

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN
MUZAKI MEMBAYAR ZAKAT SECARA *ONLINE* MELALUI
PLATFORM FINTECH : DENGAN MENGGUNAKAN
*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)***

**(Studi Empiris Pada Muzaki Di Wilayah Daerah Istimewa
Yogyakarta)**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Mytha Chandra Dewi

No. Mahasiswa: 18312103

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MUZAKI
MEMBAYAR ZAKAT SECARA *ONLINE* MELALUI *PLATFORM*
FINTECH: DENGAN MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE*
*MODEL (TAM)***

(Studi Empiris Pada Muzaki Di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

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

Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Mytha Chandra Dewi

No.Mahasiswa: 18312103

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 terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 14 Februari 2022

Penulis,



(Mytha Chandra Dewi)

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN MUZAKI
MEMBAYAR ZAKAT SECARA *ONLINE* MELALUI *PLATFORM*
FINTECH: DENGAN MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE*
*MODEL (TAM)***

(Studi Empiris Pada Muzaki Di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Mytha Chandra Dewi

No.Mahasiswa: 18312103

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 11 Februari 2022

Dosen Pembimbing,



(Drs. Sugeng Indardi, M.B.A., SAS)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech: Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Studi Empiris Muzaki Di Wilayah DIY)

Disusun oleh : MYTHA CHANDRA DEWI

Nomor Mahasiswa : 18312103

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 02 Maret 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Sugeng Indardi, MBA., SAS.

Penguji : Umi Sulistianti, SE., M.Accy.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, Dr., M.Si

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya selaku penulis Mytha Chandra Dewi, ingin mengungkapkan pujian dan rasa syukur yang mendalam kepada Allah Swt yang telah memberikan kenikmatan yang tak terhingga, sehingga penulis bisa menuntaskan penulisan skripsi ini dengan judul” FAKTOR - FAKTOR YANG MEMENGARUHI MUZAKI MEMBAYAR ZAKAT SECARA *ONLINE* MELALUI *PLATFORM FINTECH*: DENGAN MENGGUNAKAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* (Studi Empiris Muzaki Di Wilayah DIY)” dengan baik. Tak lupa menghatukan shalawat dan juga salam pada Nabi kita yakni Nabi Muhammad Saw. Skripsi ini ditulis agar dapat memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 atau (S1) dalam Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta.

Ketika penulis membuat skripsi ini, banyak sekali arahan, bimbingan yang penulis dapatkan dari beberapa bagian pihak yang terakit. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih pada pihak yakni:

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan sayangi yakni ayah saya Susanto Handoko, ibu saya Sri Ermawati yang selalu memberi kasih sayang, mengingatkan hal kebaikan, dan selalu memberi semangat serta doa yang tulus ketika penulis menulis skripsi ini.
2. Kakak kandung saya yakni Okky Riswandha Imawan, kakak ipar saya Roda Ismail, dan ponakan saya Kyrani Urwatul Wutsqa yang selalu

menghibur saya, mendoakan, memberi semangat, dan membantu saya untuk tidak terlalu penat dalam menulis skripsi ini.

3. Bapak Drs. Sugeng Indardi, M.B.A., SAS. yakni dosen pembimbing skripsi saya yang sangat bermurah hati untuk meluangkan waktunya, pikiran, maupun tenaga dalam membimbing penulis hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc, Ph.D. selaku Rektor dari Universitas Islam Indonesi, 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 Program Sarjana Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia serta segenap civitas akademika Program Studi Akuntansi.
7. Sahabat maupun teman dekat saya yang selalu mendoakan hal-hal yang baik, mendukung, memberi semangat, dan menghibur yaitu Adinda, Yachyu, Dewy, Fachriana, Novia, Nurma, Vina, Vabilla, Duta, Zubaidah, Aulia, Ulfa, Ayu, Seza, Emiroh, semoga mereka selalu diberi kesuksesan oleh Allah Swt aamiin.
8. Dan para responden yang sudah berbaik hati meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian skripsi saya dengan ikhlas.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat terutama kepada penulis dan semua pihak yang memerlukan di waktu mendatang.

Oleh sebab itu, penulis perlu diberi kritik dan saran yang membangun oleh semua pihak untuk kesempurnaan dalam penulisan penelitian ini.

Penulis,



Mytha Chandra Dewi



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Abstrak	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	9
1.4 MANFAAT PENELITIAN	9
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 LANDASAN TEORI	12
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	12
2.1.2 <i>Financial Technology</i> (Fintech)	14
2.1.2.1 Sejarah Perkembangan <i>Fintech</i>	15
2.1.2.2 Ekosistem <i>Fintech</i>	16
2.1.2.3 Jenis-Jenis <i>Fintech</i> Di Indonesia	17
2.1.2.4 <i>Fintech</i> Syariah	19

2.1.3 Muzaki	21
2.1.4 Zakat	22
2.1.4.1 Definisi Zakat dan Jenis Zakat	22
2.1.4.2 Penerimaan Zakat	26
2.1.5 Zakat <i>Online</i>	28
2.2 PENELITIAN TERDAHULU.....	31
2.3 HIPOTESIS PENELITIAN	34
2.3.1 Persepsi Kegunaan	34
2.3.2 Persepsi Kemudahan	35
2.3.3 Keamanan dan <i>Privasi</i>	36
2.3.4 Tingkat Kepercayaan	37
2.4 KERANGKA PENELITIAN	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 POPULASI DAN SAMPEL	39
3.1.1 Populasi	39
3.1.2 Sampel	39
3.2 JENIS DAN SUMBER DATA	41
3.3 DEFINISI OPERASIONAL DAN VARIABEL PENELITIAN.....	41
3.3.1 Variabel Dependen	41
3.3.2 Variabel Independen	43
3.3.2.1 Persepsi Kegunaan	44
3.3.2.2 Persepsi Kemudahan	45
3.3.2.3 Keamanan dan Privasi	47

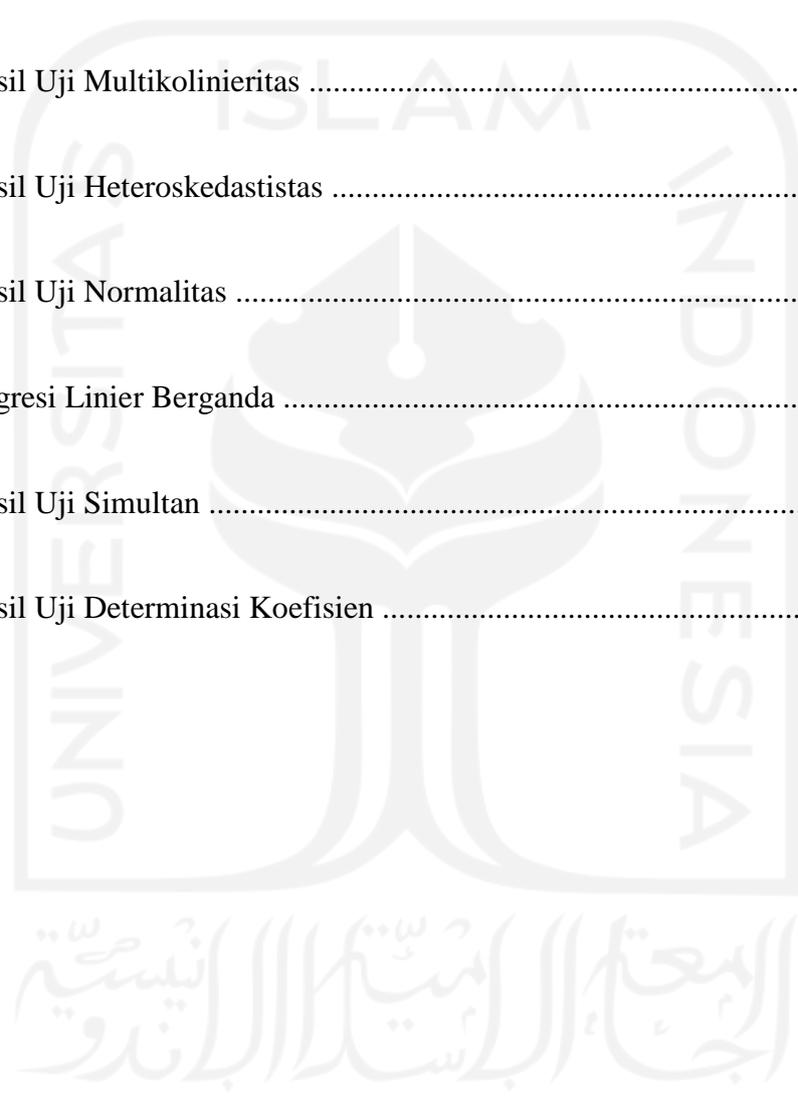
3.3.2.4 Tingkat Kepercayaan	48
3.4 TEKNIK ANALISIS DATA	50
3.4.1 Uji Instrumen	50
3.4.1.1 Uji Validitas	50
3.4.1.2 Uji Reabilitas	50
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.4.2.1 Uji Multikolinieritas	51
3.4.2.2. Uji Heteroskedastitas	51
3.4.3 Pengujian Hipotesis	51
3.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.4.3.2 Uji Statistik T (Uji-t)	52
3.4.3.3 Uji Statistik F (Uji-f)	52
3.4.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	53
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN	54
4.1 DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN	54
4.1.1 Jenis Kelamin	54
4.1.2 Usia	54
4.1.3 Pendidikan	55
4.1.4 Pekerjaan	56
4.1.5 Pendapatan	58
4.1.6 Domisili Kabupaten	59
4.1.7 Platform Yang Digunakan	60
4.2 ANALISIS UJI DESKRIPTIF	61

4.2.1 Uji Validitas	61
4.2.2 Uji Reabilitas	63
4.3 UJI ASUMSI KLASIK	64
4.3.1 Uji Multikolinieritas	64
4.3.2 Uji Heteroskedastistas	65
4.3.3 Uji Normalitas	66
4.4 PENGUJIAN HIPOTESIS	67
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	67
4.4.2 Uji t (Uji Parsial)	70
4.4.3. Uji f (Uji Simultan)	71
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi	72
4.5 PEMBAHASAN	73
4.5.1 Persepsi Kegunaan	73
4.5.2 Persepsi Kemudahan	74
4.5.3 Keamanan dan <i>Privasi</i>	75
4.5.4 Tingkat Kepercayaan	75
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 77
5.1 SIMPULAN	77
5.2 KETERBATASAN PENELITIAN	78
5.3 SARAN	79
DAFTAR REFERENSI	80
LAMPIRAN	86

DAFTAR TABEL

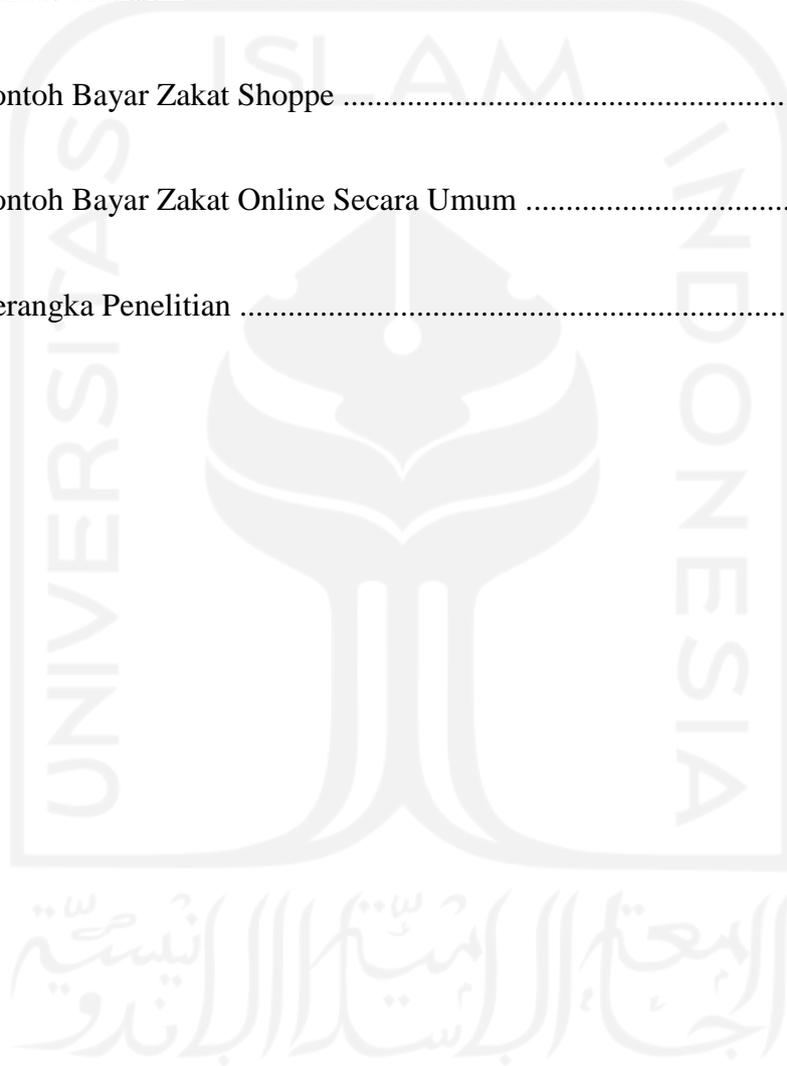
Tabel 2.1 Evolusi Fintech	15
Tabel 2.2 Perbedaan Fintech Syariah dan Fintech Konvensional	20
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Variabel Dependen Keputusan Berzakat Secara Online	43
Tabel 3.2 Skala Likert 1 – 6	43
Tabel 3.3 Variabel Persepsi Kegunaan	43
Tabel 3.4 Variabel Persepsi Kemudahan	46
Tabel 3.5 Variabel Keamanan dan Privasi	47
Tabel 3.6 Variabel Tingkat Kepercayaan	49
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	57
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendapatan	58
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Domisili Kabupaten Di DIY	59

Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Platform Fintech Yang Digunakan	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.13 Regresi Linier Berganda	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan	71
Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi Koefisien	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Technology Acceptance Model (TAM)	13
Gambar 2.2 Baznas Platform	29
Gambar 2.3 Contoh Bayar Zakat Shoppe	29
Gambar 2.4 Contoh Bayar Zakat Online Secara Umum	30
Gambar 2.5 Kerangka Penelitian	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2 Bukti Penyebaran Kuesioner	96
Lampiran 3 Tabulasi Data	99
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen	119
Lampiran 5 Hasil Uji Deskriptif	124
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	125
Lampiran 7 Uji Penyajian Hipotesis	126



ABSTRACT

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui dan juga menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*. Sampel di dalam skripsi ini yakni ada 149 responden dengan menggunakan rumus lemeshow yang dimana hasil aslinya 96.04 tetapi penulis mendapatkan responden 149. Dengan mencari responden di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dengan pilihan ada Kabupaten Kulon Progo, Gunung Kidul, Sleman, Banguntapan, dan Kota Yogyakarta. Skripsi ini diolah dengan menggunakan aplikasi Jamovi versi 2.2.5 dan bantuan aplikasi lain yakni excel 2013. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan *privasi*, serta tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

Kata Kunci: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan *Privasi*, Tingkat Kepercayaan, *Fintech*, Muzaki, Zakat.

ABSTRACT

This article aims to find out and also analyze the factors that influence muzaki to pay zakat online through the fintech platform. The sample in this thesis is 149 respondents using the Lemeshow formula, where the original result is 96.04 but the author gets 149 respondents. By looking for respondents in the Special Region of Yogyakarta, the choices are Kulon Progo Regency, Gunung Kidul, Sleman, Banguntapan, and Yogyakarta City. This thesis is processed using the Jamovi application version 2.2.5 and the help of another application, namely excel 2013. The results of this study indicate that perceived usefulness, perceived convenience, security and privacy, and level of trust have a positive and significant impact on the decision of muzaki to pay zakat online through the fintech platform.

Keywords: *Perception of Usability, Perception of Ease, Security and Privacy, Level of Trust, Fintech, Muzaki, Zakat.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Menurut penjelasan dari (Ngafifi, 2014), awal mula perjalanan kehidupan manusia di zaman kala purba belum mengenal suatu teknologi yang canggih. Keberadaan di zaman purba sering disebut dengan masa pra sejarah dimana manusia di jaman ini belum mengenal yang namanya tulisan terlebih lagi suatu sistem teknologi yang canggih. Manusia purba yang hidup di zaman pra sejarah, mereka melakukan suatu aktivitas dengan bantuan alat-alat yang sangat sederhana yang datangnya dari alam sekitar mereka yaitu seperti kayu dari pohon-pohonan, kemudian ada batu, dan benda lainnya yang dapat mempermudah mereka dalam aktivitas hidupnya. Waktu demi waktu terus berjalan hingga datangnya suatu zaman yang dimana manusia sangat bergantung pada suatu teknologi. Hal inilah yang dapat dikatakan adanya kemajuan teknologi dengan mengikuti perkembangan kultur yang ada.

