	19	6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	24	6	6	6	5	5	28
4	4	4	4	16	4	4	6	4	4	22
4	4	4	4	16	6	5	5	5	5	26
5	5	4	4	18	5	5	5	5	4	24
6	4	5	5	20	6	5	4	5	4	24
5	4	4	4	17	4	4	4	5	4	21
4	4	4	5	17	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
3	3	6	6	18	4	3	5	4	5	21
4	4	4	5	17	5	5	5	6	5	26
4	4	4	4	16	5	3	4	5	4	21
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	24
5	5	4	4	18	4	4	5	5	4	22
5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	22

4	4	4	4	16	1	4	4	4	4	17
5	5	5	6	21	6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	20	5	5	5	5	6	26
5	5	5	5	20	5	5	5	5	6	26
6	5	6	6	23	6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	24	5	5	6	5	6	27
6	3	4	4	17	6	6	6	6	4	28
6	6	4	4	20	6	6	6	6	5	29
6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	30
3	6	6	6	21	5	6	4	4	6	25
6	5	6	6	23	6	6	6	6	6	30
5	6	5	5	21	6	6	6	6	5	29
5	4	4	4	17	4	4	4	4	5	21



Lampiran 4. Hasil uji deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Religiusitas	100	20.00	30.00	27.5800	2.52735
Akuntabilitas	100	12.00	24.00	20.0800	2.75490
Kepercayaan	100	10.00	30.00	25.8200	3.55443
Keputusan Masyarakat	100	10.00	30.00	26.3700	3.34137
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 5. Hasil uji instrumen

A. Uji Validitas

a. Religiusitas

Correlations

		ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	TOTAL SKOR
ITEM 1	Pearson Correlation	1	.383**	.423**	.439**	.399**	.742**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 2	Pearson Correlation	.383**	1	.292**	.435**	.182	.732**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.003	<.001	.070	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 3	Pearson Correlation	.423**	.292**	1	.456**	.667**	.721**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 4	Pearson Correlation	.439**	.435**	.456**	1	.368**	.728**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 5	Pearson Correlation	.399**	.182	.667**	.368**	1	.655**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.070	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL SKOR	Pearson Correlation	.742**	.732**	.721**	.728**	.655**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

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

b. Akuntabilitas

		Correlations				
		ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	TOTAL SKOR
ITEM 1	Pearson Correlation	1	.434**	.371**	.355**	.684**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
ITEM 2	Pearson Correlation	.434**	1	.529**	.619**	.828**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
ITEM 3	Pearson Correlation	.371**	.529**	1	.633**	.813**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100
ITEM 4	Pearson Correlation	.355**	.619**	.633**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100
TOTAL SKOR	Pearson Correlation	.684**	.828**	.813**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100

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

c. Kepercayaan

Correlations

		ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	TOTAL SKOR
ITEM 1	Pearson Correlation	1	.716**	.706**	.700**	.503**	.846**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 2	Pearson Correlation	.716**	1	.777**	.787**	.600**	.905**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 3	Pearson Correlation	.706**	.777**	1	.781**	.543**	.880**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 4	Pearson Correlation	.700**	.787**	.781**	1	.570**	.888**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 5	Pearson Correlation	.503**	.600**	.543**	.570**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL SKOR	Pearson Correlation	.846**	.905**	.880**	.888**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

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

d. Keputusan Masyarakat

Correlations

		ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	TOTAL SKOR
ITEM 1	Pearson Correlation	1	.337**	.329**	.314**	.307**	.618**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.001	.002	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 2	Pearson Correlation	.337**	1	.170	.241*	.166	.621**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.091	.016	.098	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 3	Pearson Correlation	.329**	.170	1	.732**	.640**	.763**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.091		<.001	<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 4	Pearson Correlation	.314**	.241*	.732**	1	.718**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.001	.016	<.001		<.001	<.001
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM 5	Pearson Correlation	.307**	.166	.640**	.718**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.002	.098	<.001	<.001		<.001
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL SKOR	Pearson Correlation	.618**	.621**	.763**	.814**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

B. Uji Reliabilitas

a. Religiusitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	5

b. Akuntabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.791	4

c. Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.905	5

d. Keputusan masyarakat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.733	5

Lampiran 6. Hasil uji asumsi klasik

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.46750440
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.056
	Negative	-.097
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.022 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.290
Point Probability		.000

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

B. Uji Multikolinieritas

Coefficient^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Religiusitas (X1)	0,709	1,410
Akuntabilitas (X2)	0,531	1,884
Kepercayaan (X3)	0,550	1,818

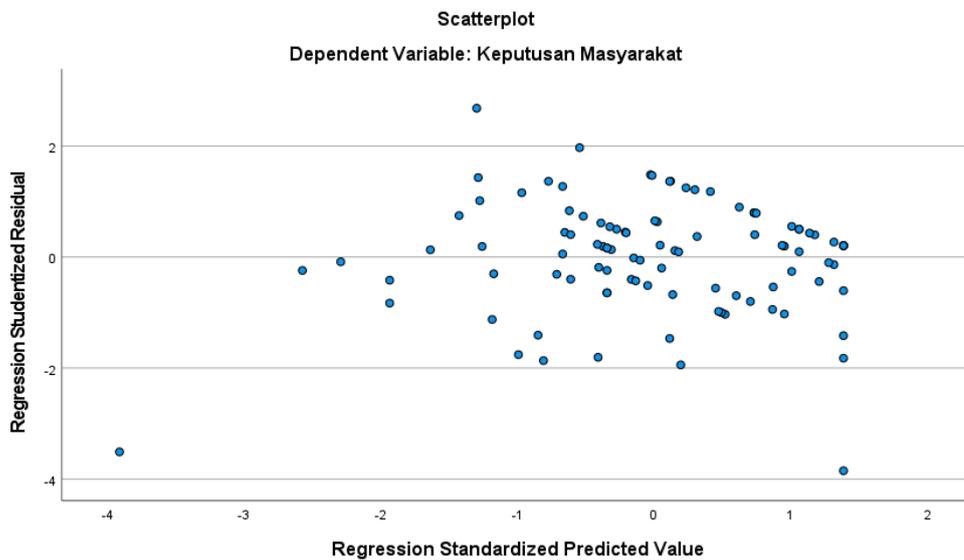
- a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

C. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.102	2.834		2.153	.034
	Reliabilitas	.158	.118	.119	1.334	.185
	Akuntabilitas	.244	.125	.201	1.943	.055
	Kepercayaan	.427	.096	.454	4.467	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat



D. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.674 ^a	.455	.438	2.50576	1.812

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas, Akuntabilitas

b. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

Lampiran 7. Hasil analisis regresi berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 ^a	.455	.438	2.50576

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas, Akuntabilitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	502.541	3	167.514	26.679	<.001 ^b
	Residual	602.769	96	6.279		
	Total	1105.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas, Akuntabilitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.102	2.834		2.153	.034
	Religiusitas	.158	.118	.119	1.334	.185
	Akuntabilitas	.244	.125	.201	1.943	.055
	Kepercayaan	.427	.096	.454	4.467	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Masyarakat