Di era sekarang teknologi berjalan dengan progresif, tidak terasa dimana dulu manusia melakukan aktivitas yang tadinya tanpa di bantu teknologi hingga sekarang ini banyak aktivitas manusia yang bahkan tak bisa lepas dari bantuan teknologi serta jaringan internet. Penggunaan teknologi awalnya dimanfaatkan dari perusahaan perbankan yaitu penggunaan *electronic banking* atau bisa diartikan dengan melakukan layanan transaksi dengan bantuan jaringan internet. *Electronic banking* memberi manfaat kepada para pengguna nasabah perbankan dan juga bank itu sendiri. Dimana keduanya sama-sama merasakan manfaat yang ada pada sistem yang canggih ini. Menurut penjelasan dari penelitian yang disampaikan oleh Sari Reipita (2013), ada 6 tujuan dari adanya *e-banking*

yaitu adanya media *multhi chanel*, biaya transaksi yang hemat, ketika melakukan transaksi maka nasabah akan merasakan kemudahan yang ada, adanya kebebasan, dilakukan dengan cepat, serta aman melakukan transaksi dalam 24 jam dimanapun nasabah berada tanpa harus khawatir tidak dapat melakukan transaksi.

Ada salah satu keterangan yang pernah disampaikan dari Sekar Alfin (2021), teknologi yang ada pada *e-banking* ini tidak hanya memudahkan proses transaksi namun juga teknologi untuk semua hal yang dapat mengantarkan kemudahan-kemudahan yang lainnya seperti mencari informasi dengan mudah, berkomunikasi atau berbincang-bincang dengan mudah. Ketika membicarakan teknologi yang tiada hentinya di jaman seperti ini, internet pun juga memberi kemajuan pengembangannya kepada manusia. Yaitu seperti ketika kita mencari suatu informasi yang diinginkan atau yang sedang ingin kita cari, tidak perlu khawatir dalam melakukan hal itu karena internet akan selalu memperbaharui segala sesuatu informasi di dunia ini. Hal ini dapat dilihat perbaikan tidak hanya ada pada teknologi tetapi juga ada pada internet. Lalu, secara sosial adanya perkembangan teknologi dapat membuat suatu fenomena yang terjadi yaitu disebut dengan disrupsi teknologi.

(Rhenald Kasali, 2017), pernah menjelaskan mengenai disrupsi teknologi merupakan kejadian perubahan hari esok (*the future change*) dan kejadian perubahan hari saat ini (*today change*). Ada salah satu Pakar Administrasi Bisnis dari Harvard Business School beliau menerangkan era disrupsi itu dapat memberi hal positif dan juga negatif. Untuk hal negatif dapat membahayakan pasar-pasar disekitar yang telah ada sejak lama. Kemudian secara positif dapat memberi kemajuan produk-produk yang baru, konsumen yang baru, serta adanya harga yang makin murah. Adanya disrupsi ini dapat menyerahkan perubahan yang jelas untuk kebutuhan maupun tuntutan.

Akan sangat terasa dari adanya disrupsi teknologi yang dapat kita lihat yaitu teknologi baru yang memiliki kelebihan ketimbang teknologi yang lama. Teknologi yang terlahir inilah yang dapat dijadikan alasan masyarakat untuk memanfaatkannya karena lebih memberi kemudahan, kecepatan, dan juga efisien. Ada gaya baru dari kemunculan disrupsi teknologi yaitu *fintech* atau dapat diartikan sebagai kreatifitas teknologi yang diluncurkan dalam bidang keuangan. *Fintech* sangat membutuhkan perangkat lunak atau *software* karena nantinya *fintech* akan digunakan dengan bantuan situs *website* dan juga ponsel. Sekitar lima sampai enam tahun yang lalu, *fintech* didirikan antar hubung komunitas *fintech*. Lalu berlanjut tahun 2018 Asosiasi *Fintech* Indonesia atau dapat disingkat (AFTECH) resmi diangkat oleh Otoritas Jasa Keuangan atau bisa disingkat (OJK) untuk menjalankan kewajibannya sebagai Asosiasi Penyelenggaraan Inovasi Keuangan Digital.

Di Indonesia masyarakat banyak menyukai hal-hal yang dapat memudahkan pekerjaan mereka atau yang dapat memberikan keringanan aktifitas mereka, hal ini menunjukkan bahwa di Indonesia semakin pesat perkembangan perusahaan *fintech*. Dengan kelegaan yang mereka inginkan, maka mereka hanya perlu ponsel untuk mengakses jaringan *internet*, kuota *internet*, dan pastinya *skill* pemahaman mereka mengenai pembelian, peminjaman, dan penjualan dengan waktu yang cukup singkat. Kebutuhan seperti ini menjadi hal utama yang sangat membantu masyarakat yang tinggal di tengah kota dengan padatnya penduduk dan para pekerja kantor yang notabennya memerlukan akses suatu teknologi digital. Ada penelitian dari (Aulia, 2020), *e-wallet* atau disebut juga *electronic wallet* merupakan salah satu contoh inovasi dari adanya teknologi keuangan atau *fintech*.

Dengan adanya *e-wallet* masyarakat kini lebih condong bertransaksi secara *online* ketimbang dengan uang tunai. Contoh saja dalam membayar infak, shadaqah, maupun zakat kini tidak hanya membayar secara langsung, tetapi membayar dengan bantuan teknologi digital atau secara *online*. Ada beberapa platform yang digunakan untuk membayar zakat, infak, maupun shadaqah seperti Patungan.com, Kitabisa.com, Rumah Zakat, Dompot Dhuafa, dan masih banyak lagi (Rasyid, Setyowati, dan Islamiyati, 2017). Salah satu yang cukup terkenal dari platform untuk membayar zakat maupun menggalang dana lainnya yaitu Kitabisa.com. Terbukti dari pendapatan tiap tahunnya di laporan keuangan terus meningkat salah satunya tahun 2018 dengan total pengumpulan dana sebesar Rp 237.831.373.353.

Hal seperti ini menarik untuk dianalisis bagaimana mencari tahu faktor yang memengaruhi keputusan para muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*. Terlebih lagi disaat pandemi yang melanda Indonesia sejak 2020, masyarakat banyak yang bertambah ketergantungannya pada sistem teknologi. Zakat *online* atau biasa disebut *e-zakat* dapat dijelaskan bahwa semua kegiatan zakat yang akan dibantu dengan sistem digital dan melalui jaringan internet. Kondisi seperti ini para muzaki tidak perlu membayar zakat secara tatap muka seperti biasanya, tetapi dapat dilakukan dengan cara tidak langsung yaitu melalui bantuan *platform fintech*. (Wiharjo Bahana dan Achsanika, 2019), pernah menjelaskan bahwa zakat *online* ini selain memudahkan para muzaki untuk membayar zakat secara tidak langsung, juga dapat memudahkan para amil zakat untuk mengetahui pendistribusian zakat dengan lebih mudah. Membayar zakat dapat meringankan suatu permasalahan ekonomi yang ada di Indonesia seperti meminimalisir adanya kemiskinan.

(Hidayat dan Mukhlisin, 2020), memaparkan bahwa ketika masyarakat membayar zakat melalui *platform fintech*, kemudian zakat tersebut dikumpulkan maka akan menaikkan kualitas kinerja manajemen zakat dan juga banyak menjangkau masyarakat agar dapat menggunakan sistem tersebut. Para muzaki yang membayar zakat secara *online* akan merasa lebih efisien, karena muzaki tidak harus khawatir membayar zakat tanpa memikirkan lebih jarak maupun waktu. Ada beberapa sebab mengapa muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*. Terkait dengan sebab tersebut maka penulis akan mengambil 4 faktor dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* atau (TAM). 4 faktor tersebut adalah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan pengguna, keamanan dan *privasi*, dan yang terakhir yakni tingkat kepercayaan.

Technology Acceptance Model atau disingkat menjadi (TAM) adalah metode penelitian digunakan untuk melihat apakah ada proses penerimaan hal-hal yang baru di suatu teknologi atau sistem tertentu. Di penelitian ini yang penulis tulis, penulis akan menguraikan dua faktor yang pertama yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan pengguna. Sesuai dengan hal itu menurut (Fred Davis, 1989), beliau mengatakan bahwa kedua faktor tersebut asalnya dari penerimaan suatu teknologi. Dimana persepsi kegunaan diartikan seseorang yakin menggunakan suatu sistem dan ketika menggunakan sistem tersebut akan meningkatkan kinerja mereka dalam beraktifitas. Kemudian keterangan persepsi kemudahan yaitu ketika kita menggunakan suatu sistem teknologi yang notabennya memudahkan aktifitas manusia, maka hal ini merupakan bebasnya dari segala upaya yang rumit (Fred Davis, 1989). Menurut penelitian dari (Wiharjo Bahana dan Achsania, 2019), mereka mengatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat muzaki membayar zakat secara *online*. Hal ini menunjukkan semakin

tinggi masyarakat muslim dalam menggunakan layanan zakat *online*, maka semakin tinggi juga penggunaan layanan zakat *online*.

Faktor kedua dari penelitian ini adalah persepsi kemudahan. Ada hasil penelitian dari (Wiharjo Bahana dan Achsania, 2019), mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan pengguna berpengaruh positif terhadap muzaki membayar zakat secara *online*. Hasil penelitian dari peneliti tersebut menunjukkan berbeda koefisiennya dengan hipotesisnya. Karena model dalam penelitian tersebut digunakan membangun hipotesis yang tidak sejalan dengan metode TAM. Namun berbeda dengan hasil penelitian dari (Raub, 1981) hasil penelitiannya menjelaskan bahwa persepsi kemudahan tidak konsisten. Hasil dari tidaknya konsisten ini disebabkan oleh karakter responden dalam penelitian ini yaitu umur dan juga jenis kelamin. Karena umur dan jenis kelamin dapat mempengaruhi keahlian dalam menggunakan komputer.

Kemudian yang ketiga ada faktor keamanan dan *privasi* dijelaskan oleh (Kalakota dan Andrew B. Whinston, 1997), yaitu suatu ancaman tidak akan datang dan merugikan para pengguna dimana para pengguna sudah yakin akan sistem digunakan oleh mereka. Sesuai dengan pengertian tersebut maka persepsi keamanan dan juga *privasi* berpengaruh positif terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* (Wiharjo Bahana dan Achsania, 2019). Hal ini menunjukkan semakin tinggi keamanan dan *privasi* data para pengguna yang terdapat pada layanan zakat *online*, maka semakin tinggi juga layanan zakat *online* yang digunakan. Jadi teori keamanan dan juga *privasi* berpengaruh terhadap penggunaan zakat *online*.

Kemudian faktor yang keempat pada penelitian ini adalah faktor persepsi kepercayaan yang diartikan bagi pengguna sistem ini akan bergantung pada kapasitas sistem teknologi

atau bahkan seseorang (Chung dan Soon Jae Kwon, 2009). Hasil penelitian dari (Wiharjo Bahana dan Achsania, 2019), mengungkapkan bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan zakat *online*. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang pada layanan zakat *online*, maka akan semakin tinggi juga penggunaan layanan zakat *online*. Melakukan pembayaran zakat secara *online* melalui *platform fintech*, maka perlu teliti pada layanan ini karena harus mempertimbangkan semuanya apabila layanan tersebut akan dapat memberikan kepercayaan. Jika kepercayaan tak dapat diberikan dan dipertanggung jawabkan pada layanan zakat *online*, maka orang yang menggunakan layanan ini pun tak segan untuk meninggalkannya.

Ketika seseorang membayar zakat, tentu mereka sangat mempertimbangkan apakah zakat itu benar-benar dikelola dengan baik oleh mustahik sebagaimana mestinya. Pada penelitian ini, penulis akan meneliti empat faktor variabel independen yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan *privasi*, serta tingkat kepercayaan. Penelitian ini akan mengambil objek populasi muzaki di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini pernah sama diteliti oleh penelitian dari Sekar Alfin (2021) perbedaan terletak pada objek penelitiannya dan variabel independennya yaitu mengenai faktor yang memengaruhi keputusan muslim *milenial* membayar zakat *online* di suatu *platform fintech*. Penelitian tersebut memakai objek di daerah jakarta dan sekitarnya. Serta pada penelitian ini beberapa kuesioner yang nantinya akan disebar menggunakan beberapa referensi keusioner salah satunya dari Sekar Alfin (2021).

Berdasarkan sumber dan rujukan diatas, maka peneliti ingin memakai objek penelitian muzaki dimana kategorinya para masyarakat muslim yang memiliki pekerjaan

semisal pengusaha, TNI/POLRI, karyawan, Guru/Dosen maupun pekerjaan bebas yang lainnya asalkan semua halal. Dan juga para mahasiswa yang berada di sekitar Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah muzaki benar-benar yakin dalam membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*. Pemilihan lokasi penelitian ini di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai objek wilayah sasaran pengujian dikarenakan wilayah ini memiliki jumlah populasi penduduk sebesar 3.882.228 (Badan Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2020). Dengan padatnya penduduk tahun demi tahun, serta banyaknya mahasiswa/i yang berkuliah di Yogyakarta, dapat dikatakan mereka memiliki akses jaringan *internet* dan pengetahuan yang cukup akan hal itu. Dari latar belakang yang sudah dipaparkan oleh penulis, maka penulis tertarik untuk meneliti **“Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*: dengan menggunakan *technology acceptance model* (TAM)” (Studi Empiris Pada Muzaki Di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta)**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan oleh penulis, maka ada empat rumusan masalah. Keempat rumusan masalah tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan adanya layanan zakat *online* berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*?
2. Apakah persepsi kemudahan mekanisme layanan zakat *online* berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*?

3. Apakah keamanan dan *privasi* data para pengguna layanan zakat *online* berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*?
4. Apakah kepercayaan para pengguna berpengaruh terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan oleh penulis, maka ada empat tujuan penelitian. Keempat tujuan penelitian tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan layanan zakat *online* terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan mekanisme layanan zakat *online* terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.
3. Untuk mengetahui pengaruh keamanan dan *privasi* data para pengguna layanan zakat *online* terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan para pengguna terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan oleh penulis diatas dengan judul (Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online* Melalui *Platform Fintech*: Dengan Menggunakan *Technology Acceptance Model* (Studi Empiris Pada Muzaki Di Daerah Istimewa

Yogyakarta). Maka hasil penelitian dengan judul diatas “diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini mampu memberikan wawasan bagi penulis dengan fenomena akuntansi yang berkaitan dengan membayar zakat *online* melalui *platform fintech*.

2. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini mampu memberikan referensi bagi akademik dan juga peneliti selanjutnya untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi muzaki membayar zakat *online* melalui *platform fintech*.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini mampu memberikan informasi mengenai membayar zakat secara *online* melalui sistem *platform fintech*, sehingga mampu melihat adakah antusias kembali oleh para masyarakat muslim tanpa ragu untuk membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* untuk kesekian kalinya.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi pada penelitian ini disusun menjadi lima bab. Deskripsi dari bab 1 – bab 5 tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab dua menyajikan landasan teori mengenai *platform fintech*, metode *technology acceptance model* (TAM), zakat *online*, pembahasan variabel

independen dan variabel dependen dari hasil penelitian terdahulu, kerangka, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab tiga menyajikan metode penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dimana berisi populasi dan sampel penelitian, definisi variabel penelitian, uji instrumen penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV : DATA DAN PEMBAHASAN

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

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima berisi kesimpulan, implikasi, dan keterbatasan dalam penelitian, serta berisi saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Technology Acceptance Model (TAM)

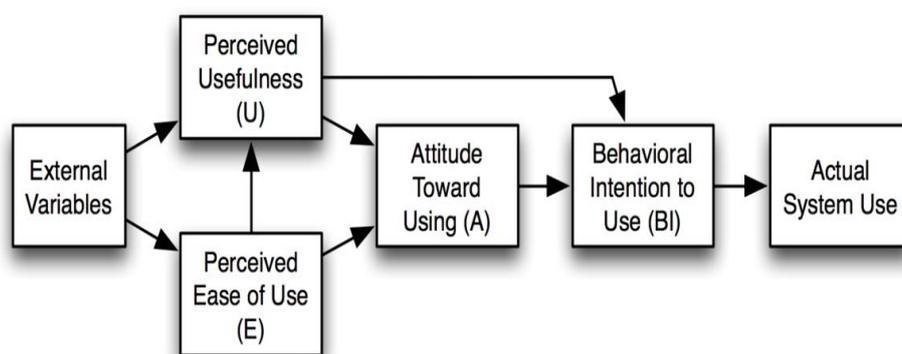
Menurut (Venkatesh dan F.D Davis, 2000), ia menjelaskan mengenai *Technology Acceptance Model* atau biasanya disingkat dengan (TAM) ialah metode yang seringkali digunakan dalam penelitian-penelitian untuk menganalisis faktor apa saja yang dapat memengaruhi diterimanya suatu teknologi. Dimana metode ini ditunjukkan kepada para pengguna terhadap teknologi yang digunakannya. Yang nantinya apakah teknologi ini akan berguna atau tidak untuk para penggunanya seperti memberi manfaat atau tidak. Ketika para pengguna merasakan timbulnya dampak positif dari suatu teknologi, contohnya seperti dapat mempercepat pekerjaannya dengan tepat dan baik. Penerimaan para pengguna atau disebut *user acceptance* mempunyai dua pikiran utama yang diyakini yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* (Fred Davis, 1989).

Perceived ease of use diartikan ketika seseorang percaya dan yakin memakai suatu teknologi yang notabennya dapat mempermudah suatu aktifitas, maka tidak perlu memerlukan usaha yang keras dalam hal seperti ini. Lalu *perceived usefulness* yakni seseorang percaya dan yakin ketika sedang memakai suatu teknologi informasi, maka adanya manfaat yang dapat dirasakan seperti meningkatkan aktifitas pekerjaan. Dua pikiran ini mempunyai pengaruh *attitude toward using* dan mempengaruhi *actual usage*. Jika ada manfaat dari teknologi informasi seperti mudah digunakan, maka pengguna teknologi dapat menentukan sikap penggunanya, hal seperti ini bisa-bisa para pengguna akan menggunakan teknologi informasi secara terus-menerus. Secara terang-terangan

actual usage dipengaruhi oleh dua pemikiran tadi yakni *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*.

Gambar 2.1

Technology Acceptance Model (TAM)



Sumber: (Miller dan Otto Khera, 2010)

Gambar diatas menerangkan ada 3 faktor yang akan memengaruhi pemakaian suatu sistem teknologi yang diberitahukan oleh Fred Davis. Ke tiga faktor tersebut sebagai berikut:

1. *Perceived Usefulness* yakni seseorang percaya dan yakin ketika memakai suatu teknologi canggih, maka teknologi ini dapat membantu kinerja aktifitas mereka.
2. *Perceived Ease of Use* yakni seseorang percaya dan yakin bahwa ketika memakai teknologi yang canggih, maka mereka tidak perlu repot untuk mengalami kesulitan.

3. *Intention to Use* yakni ketika seseorang memakai teknologi atau suatu sistem yang canggih, maka timbul suatu perilaku para pengguna yakni hasrat memakai dan memanfaatkan teknologi tersebut.

Tiga faktor yang sudah dijelaskan diatas dapat dijadikan variabel untuk disatukan dengan penelitian supaya bisa menentukan penerimaan seseorang yang menggunakan suatu teknologi tersebut. Adanya harapan dari seseorang dan faktor dari luar yang bisa memengaruhi seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Dapat di terangkan kembali bahwa adanya suatu kepercayaan dari seseorang mengenai teknologi atau sistem tertentu yang bisa memberi kemudahan aktifitas seseorang dalam kesehariannya dan juga manfaat yang dapat dirasakan Sekar Alfin (2021).

2.1.2. Financial Technology (Fintech)

(Mochammad dan Cintia, 2021), pernah menerangkan mengenai *financial technology* yakni suatu teknologi yang di kreasikan untuk menyediakan layanan keuangan berbasis digital atau *online*. Pemanfaatan teknologi dalam layanan keuangan pernah dijelaskan oleh Bank Indonesia yakni layanan keuangan berbasis digital dapat memberi dampak positif seperti menghasilkan produk dan layanan, tren bisnis baru, stabilnya mata uang, serta efisien dan aman dalam menggunakannya. Salah satu kemudahan diatas dapat dijabarkan kembali bahwa manfaat *fintech* bisa memberi kemudahan dalam pembayarannya termasuk 3 kategori ini yakni dari segi investasi, pinjaman, serta asuransi. Seperti pinjaman, bahwa seseorang menggunakan *financial technology* digunakan untuk keperluan suatu pinjaman dapat dilakukan dengan jarak jauh tanpa perlu repot-repot pergi ke kantor cabang untuk mendapatkan suatu pinjaman.

Salah satu keringanan yang disediakan *financial technology* untuk lembaga keuangan yakni membuat *credit rating* atau penilaian kredit dan pengetahuan menjadi elektronik. Kemudian dapat memberikan kesempatan kepada usaha mikro menengah untuk bisa merasakan suatu pinjaman atau layanan keuangan lainnya. Menurut (Laporan dari *State of Finance App Marketing*) di tahun 2021, negara Indonesia merupakan negara asia yang mendapatkan peringkat ke 3 yang men-*download* aplikasi keuangan digital. Di dalam laporan ini juga meneliti aplikasi yang di *download* di asia pasifik pada periode I yaitu tahun 2019, kemudian kuartal I tahun 2020 sebesar 2,7 miliar. Kemudian jumlah total yang men-*download* aplikasi keuangan digital ini dari seluruh dunia sebanyak 4,7 miliar.

2.1.2.1. Sejarah Perkembangan Fintech

Setelah berkembangnya teknologi informasi, adanya *financial technology* sudah di selidiki sekitar ratusan tahun yang lalu. Dilihat dari hal itu, berkembangnya *fintech* mengalami kemajuan sudah dari lama seperti contoh Tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.1

Evolusi Fintech

Generation	<i>Fintech 1.0</i>	<i>Fintech 2.0</i>	<i>Fintech 3.0</i> <i>Fintech 3.5</i>
Period	1866 – 1987	2007 – 2008	2009 – <i>present</i>
Notes	<i>Analogue to digital</i>	<i>Development of Traditional Digital Financial Services</i>	<i>Democratizing Digital Financial Services Emerging Market</i>

<i>Product/Applications</i>	<i>Transatlantic cable Cable phone</i>	<i>Card ATM Electronic stock trading Bank mainframe computer</i>	<i>StartUps Payment apps Mobile wallets Blockchain Cryptocurrency</i>
-----------------------------	--	--	---

Sumber: (Abdillah, 2020)

Fintech yang ada di Indonesia sudah ikut terdampak oleh *fintech* yang ada di dunia entah nantinya akan membawa lebih banyak keuntungan atau kerugiannya. Layanan teknologi keuangan yang akan di manfaatkan oleh seseorang akan membawa keuntungan seperti memudahkan aktifitas yang lebih efisien. Mau tak mau dalam dunia perbisnisan harus mengikuti perkembangan ini untuk mensejahterakan para pebisnis itu sendiri. Tepat 5-6 tahun yang lalu yaitu di tahun 2015, *fintech* resmi di dirikan oleh Otoritas Jasa Keuangan atau disingkat (OJK) (*Fintech*, 2020). Adanya produk layanan keuangan digital ataupun model-model bisnis yang nantinya bakal bermunculan, hal ini merupakan kemajuan dari teknologi keuangan (Narastri dan Kafabih, 2020). Yang dimana akan memberikan manfaat bagi para pengguna layanan ini seperti kemudahan, kelancaran, keamanan, serta lebih efisien dari segi waktu maupun lokasi yang kita dapat jangkau.

2.1.2.2. Ekosistem Fintech

Masyarakat yang hidup di masa kini dapat dimanjakan dengan ekosistem layanan *fintech* yang memberi sistem ekonomi yang pastinya modern dan lebih canggih. Berbicara tentang ekosistem *fintech*, maka dibawah ini ada 5 atribut komposisi ekosistem *fintech* menurut Nicoletti (2017). Maka kelima atribut tersebut sebagai berikut:

1. *Demand*

Yakni atribut yang diminta pelanggan dari kalangan perusahaan hingga para konsumen itu sendiri dimana semuanya saling berkaitan. Generasi z hingga generasi *milenial* ialah permintaan terbanyak diantara generasi tersebut.

2. *Talent*

Yakni atribut yang melambangkan satu kesatuan dengan layanan keuangan hingga bakat kewirausahaan dan ketersediaan teknologi.

3. *Backbone*

Yakni atribut yang bisa dilihat bahwa adanya kemajuan yang kilat dalam *fintech* dan perubahan atau pembaharuan layanan keuangan.

4. *Solution*

Yakni atribut yang terkait dengan pengenalan teknologi dari produk, layanan, hingga prosesnya.

5. *Policy*

Yakni atribut yang terkait dengan prosedur pemerintah dari bidang regulasi, pajak, dan inovasi.

2.1.2.3. Jenis-Jenis Fintech Di Indonesia

Bank Indonesia membagi jenis *fintech* di Indonesia menjadi 5 bagian yaitu sistem pembayaran, pendukung pasar, manajemen investasi dan risiko, *crowdfunding* dan *peer to peer (P2P) lending*, dan jasa finansial yang lainnya (Bank Indonesia, 2017).

1. Pembayaran

Tertera 3 aktifitas pembayaran layanan digital yakni *mobile*, *digital wallet*, dan *digital currency*. 3 aktifitas tersebut berkaitan dengan sistem pembayaran baik *payment*,

settlement, dan *clearing* ujar (Nizar, 2017). Di layanan ini, para pengguna akan mendapatkan pengalaman dengan mencoba pembayaran yang mudah digunakan dan juga cepat. Dua layanan yang paling banyak disukai dari kategori *payment*, *settlement*, dan *clearing* yakni *payment gateway* dan juga *e-wallet*. *Payment gateway* yakni layanan disuatu misalnya *e-commerce* ketika kita ingin melakukan transaksi maka ada pilihan pembayaran ingin menggunakan apa semisal tunai, kartu kredit, atau transfer. Kemudian kalau *e-wallet* yakni layanan keuangan digital layaknya penyimpanan uang secara online yang nantinya bisa dikeluarkan dan digunakan untuk apa saja tentunya menggunakan perangkat *mobile*.

2. *Market aggregator*

Market aggregator dapat diartikan yakni sebagai seseorang akan mencari layanan keuangan sesuai keinginan dan kebutuhannya melewati *fintech* yang menyediakan hal itu. Di negara kita yakni negara Indonesia menyiapkan jenis *fintech market aggregator* ini seperti *website* Aturduit.com, Bostunai, Kreditgogo.com, Cekpremi.com dan masih banyak lagi. Sekali lagi *fintech* jenis ini bisa membantu para pengguna atau konsumen untuk menemukan produk layanan keuangan yang ingin mereka perlukan atau inginkan.

3. Manajemen investasi dan risiko

Dengan kemunculan *fintech* ini, maka lahirlah layanan manajemen investasi dan risiko yang bisa meringankan kesulitan atau hal lain tentang kondisi keuangan para pengguna melalui *smartphone*. Layanan ini nantinya akan menanyakan para penggunanya terkait mengisi data pribadi, lalu sistem mulai *accept* dan membuat rencana atau planing terkait bagi penggunanya.

4. Pinjaman, pembiayaan, dan penyediaan modal

Di dalam *platform*, dalam satu waktu orang yang memberi pinjaman dan yang ingin meminjam uang saling bertemu hal ini disebut dengan *crowdfunding dan peer to peer*. Hal positif dari adanya layanan pinjaman *online* yakni sangat mudah diakses dengan fleksibel kapanpun dan dimanapun. Namun jika ingin menggunakan layanan pinjaman *online*, masyarakat setidaknya harus memastikan terlebih dahulu apakah layanan ini terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) atau tidak. Pendapat dari (Haryani dan Cita. Y Serfiyani, 2015), ada 4 jenis aktifitas *crowdfunding* yakni *donation-based, reward-based, equity-based crowdfunding, dan lending based atau peer to peer (P2P)*. Yang paling populer dari ke 4 jenis *crowdfunding* yakni jenis *donation-based crowdfunding*.

2.1.2.4. Fintech syariah

Derasnya perkembangan *fintech* di negara Indonesia, para pelaku yang mempunyai usaha di dorong untuk menerapkan prinsip-prinsip yang ada pada islam dalam kegiatan bisnisnya. Tanggal 8 bulan februari tahun 2018 tepatnya sekitar 3 tahun yang lalu sampai januari tahun 2021, Asosiasi *Fintech* Syariah Indonesia ditetapkan dan mempunyai anggota 52 orang. Ada salah satu tujuan di dirikannya (AFSI) yakni menciptakan perekonomian indonesia yang adil dan memakmurkan masyarakatnya. Menurut penelitian dari (Annisa Safitri, 2020), acuan dari *fintech* syariah ini adalah Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) dan juga Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.

Fintech syariah mempunyai salah satu tujuan yang sama dengan tujuan *fintech* konvensional yakni sama-sama ingin layanan teknologi yang akan digunakan oleh para pengguna nantinya akan digunakan dengan mudah juga efisien Sekar Alfin (2021).

Tetapi, *fintech* syariah dan *fintech* konvensional memiliki hal yang berbeda yakni landasannya atau prinsipnya. Terutama *fintech* syariah memiliki 4 prinsip dasar yaitu berlandaskan al-quran dan hadist mengenai hal yang dilarang maupun hal yang diperbolehkan, dilakukan dengan kesepakatan kedua belah pihak, adanya manfaat bagi sesama umat manusia, serta menghindari yang namanya mudharat. Sifat mudharat ini harus dihindarkan karena akan melahirkan aktifitas yang tidak bermanfaat semacam *gharah*, *maysir*, maupun *riba*. Kemudian terdapat 6 jenis akad transaksi yang sesuai dengan prinsip islam yaitu jual beli, *ijarah*, *mudharabah*, *musyarakah*, *wakalah bi al ujah*, serta *qardh* (DSN-MUI 2018). Berikut terlampir Tabel 2.3 perbedaan antara *fintech* syariah dan juga *fintech* konvensional sebagai berikut:

Tabel 2.2

Perbedaan *Fintech* Syariah dan *Fintech* Konvensional

No	Perbedaan	<i>Fintech</i> Syariah	<i>Fintech</i> Konvensional
1	Persentase Suku Bunga	Menggunakan akad murabahah, <i>ijarah wa iqtina</i> , atau <i>musyarakah mutanaqishah</i> .	Menggunakan akad kredit jadi, nasabah perlu mengembalikan pinjaman + bunganya.
2	Risiko dan Cicilan	Ketika tidak mampu membayar, maka akan ditanggung oleh kedua pihak.	Ketika tidak mampu membayar, maka yang akan menanggung yakni nasabahnya.

3	Adanya Pinjaman	Adanya tawaran produk berupa, keperluan pendidikan, ataupun haji dan umroh.	Tidak memiliki penawaran produk tertentu.
---	-----------------	---	---

Sumber: (BINUS, 2019)

2.1.3. Muzaki

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 38 tepatnya sekitar 12 tahun yang lalu yaitu tahun 1999, muzaki di artikan sebagai orang atau suatu badan yang diwajibkan menunaikan ibadah zakat karena memiliki harta yang telah mencapai nishab dan juga haul. Ketika kita membayar zakat, maka zakat ini akan diberikan kepada orang-orang yang berhak mendapatkan zakat. Serta dalam membayar zakat pun, kita wajib memerhatikan syarat apa saja yang wajib dilakukan untuk berzakat. Mengenai hal itu, berikut ada 5 syarat bagi orang yang wajib berzakat yaitu sebagai berikut:

1. Orang yang beragama islam

Abu Bakar Ash Shidiq radhiyallahu anhu mengatakan, agama islam yakni orang yang beragama tersebut wajib membayar zakat jika bukan, maka bukan syarat wajib orang berzakat.

2. Merdeka

Merdeka disini diartikan yakni sebagai orang yang mampu bertanggung jawab atas dirinya sendiri dan bukan budak.

3. Memiliki harta yang sempurna

Memiliki harta yang berlebih untuk mencukupi kebutuhan pokoknya (primer) seperti sandang, pangan, dan papan merupakan syarat wajib berzakat.

4. Sempurna waktu nishabnya

Yakni batas mengeluarkan zakat yang dimana pemilik harus mengeluarkan 2,5% dari keseluruhan jumlah.

5. Sepenuhnya menghindari harta zakat dari hutang piutang

Hal ini dapat diartikan sebagai jika muzaki yang sedang menanggung hutang serta lebih dari total pendapatannya, maka dapat dikatakan muzaki dapat dikategorikan orang yang tidak memiliki finansial yang cukup. Karena yang paling utama dari berhutang adalah melunasinya terlebih dahulu sembari muzaki memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Dari pada memberatkan muzaki yang memaksa berzakat tetapi mempunyai hutang yang banyak terlebih lagi belum melunasinya, maka lebih baiknya utamakan dahulu yang mana yang benar-benar wajib diselesaikan dengan baik sesuai dengan hukum syariah atau hukum secara islam.

2.1.4. Zakat

2.1.4.1. Definisi Zakat dan Jenis Zakat

Definisi subur dan juga suci pengertian ini diperuntukkan untuk zakat menurut bahasa. Kalau dalam istilah yakni Allah memerintahkan umat muslim untuk mengeluarkan harta dan benda untuk shadaqah wajib bagi orang yang sudah ditentukan menurut syarat hukum islam. Zakat bagian dari rukun islam yang ke 3. Ketika seseorang membayar zakat, maka akan dapat membersihkan jiwanya dari sifat buruk dalam dirinya seperti sifat kikir, serakah, dan dosa lainnya (Andi dan Mukhlisin, 2020). Selain dapat membersihkan jiwanya dari sifat yang buruk, berzakat juga dapat memberikan keberkahan kepada orang yang berzakat. Yaitu keberkahan hartanya, keluarganya, serta dapat membersihkan dari

hal-hal yang haram. Berikut dalil tentang hukum wajib berzakat dalam surah Al-Baqarah ayat 43 sebagai berikut:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

Artinya: *“Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat, serta ruku’lah beserta orang-orang yang ruku.”* Ayat ini menjelaskan bagaimana seorang muslim wajib mengerjakan ibadah shalat dan juga menunaikan zakat. Hal ini bentuk dari keimanan kita sebagai umat muslim dengan melaksanakan kewajiban-Nya. Dalam ayat lain di surah al-bayyinah ayat 5:

وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ ۚ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ

Artinya: *“Padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepada-Nya dalam menjalankan agama yang lurus, dan supaya mendirikan shalat dan menunaikan zakat; dan demikian itu agama yang lurus.”* Ayat ini tak beda jauh pengertiannya dengan ayat sebelumnya. Secara umum zakat dapat dibagi menjadi 2 jenis, yaitu zakat fitrah dan juga zakat mal. Untuk lebih jelasnya berikut ada beberapa jenis zakat yang wajib dibayarkan umat muslim yaitu:

1. Zakat fitrah

Zakat fitrah dapat dijelaskan yakni zakat yang harus dibayar oleh seseorang yang beragama islam baik laki-laki dan perempuan di bulan yang suci yang datangnya setahun sekali. Untuk membayar zakat fitrah dengan misal beras sebanyak 3,5 kg atau sebanding dengan 3,5 liter per orang. Tidak hanya itu, menurut Shaikh Yusuf Qardawi mengenai zakat fitrah, boleh dibayarkan dengan bentuk uang dimana setara dengan 1 sha’ gandum, kurma, dan juga beras.

2. Zakat mal

Kemudian zakat mal ini disebut dengan zakat harta yang biasanya dibayarkan dengan uang, emas, ataupun dengan aset berharga lainnya milik orang yang ingin berzakat. Syarat dari zakat harta yakni bukan berasal dari harta yang haram melainkan harus halal, memadai batas minimum, dan barangnya sudah mencapai satu tahun lamanya. Untuk mengeluarkan zakat mal dengan 85 gram emas. Zakat harta ditakar dengan 25% dikali dengan harta kepunyaan yang sudah mencapai satu tahun. Di dalam surah Al-Baqarah ayat 267 menjelaskan bahwa:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ
بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Infaklah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya.”

Selanjutnya ada harta yang perlu dizakati dalam kategori zakat mal yaitu sebagai berikut:

a. Zakat perniagaan

Zakat jenis ini zakat yang diperoleh seseorang yang mempunyai usaha dan memenuhi nishab dan haul. Takaran zakat perniagaan yakni harta zakat memenuhi nishab lalu dikurangi dengan kebutuhan pokok, biaya operasional, dan sudah melunasi hutang. Inti dari zakat perniagaan ini adalah meskipun kita punya usaha bisnis, sisihkan untuk membayar zakat. Besar takaran nisab zakat perniagaan sebesar 2,5%.

b. Zakat rikaz

Zakat rikaz merupakan harta barang temuan. Misalnya ketika kita menemukan suatu harta karun yang dimana masih belum diketahui pemiliknya. Zakat ini dikeluarkan dengan takaran sekitar 20%.

c. Zakat Logam mulia

Zakat perhiasaan seperti ini harus dikeluarkan karena logam mulia termasuk dalam perhiasan mengalami perkembangan yang bagus dari waktu ke waktu. Zakat ini dikeluarkan 2,5% dengan syarat telah dimiliki selama satu tahun dan telah mencapai nisab 20 dinar untuk emas atau setara 85 gram emas murni. Kemudian untuk perhiasan perak nisabnya sebesar 200 dirham atau setara 672 gram perak Sekar Alfin (2021).

d. Zakat binatang ternak

Zakat jenis binatang ternak akan dikeluarkan untuk dimanfaatkan dagingnya, ataupun tenaganya. Untuk nisab dari zakat ini yaitu 5 ekor unta, 30 ekor sapi, dan 40 ekor untuk kambing.

e. Zakat pertanian

Zakat jenis pertanian dikeluarkan dengan takaran 5% atau 10% dari seluruh hasil taninya. Hasil tani yang dikeluarkan berupa sayur, buah, biji-bijian seperti kacang, dan lain-lain.

f. Zakat harta lainnya

Zakat harta lainnya dapat dikategorikan misalnya zakat profesi, pendapatan, dan jasa dimana zakat dikeluarkan dari hasil penghasilan suatu profesi. Kemudian ada zakat pertambangan yakni zakat yang nantinya ada perhitungan dari hasil usaha pertambangan yang tentunya sudah mencapai nisab dan haul.

2.1.4.2. Penerimaan zakat

Ketika umat muslim telah wajib membayar zakat, maka zakat ini akan diberikan kepada yang berhak menerima. Sesuai firman Allah Swt orang yang berhak menerima zakat dalam surah At-Taubah ayat 60 Allah berfirman:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ
 فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ
 حَكِيمٌ

Artinya:

“Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk diberikan kepada orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, mualaf (yang dilunakkan hatinya), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah. Allah Maha Mengetahui dan Maha Bijaksana.”

Berdasarkan ayat tersebut ada delapan (8) pihak yang berhak menerima zakat. Ke delapan (8) pihak tersebut yakni sebagai berikut:

1. Fakir

Fakir ialah orang yang tidak mempunyai harta dan juga tidak mempunyai pekerjaan. Sehingga belum bisa memenuhi seluruh kebutuhannya sehari-hari.

2. Miskin

Miskin ialah orang yang mempunyai pekerjaan dan harta tetapi masih kurang atau tidak bisa mencukupi kebutuhan hariannya.

3. Mualaf

Mualaf ialah orang yang berpindah keyakinan agama sebelumnya ke agama saat ini yaitu agama islam. Zakat yang diberikan kepada mualaf diyakini semoga dapat meningkatkan keimanan si mualaf tersebut serta yakin akan menjalankan semua kewajibannya yang sudah beragama islam.

4. Amil zakat

Amil zakat ialah seseorang yang bertanggung jawab dan juga mengumpulkan zakat hingga mengelola zakat. Sikap yang harus dimiliki amil zakat yakni bersikap jujur, amanah, ikhlas, dan juga profesional. Amil zakat mendapatkan zakat sebesar 12.5%. Zakat yang diterima oleh amil tidak sama seperti besaran yang diterima fakir dan miskin.

5. Budak yang dimerdekakan

Budak yang dimerdekakan ialah hamba sahaya. Tujuan memberikan zakat kepada hamba sahaya yakni untuk membebaskan perbudakan diantara mereka agar tidak merasa diperbudakan terus menerus. Hal ini kita dilatih untuk mengasihani mereka serta berempati dengan berzakat.

6. Orang yang sedang terlilit hutang

Orang yang sedang ada hutang disini yakni mereka berhutang dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan penting mereka. Sehingga wajib dibantu dengan berzakat. Karena siapa tahu mereka memang betul-betul perlu dibantu.

7. Musafir

Musafir merupakan orang yang berada di kepergian yang jauh. Zakat akan diberikan kepada mereka bertujuan untuk membantu meringankan mereka ke tempat asalnya agar diperjalanan dimudahkan dan lancar sampai tujuan.

8. Fi sabilillah

Fi sabilillah merupakan orang yang berjihad untuk membela agama Allah SWT.

2.1.5. Zakat Online

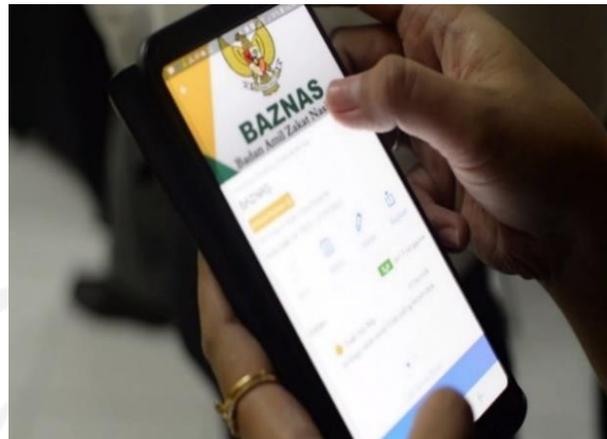
Zakat *online* akhir-akhir ini semakin berkembang terlebih lagi pada masa pandemi covid 19 seperti ini. Seperti pendapat dari BAZNAS M.Arifin Purwakananta mengatakan bahwa, “Dari tahun ke tahun potensi zakat *online* mengalami peningkatan yang pesat. Dimana masyarakat membayar zakat tidak hanya dengan tatap muka tetapi bisa dilakukan secara *online*.” Menurut Syarif Hidayatullah mengatakan bahwa, “selama pandemi ini membayar zakat dilakukan dengan *online* sah-sah saja apabila melakukan suatu syarat yaitu yang terpenting transparansi.” Walaupun seperti itu, namun banyak sekali masyarakat bertanya-tanya dan bingung akan adanya zakat *online* ini antara pro dan kontra. Pernah ada kajian yang diselenggarakan oleh Dewan Rumah Zakat Syariah terkait zakat *online*, berdasarkan kajian yang telah dilakukan bahwa zakat yang dilakukan secara non tunai atau secara tidak langsung diperbolehkan.

Banyak pendapat dari para Ustad dan ulama yakni membayar zakat secara tidak langsung hukumnya boleh. Karena hal ini merupakan segala sesuatu yang dapat mempermudah seseorang dalam menunaikan zakat. Dan selagi tidak melanggar hal-hal yang tidak syari. Terkait hal ini BAZNAS sudah menyediakan beberapa *platform online* yang bisa diakses masyarakat. *Platform online* tersebut tercantum pada Gambar 2.2 sebagai berikut:

1. BAZNAZ *Platform*

Gambar 2.2

BAZNAZ *Platform*



Sumber: (Baznaz.go.id)

2. Commercial Platform

Commercial platform sudah bekerja sama dengan *e-commerce* dan menyediakan pembayaran zakat *online* seperti di shoppe, lazada, tokopedia, elevenia, blibli, dan lain-lain. Serta tersedia di suatu layanan *fintech* misalnya OVO, Gopay, Linkaja, dan lain-lain.

Gambar 2.3

Contoh Bayar Zakat Melalui Shoppe



Sumber: (Republika.co.id)

3. Di *Social Media Platform*

Adanya iklan dan juga kampanye yang sering ada di social media untuk mengajak masyarakat membayar zakat secara *online*. Social media platform seperti facebook, Whatsapp, twitter, dan lainnya.

4. *Innovative Platform*

Baznaz membuat layanan yang sifatnya dengan memakai QR Code.

5. *Artificial Intelligence Platform*

Baznaz mengadakan kampanye dengan menggunakan Chatbot di aplikasi Line yang bernama Zakat Virtual Assistan atau di singkat (ZVA) yang dapat kita temukan di aplikasi Line dengan akun yang bernama @baznasindonesia.

Itulah tadi ada 5 *platform* yang tersedia untuk melakukan pembayaran zakat *online* dari BAZNAZ. Setelah tertera jenis *platform* diatas, berikut contoh cara untuk membayar zakat secara *online* sebagai berikut:

Gambar 2.4

Cara Membayar Zakat Secara Online

Zakat fitrah ditunalkan sejak awal Ramadhan dan paling lambat dilakukan sebelum pelaksanaan shalat Idul Fitri. Pembayaran zakat fitrah kini bisa dilakukan secara *online*, melalui lembaga amil zakat. Berikut cara membayar zakat fitrah *online* di tiga lembaga amil zakat:

BAZNAS	Rumah Zakat	Dompot Dhuafa
<ul style="list-style-type: none"> • Buka laman http://baznas.go.id/bayarzakat • Pada menu jenis dana, pilih "Zakat" kemudian "Zakat Fitrah" • Tentukan jumlah Rp yang akan dibayarkan zakatnya • Isi nama lengkap, nomor handphone, dan e-mail • Klik "Lanjut ke Pembayaran" • Pilih metode pembayaran yang diinginkan. Tersedia beberapa metode seperti <i>mobile</i>, <i>virtual account</i>, dan transfer bank • Klik "Bayar" 	<ul style="list-style-type: none"> • Buka laman http://www.rumahzakat.org/donasi • Klik menu "Zakat" • Pilih "Zakat Fitrah" • Tentukan jumlah Rp yang akan dibayarkan zakatnya • Klik "Bayar Sekarang" • Isi nama lengkap, nomor handphone, dan e-mail • Pilih metode pembayaran yang diinginkan. Tersedia beberapa metode seperti <i>mobile</i>, <i>virtual account</i>, dan transfer bank • Lalu klik "Bayar Sekarang" 	<ul style="list-style-type: none"> • Buka laman https://donasi.dompotdhuafa.org • Pilih jenis donasi "Zakat" • Lalu pilih "Zakat Fitrah" • Untuk pengalokasian ulsan • Masukkan nominal zakat fitrah. Minimal Rp 40.000 per jiwa • Isi nama lengkap, nomor handphone, dan e-mail • Pilih metode pembayaran yang diinginkan. Tersedia beberapa metode seperti <i>mobile</i>, <i>virtual account</i>, dan transfer bank • Klik "Donasi Sekarang"

KOMPAS.com

Sumber: (Kompas.com)

2.2. Penelitian Terdahulu

Berkaitan dengan topik yang diteliti, telah ada topik penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yang sejenis. Topik sejenis dengan penelitian sebelumnya tertera pada Tabel 2.4 sebagai berikut:

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel Penelitian	Populasi	Alat Uji	Kesimpulan
1.	Sekar Alfin (2021)	<p>Variabel Dependen: Keputusan Muslim Milenial Membayar Zakat Secara Online</p> <p>Variabel Independen: 1.Tingkat Pendapatan 2.Religiusitas 3.Brand Awareness 4.Tingkat Kepercayaan 5.Transparansi 6.Akuntabilitas</p>	Muslim Milenial di Wilayah (Jabodetabek)	Analisis Regresi	<p>1.Tingkat pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan muslim milenial membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i></p> <p>2.Religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan muslim milenial membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i>.</p> <p>3.Brand awareness tidak berpengaruh terhadap muslim milenial</p>

					<p>membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i>.</p> <p>4. Tingkat Kepercayaan berpengaruh positif terhadap muslim milenial membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i>.</p> <p>5. Transparansi berpengaruh positif terhadap muslim milenial membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i>.</p> <p>6. Akuntabilitas berpengaruh positif terhadap muslim milenial membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i>.</p>
2.	Bahana dan Achsania (2019)	<p>Variabel Dependen: Penggunaan Zakat <i>Online</i></p> <p>Variabel Independen: 1. Persepsi Kegunaan</p>	Masyarakat muslim Indonesia yang sudah memenuhi ketentuan dalam membayar zakat.	Analisis Regresi	<p>1. Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan zakat <i>online</i>.</p> <p>2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap</p>

		<p>2.Persepsi Kemudahan</p> <p>3.Persepsi Keamanan dan Privasi</p> <p>4.Persepsi Kepercayaan</p>			<p>penggunaan zakat <i>online</i>.</p> <p>3.persepsi keamanan dan privasi berpengaruh positif terhadap penggunaan zakat <i>online</i>.</p> <p>4.Persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan zakat <i>online</i>.</p>
3.	Nuari dan Hendratmi (2019)	<p>Variabel Dependen:</p> <p>Minat Berdonasi Pada LAZ Sahabat Mustahiq</p> <p>Variabel Independen:</p> <p>1.Usia</p> <p>2.Pendapatan</p> <p>3.Kemurahan Hati</p> <p>4.Keamanan</p> <p>5.Finansial</p> <p>6.Religiusitas</p>	Donatur tetap sahabat mustahiq	Analisis Regresi	<p>1.Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat memberikan donasi pada LAZ Sahabat Mustahiq.</p> <p>2.Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat memberikan donasi pada LAZ Sahabat Mustahiq.</p>
4.	Muhammad Donni, & Prihandoko (2018)	<p>Variabel Dependen:</p> <p>Mengukur Tingkat Kepercayaan Sistem Zakat Online</p> <p>Variabel Independen:</p>	Masyarakat kampus Universitas Pembangunan Panca Budi Medan	Analisis Regresi	1.Persepsi kegunaan pengguna berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna.

		1.TIK 2.Persepsi Kegunaan (PO) 3.Persepsi Kegunaan Pengguna (PEOU) 4.Niat Perilaku Pengguna (BITU)			
5.	Priestiani Putri (2019)	Variabel Dependen: Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Variabel Independen: 1.Persepsi Kegunaan 2.Persepsi kemudahan 3.Persepsi Kepercayaan 4.Persepsi Kenyamanan	Mahasiswa yang menggunakan <i>mobile banking</i> yang berada di Yogyakarta	Analisis Regresi	1.Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> . 2.Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> .

2.3. Hipotesis Penelitian

2.3.1. Pengaruh Persepsi Kegunaan Layanan Zakat *Online* Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online* Melalui Platform *Fintech*

(Wibowo, 2008) mengatakan, persepsi kegunaan yakni bagaimana nantinya adanya teknologi informasi akan bermanfaat bagi para penggunanya. Maka dari itu, penggunaan layanan zakat *online* akan dipertimbangkan apakah akan memberi kegunaan dan manfaat untuk para penggunanya atau tidak. Dijaman yang serba *online* seperti ini masyarakat akan lebih merasa dimudahkan apabila membayar zakat secara *online*.

Terlebih lagi pada bulan ramadhan di Indonesia dua tahun belakangan ini karena masih merasakan kondisi pandemi yang belum sepenuhnya selesai.

BREAKING.NEWS JAKARTA – Banyak masyarakat yang mendapatkan manfaat kegunaan dari adanya zakat online di kondisi pandemi seperti ini. Yang dimana nantinya dapat menjangkau masyarakat luas lebih banyak untuk membantu orang lebih banyak juga. Sesuai keterangan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 = Persepsi kegunaan layanan zakat *online* berpengaruh *positif* terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

2.3.2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Mekanisme Layanan Zakat *Online* Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online* Melalui *Platform Fintech*

Kemudahan penggunaan biasa diartikan dengan keteraksesan suatu layanan misalnya, mudah dikendalikan, digunakan dengan nyaman, dan tidak merasa repot ketika digunakannya ujar penelitian dari Sekar Alfin (2021). Salah satu tujuan zakat *online* yaitu amil zakat mudah dalam melakukan pengumpulan zakat secara *online*. REPUBLIKA.CO.ID, JAKARTA – Badan Amil Zakat Nasional atau sering disingkat (BAZNAS) memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk berzakat dengan menggunakan layanan digital.

Ada salah satu *platform fintech* yang populer di negara Indonesia yaitu dari PT Veritra Sentosa Internasional (PayTren). Masyarakat dapat merasakan fasilitas dalam *platform* layanan ini terutama dalam membayar zakat secara *online*, kemudian juga dapat berdonasi sedekah maupun infak tentunya dengan mudah. Ustad Yusuf Mansur mengatakan, “ hal ini merupakan langkah yang dapat mendorong program dari pemerintah di kondisi pandemi covid 19 seperti ini. Agar masyarakat tidak terlalu sering untuk keluar

rumah dan secara mudah berzakat maupun berdonasi dengan bantuan *gadget* dan juga layanan *platform fintech* seperti ini.” Menurut penelitian dari Bakar et al., 2016 (dalam Bahana dan Achsanika, 2019), responden di dalam penelitiannya menyetujui membayar zakat secara *online* dapat dilakukan dengan mudah, maupun praktis dilakukan dimana saja tempat maupun waktunya. Sesuai keterangan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 = Persepsi kemudahan mekanisme layanan zakat *online* berpengaruh positif terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

2.3.3. Pengaruh Keamanan dan *Privasi* Data Pengguna Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online* Melalui *Platform Fintech*

Menurut ulasan dari (Rahardjo, 2005), ia mengatakan keamanan informasi sangat dibutuhkan keberadaanya di layanan ini karena, pencegahan harus segera dilakukan agar tidak adanya hal yang dapat merugikan para pengguna misalnya penipuan. Keamanan dalam layanan digital sangat penting terlebih lagi dijamin sekarang yang serba canggih. Kemudian *privasi* disini mengarah pada perlindungan informasi pribadi konsumen. Di negara Malaysia, penggunaan zakat *online* sudah sesuai dengan persepsi para pengguna hasil penelitian dari (Jamaluddin et al., 2017). Pengguna zakat *online* akan mempertimbangkan keamanan dan *privasi* layanan zakat *online*, dan jika layanan memberikan keamanan dan *privasi*, maka para pengguna layanan tidak akan ragu dalam melakukan pembayaran zakat di sistem tersebut.

Seperti dilansir dari Dkatadata.co.id – Para pengguna layanan GoPay membayar zakat *online* dengan aman dilakukan layanan GoBills dan ada kode *Quick Responnya* atau disingkat juga kode (QR) yang dimiliki lembaga zakat diaplikasi gojek tersebut. Ketika

menggunakan GoBills, pengguna memilih menu zakat lalu memilih lembaga zakat mana yang akan mereka salurkan. Setelah itu memasukkan nominal yang mereka ingin bayar. Setelah memasukkan nominal, maka step selanjutnya tekan bayar dan memasukkan pin. Dengan memasukkan pin tersebut, maka para pengguna harus menjaga kerahasiaan pin tersebut karena pin ini merupakan sandi atau nomor unik yang harus dijaga kerahasiaannya. Sesuai keterangan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 = Keamanan dan *privasi* data pengguna berpengaruh positif terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

2.3.4. Pengaruh Kepercayaan Para Pengguna Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online* Melalui *Platform Fintech*

Adanya keyakinan dalam diri pada suatu jaminan layanan tertentu, hal ini merupakan terjadinya suatu kepercayaan ulasan dari (Morgan dan Hunt, 1994). Kepercayaan juga diartikan sebagai meyakini dan percaya akan kemampuan diri atau juga kemampuan yang dimiliki oleh orang lain. Keterbukaan, integritas, kompeten, sharing, penghargaan, dan akuntabilitas merupakan tujuh *values* yang sangat diperlukan untuk membangun suatu kepercayaan akan hal tertentu ulasan dari (Satrio dan Siswantoro, 2016). Faktor kepercayaan sangat penting dalam keputusan membayar zakat secara *online*, karena tanpa adanya kepercayaan maka transaksi tidak akan berjalan dan orang tidak akan tergerak hatinya untuk memilih bertransaksi membayar zakat secara *online*.

Kedudukan teknologi dalam layanan zakat *online* bisa mengakses banyak masyarakat untuk lebih mudah menyalurkan zakatnya pada amil zakat (Winda et al., 2018). Sesuai keterangan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

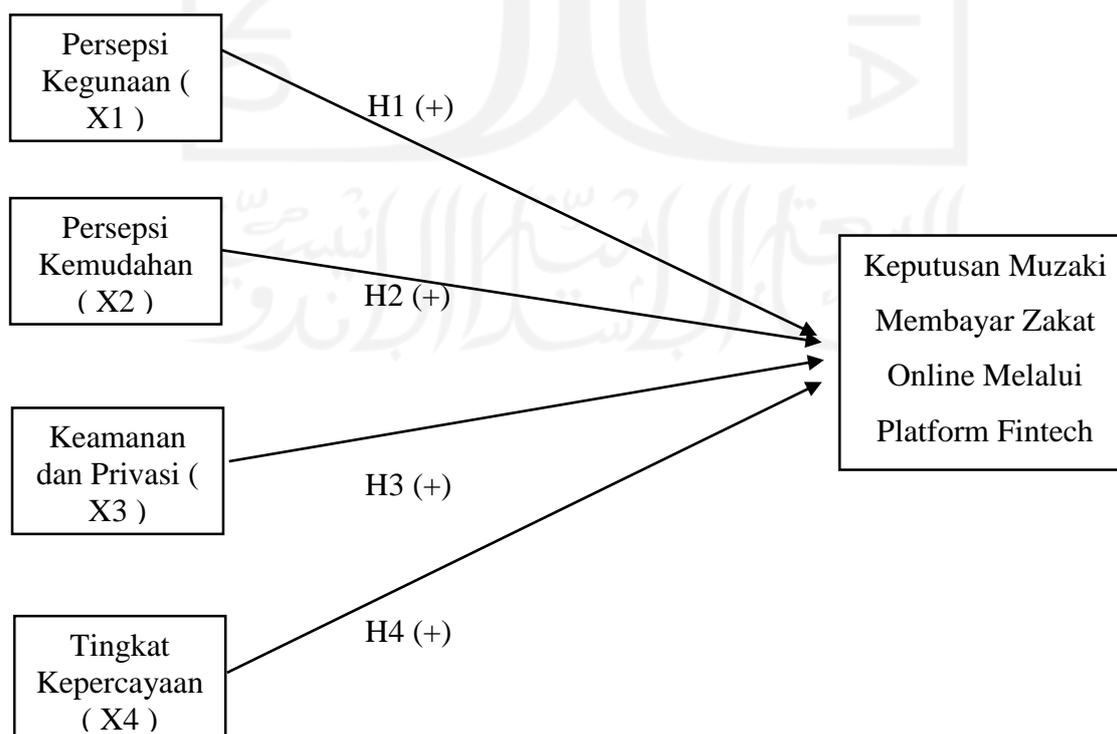
H4 = Tingkat kepercayaan para pengguna berpengaruh positif terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

2.4. Kerangka Penelitian

Faktor-faktor yang memengaruhi muzaki dalam membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* di suatu Daerah Istimewa Yogyakarta, dapat dilihat melalui kerangka penelitian di bawah ini. Pada kerangka dibawah ini, di susun suatu model penelitian teoritis yang bisa menjelaskan dan menggambarkan suatu variabel-variabel independen pada penelitian ini yakni: persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan *privasi*, serta tingkat kepercayaan yang dimana akan memberikan keputusan muzaki untuk membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* atau tidak. Kerangka penelitian hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat di Gambar 2.5 dibawah ini:

Gambar 2.5

Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel Penelitian

3.1.1. Populasi

Pengertian populasi pernah dijelaskan oleh (Hadi Syamsul, 2006), yakni beberapa subjek atau objek yang kemudian nantinya akan diteliti oleh peneliti. Penelitian ini populasinya ialah muzaki tentunya beragama islam, dan berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain muzaki yang beragama islam dan berada di DIY, populasi penelitian ini juga mengkategorikan muzaki yang memiliki pendapatan semisal mempunyai bisnis, bekerja sebagai Guru/Dosen, PNS, TNI/POLRI, dan pekerjaan bebas yang lainnya yang terpenting halal. Serta juga bisa mahasiswa yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Kategori tadi yakni yang akan menjadi perkiraan dimana mereka bisa memenuhi kebutuhan pribadi mereka sendiri serta bisa menyisihkan keuangannya untuk berakat.

3.1.2. Sampel

Sampel yakni bagian kecil dari suatu populasi yang sudah dijelaskan pada notasi 3.1.1. diatas. Agar bisa memperoleh jumlah sampel, maka harus memiliki cara khusus dan juga pertimbangan yang lain yang pernah dikatakan oleh (Sugiyono, 2011). Penelitian ini akan menggunakan teknik *puposive sampling* yang termasuk golongan *nonprobability sampling*. Sampel pada penelitian ini akan diedarkan di Daerah Istimewa Yogyakarta yakni seperti di kabupaten: Bantul, Gunungkidul, Kulon Progo, Sleman, dan Kota Yogyakarta. Kemudian akan diedarkan sebanyak 96,04 atau jika dibulatkan menjadi 100

responden dengan hasil tersebut sesuai perhitungan rumus Lemeshow yang dimana populasinya yang belum diketahui. Tetapi hasil responden dari penelitian ini terkumpul sebanyak 149 responden. Untuk bisa dikategorikan sampel di penelitian ini, penulis akan memberikan kriteria siapa saja yang bisa memenuhi kategori muzaki dalam membayar zakat secara *online* yakni sebagai berikut:

1. Responden yang beragama islam
2. Responden yang memiliki pekerjaan atau suatu usaha atau pekerjaan bebas lainnya asalkan halal dan juga para mahasiswa/mahasiswi di wilayah DIY
3. Responden berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta
4. Responden memiliki koneksi internet
5. Serta responden yang sudah pernah membayar zakat secara *online* baik yang sudah mempunyai pekerjaan atau yang masih mahasiswa di daerah DIY

Di penelitian ini akan menggunakan metode Lemeshow (Riyanto dan Hatmawan, 2020).

Perhitungan jumlah sampel dengan metode lemeshow dengan perhitungan rumus dibawah ini:

$$n = \frac{Z_2 \times P (1 - P)}{D_2}$$

Keterangannya: $= \frac{1,96 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1} = \frac{3.8416 \times 0,25}{0,01}$

$n = \text{jumlah sampel}$ $= 96,04$

$Z = \text{derajat kepercayaan}$ $= 1,96$

$P = \text{maksimal estimasi}$ $= 0,5$

$D = \text{alpha}$ $n = 96,04$

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini yakni kuantitatif deskriptif. Kuantitatif deskriptif diartikan sebagai data yang dianalisis dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data-data yang nantinya sudah dikumpulkan. Pemilihan jenis data kuantitatif deskriptif disini yakni mengkaji apakah ada hubungan keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* dengan persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan *privasi*, dan tingkat kepercayaan pengguna.

Lalu sumber data yang diperoleh yakni data primer dengan teknik pengumpulan data menyebarkan kuesioner. Kuesioner nantinya akan disebar untuk muzaki masyarakat muslim yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta yang pernah membayar zakat secara *online*. Kuesioner akan disebar melalui media sosial seperti instagram, *whats-up*, maupun *line*. Kuesioner penelitian ini dibuat dengan *google form* dimana harus diisi langsung oleh responden. Kuesioner tersebut terdiri dari:

1. Bagian pertama berisi pertanyaan data pribadi responden yang akan dijaga kerahasiaannya seperti nama lengkap, pekerjaan, dan lain-lain.
2. Bagian kedua berisi keterangan untuk mengisi pertanyaan yakni variabel penelitian dengan skala likert 1 sampai dengan 6.

3.3. Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

3.3.1. Variabel Dependen

Variabel dependen pada penelitian ini yakni keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*. Penjelasan keputusan muzaki membayar zakat online dengan platform fintech yakni tindakan perilaku seseorang yang melakukan transaksi melalui *platform*. Ada beberapa contoh alasan kenapa seseorang melakukan

suatu transaksi menurut penjelasan dari (Kotler dalam Sari et al., 2019). Berikut beberapa alasan mengapa seseorang melakukan suatu transaksi di suatu sistem tertentu:

1. Yakin dan mantap dengan produk yang dipilih
2. Sudah terbiasa melakukan transaksi disuatu sistem tertentu
3. Direkomendasikan sama orang lain
4. Nyaman ketika melakukan transaksi

Komposisi dari variabel dependen di penelitian ini yaitu keputusan berzakat akan adanya penyesuaian ulang dari penelitian Sekar Alfin (2021) dimana menggunakan lima atribut pertanyaan. Dan penelitian ini akan digunakan skala likert 1 – 6 karena untuk menghindari pilihan netral. Lima pertanyaan variabel dependen pada Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1

Variabel Dependen Keputusan Muzaki Berzakat Secara *Online*

No	Keputusan Muzaki Berzakat Secara <i>Online</i>
1.	Sebelum melakukan pembayaran zakat secara <i>online</i> , saya akan mencari informasi mengenai zakat <i>online</i> terlebih dahulu.
2.	Dengan adanya <i>platform fintech</i> yang menyediakan pembayaran zakat <i>online</i> , saya semakin yakin dan mantap untuk membayar zakat secara <i>online</i> . Tindakan saya ini merupakan tindakan yang benar.
3.	Dengan adanya <i>platform fintech</i> yang menyediakan pembayaran zakat <i>online</i> , maka saya akan percaya pada <i>platform</i> yang saya pilih nantinya ketika saya akan membayar zakat secara <i>online</i> .

4.	Dengan membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i> , saya merasa <i>platform</i> tersebut aman untuk digunakan.
5.	Setelah saya pernah membayar zakat secara <i>online</i> untuk pertama kalinya atau kesekian kalinya, maka saya tertarik kembali untuk membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i> .

Sumber: (Sekar Alfin 2021 Faktor yang memengaruhi muslim *milenial* membayar zakat *online* di *platform fintech*)

3.3.2. Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan *privasi*, serta tingkat kepercayaan. Atribut yang digunakan penelitian ini merupakan modifikasi pada penelitian sebelumnya. Pengukuran variabel independen (persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan *privasi*, serta tingkat kepercayaan), menggunakan skala likert (Sugiyono, 2014) dimana memiliki rentang nilai 1 sampai dengan 6. Penelitian ini menggunakan skala likert 1-6 agar menghindari responden menjawab netral. Kategori nilai skala likert 1 sampai dengan 6 pada penelitian ini tercantum pada Tabel 3.2 yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert 1-6

Skor	Indikator
Skor 1	Sangat tidak setuju

Skor 2	Tidak setuju
Skor 3	Kurang setuju
Skor 4	Cukup setuju
Skor 5	Setuju
Skor 6	Sangat setuju

3.3.2.1. Persepsi Kegunaan Layanan Zakat *Online* Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online* Melalui Platform *Fintech*

Persepsi kegunaan yakni ketika seseorang menggunakan suatu layanan teknologi tertentu dan merasakan akan manfaat yang didapatkan, maka seseorang akan yakin bahwa layanan tersebut memberi kegunaan bagi dirinya. Maka dari itu ada beberapa komponen dari variabel independen penelitian persepsi kegunaan yang akan ada penyesuaian penelitian dari Putri Rahayu (2019) yang menggunakan empat atribut pertanyaan. Serta menggunakan pemilihan skala likert 1 – 6 karena untuk menghindari pilihan netral. Empat variabel independen tersebut tercantum pada Tabel 3.3 sebagai berikut.

Tabel 3.3
Variabel Persepsi Kegunaan Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online*

No	Persepsi Kegunaan
1.	Saya dapat mengakses segala informasi yang saya inginkan terkait dengan zakat <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i> .

2.	Ketika saya membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i> , untuk menyelesaikan pembayarannya ternyata dapat dilakukan dengan cepat dan tidak terlalu repot.	
3.	Ketika saya merasakan kelancaran dalam proses pembayaran zakat <i>online</i> , maka saya akan melakukan pembayaran zakat <i>online</i> kembali di <i>platform fintech</i> tanpa perlu keraguan.	
4.	Saya merasa membayar zakat <i>online</i> di suatu <i>platform fintech</i> merupakan hal yang tepat.	

Sumber: (Putri Rahayu 2019 Pengaruh kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking*)

3.3.2.2. Persepsi Kemudahan Mekanisme Layanan Zakat Online Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech

Sistem online terutama adanya layanan pembayaran zakat secara online melalui platform fintech akan memberikan kemudahan seseorang yang ingin membayar zakat secara tidak langsung. Ada 4 point yang dapat dikategorikan sebagai adanya suatu persepsi kemudahan. 4 point tersebut merupakan pendapat dari (Davis, 1989) sebagai berikut:

1. Individu dan sistem akan sangat mudah berinteraksi
2. Menggunakan layanan tersebut, tidak memerlukan tindakan yang terlalu sulit
3. Ketika digunakan banyak orang langsung bisa dengan mudahnya sistem
4. Yang terakhir, memudahkan suatu pekerjaan seseorang terlebih lagi dalam komunikasi

Maka dari itu ada beberapa komponen atribut pertanyaan variabel independen dari penelitian persepsi kemudahan yang di sesuaikan dari penelitian Lathifah (2020) dengan enam pertanyaan. Yang nantinya akan menggunakan pemilihan skala likert 1 – 6 karena untuk menghindari pilihan netral. Enam pertanyaan dari variabel independen tercantum pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4

Variabel Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online*

No	Persepsi Kemudahan
1.	Ketika mempelajari beberapa karakteristik atau fitur yang ada di aplikasi ataupun layanan yang terkait zakat <i>online</i> , saya sangat merasakan kemudahan dalam mempelajarinya.
2.	Mudahnya saya membayar zakat <i>online</i> di suatu <i>platform fintech</i> .
3.	Saya dapat menginstal dan menjelajahi fitur di aplikasi zakat <i>online</i> dengan mudah dan cepat.
4.	Saya merasakan kemudahan memahami perintah-perintah yang ada di layanan atau aplikasi zakat <i>online</i> .
5.	Saya melakukan proses pembayaran zakat <i>online</i> dengan cepat dan praktis.
6.	Adanya karakteristik yang ada pada layanan zakat <i>online</i> yaitu tersedia kalkulator sehingga dapat memudahkan saya dalam menghitung besarnya zakat yang akan dikeluarkan.

Sumber: (Lathifah 2020 Persepsi generasi milenial terhadap zakat *online*)

3.3.2.3. Keamanan dan *Privasi* Data Pribadi Pengguna Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online* Melalui *Platform Fintech*

Keamanan merupakan hal yang sangat penting bagi para pengguna internet apalagi di jaman yang serba canggih seperti ini. Kemudian *privasi* disini lebih mengarah pada perlindungan informasi pribadi konsumen. Terutama dalam memilih layanan *online* seseorang wajib memilih layanan zakat *online* yang sudah terdaftar OJK dan juga legal. Di negara Indonesia sampai detik ini masih sering terjadi permasalahan ketidakpastian perlindungan data *privasi* milik konsumen layanan sistem. Karena hukum di Indonesia masih lemah terhadap perlindungan *privasi* masyarakat atau masih belum diatur secara baik (Lembaga Studi dan Advokat Masyarakat). Lemahnya perlindungan *privasi* di negara tercinta ini menyebabkan tak sedikit data pribadi konsumen yang bocor, kondisi paling umum yaitu jual beli data konsumen. Berhubungan dengan hal itu, ada beberapa komponen dari variabel independen yaitu keamanan dan *privasi* yang di sesuaikan penelitian dari Lathifah (2020) dengan lima pertanyaan. Kemudian nantinya akan ada pemilihan skala likert 1 – 6 karena untuk menghindari pilihan netral. Lima pertanyaan tersebut tercantum pada Tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.5
Variabel Keamanan dan *Privasi* Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online*

No	Keamanan dan <i>Privasi</i>
1.	Saya yakin ketika saya bertekad untuk memakai layanan zakat <i>online</i> di suatu <i>platform</i> tertentu, maka pihak penyedia <i>platform</i> tersebut akan menjaga dan merahasiakan data pribadi saya.

2.	Saya yakin lembaga zakat menerapkan kejujuran terkait transaksi zakat <i>online</i> ketika para pengguna sedang bertransaksi.
3.	Orang lain tidak akan bisa mengakses data pribadi saya terutama mengubah seluruh data yang ada dan juga informasi pada aplikasi layanan zakat <i>online</i> .
4.	Orang yang dapat mengakses layanan zakat <i>online</i> adalah orang yang sudah memiliki izin akses atau yang punya akun tersebut.

Sumber: (Lathifah 2020 Persepsi generasi milenial terhadap zakat *online*)

3.3.2.4. Tingkat Kepercayaan Para Pengguna Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online*

Kepercayaan dalam transaksi online yaitu konsumen bergantung atau percaya pada pihak yang lain selama konsumen yakin dan percaya. Menurut pendapat (Andhini dan Khuzaini, 2017), menyediakan layanan sistem tertentu yang dapat menjanjikan merupakan adanya harapan yang dibangun oleh pihak lain. Faktor kepercayaan sangat penting dalam keputusan membayar zakat secara *online*, karena tanpa adanya kepercayaan maka transaksi tidak akan berjalan dengan baik kemudian orang tidak akan tergerak hatinya untuk memilih bertransaksi membayar zakat secara *online*. Dalam membangun kepercayaan dan juga mempertahankan kepercayaan para pengguna dalam layanan suatu sistem, maka ada 3 faktor utama yaitu mementingkan kepuasan pelanggan dengan baik, kredibilitas, serta kepercayaan dari pihak ketiga dalam menggunakan produk dan layanan tersebut. Maka dari itu ada lima komponen pertanyaan variabel independen dalam penelitian ini yaitu tingkat kepercayaan yang telah adanya penyesuaian dari penelitian Sekar Alfin (2021). Serta ada pemilihan menggunakan skala likert 1 – 6 karena untuk

menghindari pilihan netral. Lima komponen pertanyaan tersebut tercantum pada Tabel 3.6 sebagai berikut:

Tabel 3.6
Variabel Tingkat Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online

No	Tingkat Kepercayaan
1.	Saya membayar zakat secara <i>online</i> dikarenakan saya yakin dan percaya dengan <i>platform fintech</i> yang saya pilih dan gunakan.
2.	Adanya karakteristik atau fitur di <i>platform fintech</i> yang saya pilih untuk bayar zakat <i>online</i> , dimana hal ini tersedia dengan lengkap.
3.	Adanya keterjaminan yang bagus pada layanan zakat <i>online</i> di suatu <i>platform fintech</i> yang saya pilih.
4.	<i>Platform fintech</i> yang saya pilih untuk berzakat <i>online</i> , dapat dilakukan dengan baik dari segi operasionalnya.
5.	Ketika saya memilih suatu <i>platform fintech</i> untuk berzakat <i>online</i> , saya percaya pihak mereka (lembaga zakat) akan menyalurkan dana zakat dengan amanah dan baik.

Sumber: (Sekar Alfin 2021 Faktor yang memengaruhi muslim *milenial* membayar zakat *online* di *platform fintech*)

3.4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan menyebarkan angket pada responden dengan memiliki karakteristik yang sudah ditentukan. (Siyoto dan Sosik, 2015), pernah menerangkan bahwa meneliti suatu populasi tertentu dengan diadakan hipotesis yang ditunjuk sebelumnya yakni penelitian kuantitatif berdasarkan filsafat positivisme. Penelitian ini mengolah data dengan menggunakan aplikasi Jamovi dengan versi 2.2.5 dan juga excel.

3.4.1. Uji Instrumen

3.4.1.1. Uji Validitas

(Ghozali, 2009) pernah mengatakan terkait ada alat uji yang digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur tersebut dapat digunakan untuk melihat sah atau valid kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini untuk mengukur tingkat ketelitian dari setiap variabel independen yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan *privasi*, serta tingkat kepercayaan terhadap keputusan muzaki membayar zakat *online* melalui *platform fintech*. Penelitian ini yakni pada uji validitas peneliti menggunakan excel. Alat pengujian bisa dibuktikan dengan benar ketika nilai r hitung lebih besar dari pada nilai rtabel pada taraf signifikansi 0,05 (Riyanto dan Hatmawan, 2020).

3.4.1.2. Uji Reabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana subjek yang akan diukur meskipun berulang-ulang akan tetap konsisten hasilnya. Ketika hasil uji mendapatkan hasil yang tak berubah, maka komponen tersebut bisa dipercaya. Uji realibilitas akan di uji dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dimana jika hasilnya andal atau kredibel ketika nilai tersebut lebih besar dari pada 0,70 (Sugiyono, 2017).

3.4.2. Uji Asumsi Klasik

3.4.2.1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dapat digunakan pada penelitian untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen pada model regresi. Model regresi yang bagus yakni tidak terjadinya multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilihat dengan prosedur nilai tolerance lebih besar dari pada 0,1 atau *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil ketimbang nilai 10. Lalu, dapat dilihat bahwa data tersebut akan bebas dari multikolinieritas menurut (Ghozali dalam Mulyono, 2019).

3.4.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yakni digunakan untuk melihat apakah akan terjadi ketidaksamaan varians dari pengamatan yang satu ke yang lainnya dalam model regresi linier. Untuk melihat ada atau tidaknya tanda-tanda dari heteroskedastisitas dalam model regresi linier, yakni dengan menggunakan grafik scatterplot. Model regresi tidak memuat heteroskedastisitas anadai kata titik-titik pada grafik scatterplot tidak membentuk suatu pola khusus serta tersebar secara meluas atau merata (Ghozali dalam penelitian Mulyono, 2019).

3.4.3. Pengujian Hipotesis

3.4.3.1. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda yaitu model persamaan yang menerangi tentang adanya suatu hubungan variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Tujuan lain dari metode ini yaitu mengetahui hubungan antara variabel independen lainnya (Yuliara, 2016). Metode ini digunakan sebab penelitian ini penulis memakai variabel dependen satu yaitu keputusan muzaki membayar zakat *online*, dan dengan variabel

independen penulis memakai 4 variabel independen. (Utami dan Kusumawati, 2017) mengatakan bahwa menganalisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan signifikansi tingkat 0,05 atau ($\alpha = 5\%$). Keterangan persamaan regresi linier berganda dapat diterangkan dibawah ini:

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

Keterangan:

Y = Keputusan berzakat	X4 = Tingkat kepercayaan
X1 = Persepsi kegunaan	α = Konstanta
X2 = Persepsi kemudahan	β = Koefisien regresi
X3 = Keamanan dan privasi	e = Standa error

3.4.3.2. Uji Statistik T (Uji-t)

Uji-T digunakan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen hal ini pernah disampaikan oleh (Chadhir, 2015). Penolakan atau penerimaan hipotesis dilakukan dengan kriteria berikut:

1. Hasil variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen begitupun sebaliknya dikategorikan dengan nilai signifikansi lebih kecil ketimbang 0,05.
2. Hasil variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupun sebaliknya dikategorikan jika nilai T hitung lebih besar ketimbang T tabel.

3.4.3.3. Uji Statistik F (Uji-F)

Uji Statistik F dipergunakan buat menguji sejauh mana variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Hendri dan Setiawan,

2017). Apabila nilai signifikansi lebih kecil ketimbang 0,05 maka, variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya serta nilai Fhitung harus lebih besar jika dibandingkan dengan nilai Ftabel.

3.4.3.4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mencari tau apakah ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen hal ini pernah dijelaskan oleh (Yuliara, 2016). Semakin besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, maka semakin tinggi nilai R².

1. Nilai R² diharuskan 0 hingga 1
2. Tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen dengan variabel dependennya jika nilai R² = 0.
3. Adanya kecocokan yang sempurna antara variabel independen yang menjelaskan variabel dependen dapat dikategorikan bahwa Nilai R² = 1

BAB IV

DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Data Karakteristik Responden

4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin perempuan sebanyak 80 orang dengan persentase 53.4 % dan jenis kelamin laki-laki 69 orang dengan persentase 46.6%. Hasil data berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini tercantum pada Tabel 4.1 yakni sebagai berikut:

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	69	46,6%
Perempuan	80	53,4%
TOTAL	149	100%

Sumber: Data Yang Diolah 2022

Tabel data 4.1 diatas menunjukkan bahwa dengan hasil responden yang didapatkan yakni sebanyak 149 responden, maka jenis kelamin perempuan dengan persentase 53.4% dan 80 orang serta jenis kelamin laki-laki dengan persentase 46.6% dan 69 orang. Terlihat bahwa perempuan persentasenya dan jumlah orangnya lebih banyak yakni 53.4% dan 80 responden perempuan ketimbang laki-laki.

4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia yang terdapat pada penelitian ini yakni usia < 21 tahun persentase 2.6% dengan jumlah 4 orang, usia 21 – 30 tahun persentasenya 55.6% dengan jumlah 83 orang, usia 31 – 40 tahun persentase 27.2% dengan jumlah 40 orang, dan usia > 40 tahun persentase 14.6% dengan jumlah 22 orang. Hasil tersebut tercantum pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 21	4	2,6%
21 – 30	83	55,6%
31 – 40	40	27,2%
>40	22	14,6%
TOTAL	149	100%

Sumber: Data Yang Diolah 2022

Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa dari responden yang didapatkan sebanyak 149 orang, usia < 21 tahun persentase sebanyak 2.6% dengan jumlah 4 orang, 21 – 30 tahun persentase sebanyak 55.6% dengan jumlah 40 orang, kemudian 31 – 40 tahun persentase sebanyak 27.2% dengan jumlah 40 orang, dan yang terakhir umur > 40 tahun dengan persentase sebanyak 14.6% dengan jumlah 22 orang. terlihat bahwa yang paling banyak persentasenya yakni di umur rata-rata 21 – 30 tahun dengan persentase 55.6 % dan sebanyak 83 orang.

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dalam penelitian ini yakni SMA/SMK persentase 30.5% dengan jumlah 45 orang, D3 persentase 17.2% dengan jumlah 26 orang, S1 persentase 39.7% dengan jumlah 59 orang, S2 persentase 7.9% dengan jumlah 12 orang, serta S3 persentase 4.7% dengan jumlah 7 orang. Hasil data tersebut yakni tercantum pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMA/SMK	45	30,5%
D3	26	17,2%
S1	59	39,7%
S2	12	7,9%
S3	7	4,7%
TOTAL	149	100%

Sumber: Data Yang Diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.3 diatas yakni responden berdasarkan pendidikan terakhir dengan persentase pendidikan SMA/SMK 30.5% dengan jumlah 45 orang, D3 17.2% dengan jumlah 26 orang, S1 39.7% dengan jumlah 59 orang, S2 7.9% dengan 12 orang, dan yang terakhir yakni S3 4.7 % dengan jumlah 7 orang. Terlihat bahwa persentase tertinggi yakni dari pendidikan rata-rata S1 dengan persentase 39.7% dengan jumlah 59 orang.

4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden dengan berdasarkan jenis pekerjaan dalam penelitian ini yakni pekerjaan pelajar mahasiswa/i persentase 44.7% dengan jumlah 67 orang, TNI/POLRI persentase 3.3% dengan jumlah 5 orang, Guru/Dosen persentase 10.5% dengan jumlah 16 orang, Pengusaha persentase 9.2% dengan jumlah 14 orang, PNS Non guru dosen persentase 8.6% dengan jumlah 13 orang, serta pekerjaan lainnya persentase 23.7% dengan jumlah 34 orang. Hasil data tersebut tercantum pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

TABEL 4.4
Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar Mahasiswa	67	44,7%
TNI/POLRI	5	3,3%
Guru/Dosen	16	10,5%
Pengusaha	14	9,2%
PNS Non Guru/Dosen	13	8,6%
Lainnya	34	23,7%
TOTAL	149	100%

Sumber: Data Yang Diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa persentase responden yang mengisi berdasarkan jenis pekerjaan yakni yang masih tergolong mahasiswa atau

mahasiswi persentase 44.7% dengan jumlah 67 orang, TNI/POLRI sebanyak 3.3% dengan jumlah 5 orang, Guru atau Dosen 10.5% dengan jumlah 16 orang, kemudian Pengusaha 9.2% dengan jumlah 14 orang, dan yang terakhir yakni PNS sebanyak 8.6% dengan jumlah 13 orang serta pekerjaan lainnya persentase 23.7% dengan jumlah 34 orang. terlihat bahwa yang paling banyak persentasenya adalah yang masih Mahasiswa atau Mahasiswi dengan persentase 44.7%.

4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Perbulan

Karakteristik berdasarkan rata-rata pendapatan perbulan pada penelitian ini yakni pendapatan < 5 juta persentase 40.4% dengan jumlah 60 orang, 5-10 juta persentase 24.5% dengan jumlah 37 orang, 10-20 juta persentase 17.9% dengan jumlah 27 orang, 20-30 juta persentase 17.2% dengan jumlah 25 orang. Hasil data tersebut tercantum pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5

Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-Rata Per Bulan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
< 5 Juta	60	40,4%
5 Juta – 10 Juta	37	24,5%
10 Juta – 20 Juta	27	17,9%
20 Juta – 30 Juta	25	17,2%
>30 Juta	0	0

TOTAL	149	100%
--------------	-----	------

Sumber: Data Yang Diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.5 diatas rata rata pendapatan per bulan responden dengan mulai pendapatan di bawah 5 juta 40.4% dengan jumlah 60 orang, 5 sampai 10 juta persentase 24.5% dengan jumlah 37 orang, 10 sampai 20 juta 17.9% dengan jumlah 27 orang, dan 20 sampai 30 juta dengan persentase 17.2% dengan jumlah 25 orang. terlihat bahwa persentase terbanyak diraih oleh pendapatan yang dibawah 5 juta dengan persentase 40.4% dengan jumlah 60 orang.

4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Kabupaten Di DIY

Karakteristik responden berdasarkan domisili kabupaten yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta pada penelitian ini yakni kabupaten bantul persentase 23.5% dengan jumlah 35 orang, kabupaten gunung kidul persentase 6% dengan jumlah 9 orang, kabupaten kulon progo persentase 6.7% dengan jumlah 10 orang, kabupaten sleman persentase 37.6% dengan jumlah 56 orang, serta kota yogyakarta persentase 26.2% dengan jumlah 39 orang. Hasil data tersebut tercantum pada Tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6

Responden Berdasarkan Domisili Kabupaten Di DIY

Domisili	Jumlah	Persentase
Kab. Bantul	35	23,5%
Kab. Gunung Kidul	9	6%

Kab. Kulon Progo	10	6,7%
Kab. Sleman	56	37,6%
Kota Yogyakarta	39	26,2%
TOTAL	149	100%

Sumber: Data Yang Diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.6 diatas responden dengan domisili kabupaten di DIY kabupaten bantul persentase sebanyak 23.5% dengan jumlah 35 orang, kabupaten gunung kidul 6% dengan jumlah 9 orang, kabupaten kulon progo 6.7% dengan jumlah 10 orang, kabupaten sleman 37.6% dengan jumlah 56 orang, dan kota yogyakarta 26.2% dengan jumlah 39 orang. terlihat bahwa paling banyak persentasenya yakni di kabupaten sleman dengan hasil 37.6% dengan jumlah 56 orang.

4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Platform Yang Digunakan Ketika Bayar Zakat *Online*

Karakteristik responden berdasarkan platform yang digunakan ketika membayar zakat secara *online* pada penelitian ini yakni mulai dari Gopay persentase 6.9 dengan jumlah 11 orang, Shoppe persentase 6.9% dengan jumlah 11 orang, Kitabisa.com persentase 23.7% dengan jumlah 35 orang, Baznas Platform persentase 17.1% dengan jumlah 25 orang, RumahZakat persentase 20.4% dengan jumlah 30 orang, dan platform lainnya persentase 25% dengan jumlah 37 orang. Hasil tersebut tercantum pada Tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Responden Berdasarkan Pemakaian Platform *Fintech*

Platform	Jumlah	Persentase
GoPay	11	6,9%
Shopee	11	6,9%
Lazada	0	0
KitaBisa.com	35	23,7%
Basnaz	25	17,1%
Link Aja	0	0
Dana	0	0
Rumah Zakat	30	20,4%
Lainnya	37	25%
TOTAL	149	100%

Sumber: Data Yang Diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.7 diatas hasil persentase responden menggunakan *platform* dalam membayar zakat yakni Gopay 6.9% dengan jumlah 11 orang, Shopee 6.9% dengan jumlah 11 orang, Kitabisa.com 23.7% dengan jumlah 35 orang, Baznas Platform 17.1% dengan jumlah 25 orang, RumahZakat 20.4% dengan jumlah 30 orang, dan lainnya sekitar

25% dengan jumlah 37 orang. Terlihat paling banyak persentasenya yakni di suatu *platform* lainnya dengan persentase 25% dan jumlah 37 orang.

4.2. Uji Statistik Deskriptif

4.2.1. Uji Validitas Data

Dilakukan uji validitas yakni sebagai pengukuran apakah kuesioner yang akan digunakan untuk pengumpulan data valid ataukah tidak. Dapat dikatakan valid ketika nilai r_{hitung} lebih besar nilainya ketimbang r_{tabel} . Dan dapat dikatakan tidak valid yakni r_{hitung} lebih kecil nilainya ketimbang r_{tabel} . Dikarenakan dalam penelitian ini mendapatkan responden 149 orang maka nilai r_{tabel} signifikansi dengan 5% dan 1% nilainya 0.159. Hasil uji validitas penulis menghitung dengan menggunakan excel 2013. Dibawah ini merupakan hasil uji validitas yang tercantum pada Tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Data

X1 (Persepsi Kegunaan)	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	0.508	0.159	Valid
X1.2	0.340	0.159	Valid
X1.3	0.522	0.159	Valid
X1.4	0.558	0.159	Valid
X2 (Persepsi Kemudahan)	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X2.1	0.493	0.159	Valid
X2.2	0.455	0.159	Valid
X2.3	0.462	0.159	Valid

X2.4	0.500	0.159	Valid
X2.5	0.566	0.159	Valid
X2.6	0.594	0.159	Valid
X3 (Keamanan dan Privasi)	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X3.1	0.583	0.159	Valid
X3.2	0.542	0.159	Valid
X3.3	0.526	0.159	Valid
X3.4	0.458	0.159	Valid
X4 (Tingkat Kepercayaan)	Rhitung	Rtabel	Keterangan
X4.1	0.562	0.159	Valid
X4.2	0.568	0.159	Valid
X4.3	0.479	0.159	Valid
X4.4	0.512	0.159	Valid
X4.5	0.506	0.159	Valid
Y1 (Keputusan Muzaki Membayar Zakat Online)	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Y1.1	0.349	0.159	Valid
Y1.2	0.558	0.159	Valid
Y1.3	0.615	0.159	Valid
Y1.4	0.565	0.159	Valid
Y1.5	0.601	0.159	Valid

Sumber: Data Yang Diolah Menggunakan Excel 2013

Dari hasil pada tabel 4.9 diatas rhitung dari semua variabel mulai dari nilai yang rendah yakni 0,340 hingga yang tinggi yakni 0,615 dapat dikatakan nilai rhitung lebih besar dari pada rtabel yakni 0,159. Jadi kesimpulannya adalah variabel independen persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan *privasi*, tingkat kepercayaan serta variabel dependen yakni keputusan muzaki membayar zakat *online* dapat dikategorikan semuanya valid.

4.2.2. Uji Reabilitas Data

Uji reabilitas digunakan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Uji reabilitas untuk melihat apakah tiap pertanyaan pada variabel apakah handal atau tidak. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70 maka dikatakan reliabel, sebaliknya jika lebih kecil dari 0,70 maka dikatakan tidak reliabel menurut Riwikdigdo, (2007). Hasil uji reabilitas di uji menggunakan JAMOWI versi 2.2.5. Dibawah ini merupakan hasil uji reabilitas yang tercantum pada Tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reabilitas Data

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangannya
Persepsi Kegunaan = X1	0,74	Reliabel
Persepsi Kemudahan = X2	0,86	Reliabel
Keamanan dan <i>Privasi</i> = X3	0,77	Reliabel

Tingkat Kepercayaan = X4	0,82	Reliabel
Keputusan Membayar Zakat <i>Online</i> = Y1	0,85	Reliabel

Sumber: Data Yang Diolah Menggunakan JAMOWI 2.2.5

Berdasarkan Tabel 4.9 yakni hasil dari uji realibilitas keseluruhan pertanyaan tiap variabel pada penelitian ini yakni mulai dari 0,74 hingga 0,85 yang nilainya lebih besar dari 0,70 berarti hasilnya adalah reliabel.

4.3. Analisis Uji Asumsi Klasik

4.3.1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji adakah ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Tetapi, model regresi yang dikatakan baik jika tidak adanya korelasi antara variabel bebas. Nilai tolerance untuk setiap variabel bebas dari 0,10 yang dimana dikatakan bebas gejala multikolinieritas. Kemudian untuk nilai VIF lebih kecil nilainya dari 0,10 yang dimana dikatakan bebas multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas di uji menggunakan JAMOWI versi 2.2.5. Dibawah ini hasil uji multikolinieritas yang tercantum pada Tabel 4.10 berikut ini:

Tabel 4.10

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Tolerance
Persepsi Kegunaan	1,68	0,597

Persepsi Kemudahan	1,64	0,611
Keamanan dan <i>Privasi</i>	1,72	0,582
Tingkat Kepercayaan	2,24	0,447

Sumber: Data Yang Diolah Menggunakan JAMOSI 2.2.5

Berdasarkan pada tabel 4.10 nilai tolerance untuk setiap variabel bebas yakni persepsi kegunaan 0,597, persepsi kemudahan 0,611, keamanan dan *privasi* 0,582, dan tingkat kepercayaan 0,447 dimana lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) setiap variable bebas persepsi kegunaan 1,68, persepsi kemudahan 1,64, keamanan dan *privasi* 1,72, dan tingkat kepercayaan 2,24 lebih kecil dari 0,10 maka disimpulkan tidak terdapat multikolinieritas antar variable bebas tersebut, sehingga asumsi ini dipenuhi. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi ini.

4.3.2. Uji Heteroskedastistas

Uji heteroskedastistas digunakan untuk melihat apakah ada ketidaksamaan varian dari residual dalam model regresi. Hasil uji heteroskedastistas di uji menggunakan JAMOSI versi 2.2.5. Dikatakan model regresi yang baik yakni tidak terjadi heteroskedastistas. Untuk melihat ada atau tidaknya ketidaksamaan varian di penelitian ini, maka dapat melihat (Breusch-Pagan, Goldfeld-Quandt, dan Harrison-McCabe) diperoleh nilai p kurang dari

0,05, berarti asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Hasil uji heteroskedastisitas tercantum pada Tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

	Statistic	P
Breusch-Pagan	6.99	0.136
Goldfel-Quandt	0.925	0.627
Harrison-McCabe	0.518	0.640

Sumber: Data Yang Diolah Menggunakan JAMОВI 2.2.5

Untuk ketiganya (Breusch-Pagan, Goldfeld-Quandt, dan Harrison-McCabe) diperoleh nilai $p > 0,05$, berarti asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.3.3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas di gunakan untuk menguji apakah data penelitian pada skripsi ini data residual bersifat normal atau tidak. Uji normalitas penelitian ini dilakukan dengan teknik uji statistik (shapiro-wilk, kolmogorov, dan smirnov). Hasil uji normalitas di uji menggunakan JAMОВI versi 2.2.5. Hasil uji normalitas tercantum pada Tabel 4.13 berikut ini:

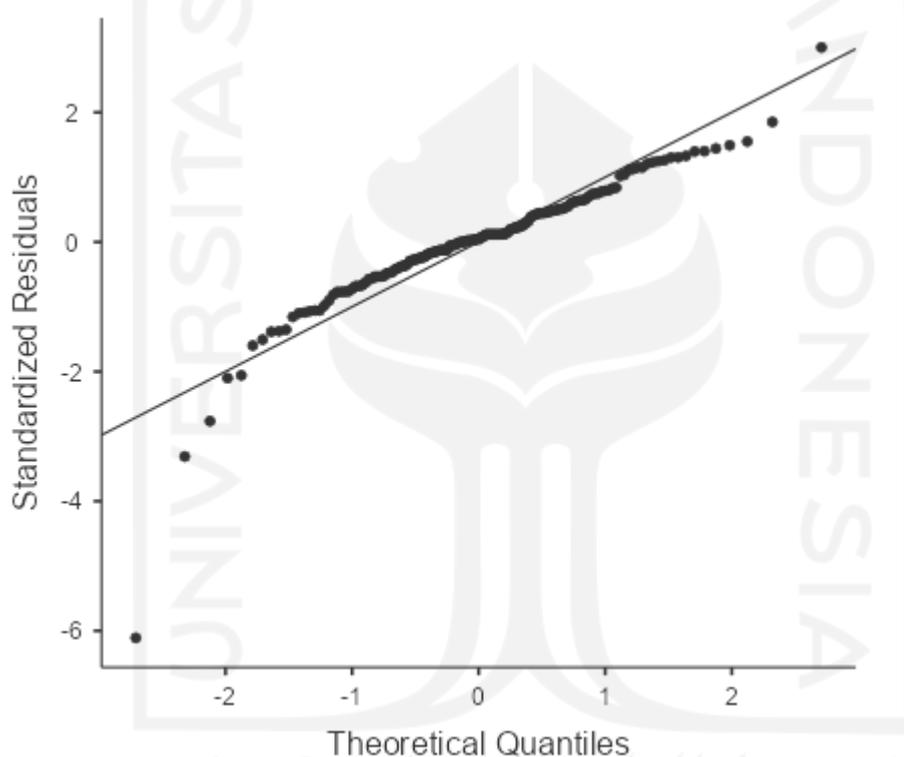
Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas Data

	Statistic	P
Shapiro-Wilk	0.883	<.001
Kolmogorov-smirnov	0.0956	0.134

Anderson-Darling	2.55	<.001
------------------	------	-------

Sumber: Data Yang Diolah Menggunakan JAMOVI 2.2.5

Nilai p Kolmogorov-Smirnov 0,134, lebih dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal atau asumsi normalitas data terpenuhi.



Berdasarkan Q-Q Plot di atas, maka dapat terlihat bahwa data residual menyebar di sekitar garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

4.4. Pengujian Hipotesis

4.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Dilakukan dengan adanya uji regresi linier berganda untuk melihat apakah adanya pengaruh dari variabel independen pada variabel dependen. Dalam penelitian ini hasil regresi berganda di uji dengan aplikasi JAMOOVI versi 2.2.5. Hasil dari persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan *privasi*, dan tingkat kepercayaan terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* disediakan melalui Tabel 4.13 dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Regresi Linier Berganda

Predictor	Estimate	SE	T	P	Stand.Estimate
Intercept	2.107	1.8132	1.16	0.247	
X1 (Persepsi Kegunaan)	0.294	0.0934	3.15	0.002	0.226
X2 (Persepsi Kemudahan)	0.167	0.0609	2.75	0.007	0.195
X3 (Keamanan dan <i>Privasi</i>)	0.384	0.0841	4.57	<.001	0.332
X4 (Tingkat Kepercayaan)	0.180	0.0884	2.04	0.043	0.169

Sumber: Data Yang Diolah Menggunakan JAMOOVI 2.2.5

Berdasarkan tabel di atas, maka Persamaan model regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 2,107 + 0,294 X_1 + 0,167 X_2 + 0,384 X_3 + 0,180 X_4$$

Adapun penjelasan dari Model Persamaan regresi linier berganda tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 2,107 menunjukkan bahwa Ketika variabel-variabel independen (Kegunaan (X1), kemudahan (X2), keamanan (X3), dan kepercayaan (X4)) diasumsikan bernilai nol, maka nilai variabel dependen (keputusan berzakat) hanya sebesar 2,107.
2. Koefisien variabel kegunaan (X1) sebesar 0,294. Hal ini berarti bahwa jika variabel kegunaan naik sebesar 1 satuan, maka keputusan berzakat secara *online* melalui *platform fintech* juga akan naik sebesar 0,294. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kegunaan dari suatu *platform fintech* maka akan meningkatkan keputusan berzakat secara *online* melalui *platform fintech* dengan asumsi variabel lainnya tetap.
3. Koefisien variabel kemudahan (X2) sebesar 0,167. Hal ini berarti bahwa jika variabel kemudahan naik sebesar 1 satuan, maka keputusan berzakat secara *online* melalui *platform fintech* juga akan naik sebesar 0,167. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin mudah penggunaan suatu *platform fintech* maka akan meningkatkan keputusan berzakat secara *online* melalui *platform fintech* dengan asumsi variabel lainnya tetap.
4. Koefisien variabel keamanan (X3) sebesar 0,384. Hal ini berarti bahwa jika variabel keamanan naik sebesar 1 satuan, maka keputusan berzakat secara *online* melalui *platform fintech* juga akan naik sebesar 0,384. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan dari suatu *platform fintech* maka akan

meningkatkan keputusan berzakat secara *online* melalui *platform fintech* dengan asumsi variabel lainnya tetap.

5. Koefisien variabel kepercayaan (X4) sebesar 0,180. Hal ini berarti bahwa jika variabel kepercayaan naik sebesar 1 satuan, maka keputusan berzakat secara *online* melalui *platform fintech* juga akan naik sebesar 0,180. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan dari suatu *platform fintech* maka akan meningkatkan keputusan berzakat secara *online* melalui *platform fintech* dengan asumsi variabel lainnya tetap.

4.4.2. Uji t (Uji Parsial)

Pengujian uji t atau uji parsial ini dilakukan untuk apakah variabel independen dapat menjelaskan setiap variasi variabel dengan parsial. Kemudian pengujian ini membandingkan nilai sig t dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05. Hasil uji t (uji parsial) di uji menggunakan JAMOVI versi 2.2.5. Pengujian uji parsial berada dibawah ini:

1. Pengujian pengaruh tingkat kegunaan terhadap keputusan membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil pengujian signifikansi dari variabel tingkat kegunaan (X1) sebesar 0,002 yang berarti kurang dari 0,05. Sehingga variabel tingkat kegunaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* (Y).

2. Pengujian pengaruh tingkat kemudahan terhadap keputusan membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil pengujian signifikansi dari variabel tingkat kemudahan (X2) sebesar 0,007 yang berarti kurang dari 0,05. Sehingga variabel

tingkat kemudahan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* (Y).

3. Pengujian pengaruh tingkat keamanan terhadap keputusan membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil pengujian signifikansi dari variabel tingkat keamanan (X3) sebesar 0,001 yang berarti kurang dari 0,05. Sehingga variabel tingkat keamanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* (Y).

4. Pengujian pengaruh tingkat kepercayaan terhadap keputusan membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil pengujian signifikansi dari variabel tingkat kepercayaan (X4) sebesar 0,043 yang berarti kurang dari 0,05. Sehingga variabel tingkat kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* (Y).

4.4.3. Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk mencari tahu seberapa jauh variabel X atau variabel independen berpengaruh simultan dan signifikan terhadap variabel dependen atau variabel Y. Hasil uji simultan dilakukan dengan menggunakan JAMOVI versi 2.2.5 pada Tabel 4.14 dibawah ini:

Tabel 4.14

Hasil Uji Simultan

Model	R	R²	AIC	BIC	RMSE	F	df1	df2	P
--------------	----------	----------------------	------------	------------	-------------	----------	------------	------------	----------

1	0.749	0.560	564	582	1.56	45.6	4	143	<.001
---	-------	-------	-----	-----	------	------	---	-----	-------

Sumber: Data Yang Diolah Menggunakan JAMOOVI 2.2.5

Berdasarkan Tabel 4.14, nilai signifikansi yang diperoleh kurang 0,001 yang berarti nilai signifikansinya kurang dari 0,05 dengan F hitung sebesar 45,6. Hal ini berarti bahwa variabel tingkat kegunaan, kemudahan, keamanan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

4.4.4. Uji Determinasi (R²)

Uji determinasi dilakukan untuk melihat apakah besar pengaruhnya variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen dengan koefisien determinasi. Nilai koefisien ditunjukkan dengan model 0 – 1. Jika nilai koefisiennya mendekati 1, maka variabel X atau variabel independen dapat memberikan informasi yang diperlukan bagi prediksi variasi variabel Y atau variabel dependen. Hasil uji determinasi di uji menggunakan JAMOOVI versi 2.2.5. Hasil uji determinasi ditunjukkan pada Tabel 4.14 dibawah ini:

Tabel 4.15

Hasil Uji Determinasi

Model	R	R ²	AIC	BIC	RMSE	F	df1	df2	P
1	0.749	0.560	564	582	1.56	45.6	4	143	<.001

Sumber: Data Yang Diolah Menggunakan JAMOOVI 2.2.5

Berdasarkan hasil Tabel 4.15 diatas bahwa diperoleh nilai AIC = 564 dan BIC = 582 untuk model 1 ini. Selain itu juga diperoleh nilai R square (R^2) sebesar 0,560 artinya variabel bebas (X1, X2, X3, dan X4) secara simultan berpengaruh/berkontribusi 56% terhadap variansi Y, sedangkan sisanya sebesar 44% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

4.5. Pembahasan

Pada pembahasan ini yakni membahas mengenai hasil pengujian variabel X atau variabel independen yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan *privasi*, dan tingkat kepercayaan terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

4.5.1. Pengaruh Persepsi Kegunaan Layanan Zakat Online Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech

Pada penelitian ini memiliki bukti bahwa pengaruh persepsi kegunaan layanan zakat *online* berpengaruh positif terhadap keputusan muzaki membayar zakat *online* pada *platform fintech*. Dengan hal ini, muzaki meyakini bahwa ketika mereka membayar zakat secara *online* disuatu *platform fintech* akan merasakan manfaat kegunaan seperti dapat mencari informasi terkait zakat *online*, membayar zakat dengan proses yang tidak terlalu sulit, dan beberapa akan membayar zakat kembali dengan *online*.

Hasil penelitian ini seiring dengan penelitian terdahulu yakni Bahana dan Achsanita 2019 yang menyampaikan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap penggunaan zakat *online*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika persepsi kegunaan zakat *online* semakin tinggi, maka semakin tinggi penggunaan layanan zakat *online*. Hasil riset ini juga sejalan dengan penelitian dari Bakar et al.; 2016, Kusuma & Sulistiowati 2007;

Amin et al. 2014; Tan & Chong 2014 bahwa *Technology Acceptance Model* atau (TAM) persepsi kegunaan berpengaruh pada teknologi informasi yang muncul (Davis, 1989). Maka hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan zakat *online*, maka akan semakin tinggi juga keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

4.5.2. Persepsi Kemudahan Mekanisme Layanan Zakat Online Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech

Pada penelitian ini memiliki bukti bahwa pengaruh persepsi kemudahan mekanisme layanan zakat *online* berpengaruh positif terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* pada *platform fintech*. Dengan hal ini, muzaki merasakan adanya kemudahan dalam menggunakan *platform fintech* untuk membayar zakat dengan *online* yakni merasakan kemudahan pembayarannya, merasakan fitur-fitur yang ada di *platform* tersebut dipelajari dengan mudah, dan juga mudahnya dalam menginstal contohnya aplikasi untuk membayar zakat dengan mudah dan juga cepat.

Hasil penelitian ini seiring dengan penelitian terdahulu yakni Bahana dan Achsanita 2019 yang menyampaikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan zakat *online* tetapi koefisiennya bernilai negatif berbeda dengan apa yang dihipotesiskan. Hasil ini menunjukkan pada saat zakat *online* digunakan oleh pengguna jikalau tidak mudah maka pengguna tetap berkeinginan tetap menggunakan website atau platform untuk membayar zakat secara *online*. Merasakan kemudahan atau tidaknya dalam menggunakan suatu teknologi sebabnya adalah salah satu faktor yakni umur yang dimana *memengaruhi* keahlian menggunakan komputer (Raub, 1981). Terlihat dalam penelitian ini yang membayar zakat secara *online* yakni terbanyak di umur sekitar 21-30 tahun

55,6%. Maka dalam penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan zakat *online*, maka akan semakin tinggi pula keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

4.5.3. Pengaruh Keamanan dan Privasi Data Pribadi Pengguna Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech

Pada penelitian ini memiliki bukti bahwa pengaruh keamanan dan *privasi* data pribadi pengguna berpengaruh positif terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui platform *fintech*. Dengan hal ini, muzaki meyakini ketika membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech* data pribadi mereka sebagai pengguna tidak disalahgunakan dengan pihak-pihak yang tak bertanggung jawab, dan meyakini bahwa data pribadi mereka, orang lain tidak dapat mengaksesnya.

Hasil penelitian ini seiring dengan penelitian terdahulu yakni Bahana dan Achsanika 2019 yang menyampaikan bahwa keamanan dan *privasi* berpengaruh positif terhadap penggunaan zakat *online*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika semakin tinggi tingkat keamanan dan *privasi* layanan pada zakat *online* di suatu *platform fintech*, maka semakin tinggi juga penggunaan pada layanan zakat *online*. Hal ini juga sebanding dengan hasil riset dari penelitian Jamaludin et al, (2017) bahwa keamanan dan *privasi* berpengaruh pada zakat *online* saat ini dan masa yang akan datang suatu saat nanti. Maka hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi keamanan dan *privasi* akan semakin tinggi pula keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

4.5.4. Pengaruh Tingkat Kepercayaan Para Pengguna Terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online

Pada penelitian ini memiliki bukti bahwa pengaruh tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan muzaki membayar zakat *online* melalui *platform fintech*. Dengan hal ini muzaki meyakini mereka memilih dengan tepat *platform* mana yang nantinya akan digunakan untuk membayar zakat secara *online*.

Hasil penelitian ini seiring dengan penelitian terdahulu yakni Bahana dan Achsania 2019 yang menyampaikan hasil penelitian bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan zakat *online*. Dimana ketika semakin tinggi tingkat kepercayaan zakat *online* maka semakin tinggi juga penggunaan layanan zakat secara *online*. Hasil riset lain juga mendukung penelitian ini yakni Jamaludin et.al (2017), tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan zakat *online* di Malaysia. Dengan demikian maka hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan akan semakin tinggi pula keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Di dalam penelitian ini menunjukkan beberapa faktor variabel independen yang dapat mempengaruhi keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*. Kemudian sasaran dipenelitian ini yakni para muzaki yang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dengan beberapa kabupaten yakni kabupaten bantul, kabupaten sleman, kabupaten kulon progo, kabupaten gunung kidul, dan kota yogyakarta. Pengujian pada penelitian ini yakni menggunakan aplikasi JAMОВI dengan versi 2.2.5. Dan dari hasil pembahasan-pembahasan sebelumnya maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*. Ditunjukkan dengan bukti muzaki merasakan kegunaan yakni dapat mudah mencari informasi terkait zakat *online* melalui *platform online* tersebut, membayar dengan proses yang mudah, serta beberapa ingin membayar zakat secara *online* pada *platform fintech*.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*. Ditunjukkan dengan bukti muzaki merasakan kemudahan pembayarannya, serta merasakan fitur-fitur yang ada pada *platform* tersebut dapat dipelajari dengan mudah.
3. Keamanan dan *privasi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*. Ditunjukkan dengan bukti muzaki yakin data pribadi mereka ketika menggunakan layanan zakat *online* pada

suatu *platform* maka data pribadinya tidak disalah gunakan dengan pihak yang tak bertanggung jawab, kemudian meyakini data pribadi mereka orang lain tidak dapat mengakses akunnya.

4. Tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*. Ditunjukkan dengan bukti muzaki meyakini mereka memilih dengan tepat *platform* yang mereka gunakan untuk membayar zakat secara *online*. Karena tanpa adanya kepercayaan maka transaksi tidak akan berjalan dan orang tidak akan tergerak hatinya untuk memilih bertransaksi membayar zakat secara *online*.

5.2. Keterbatasan Penelitian

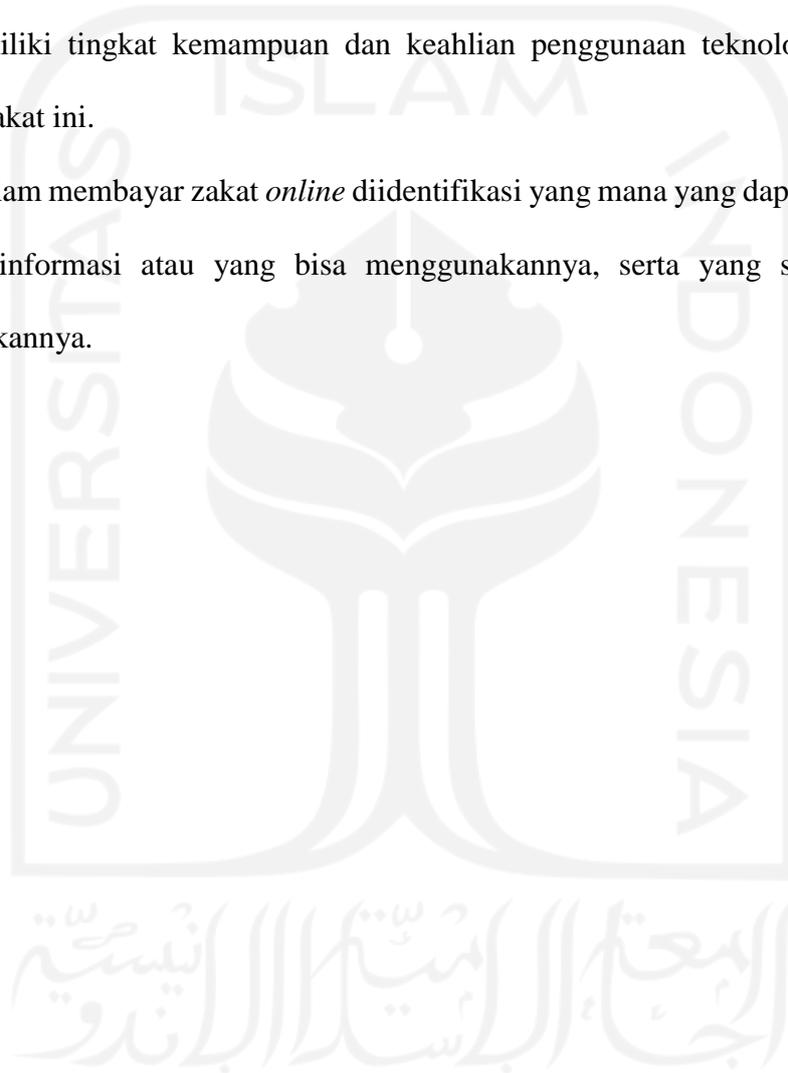
Hasil dari penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian. Keterbatasan penelitian diuraikan berikut ini:

1. Di DIY yang tidak menyebutkan dari daerah asalnya dan kemampuan dalam penggunaan zakat *online*, sehingga kemampuan masing-masing responden dalam menggunakan *platform fintech* untuk membayar zakat *online* atau menggunakan teknologi informasi dimungkinkan sangat tidak merata.
2. Penelitian ini tidak mendeteksi motif muzaki dalam membayar zakat menggunakan *platform fintech* dan yang membayar secara langsung atau manual. Karena sebagian muzaki membayar dengan manual atau secara langsung misalnya membayar langsung pada amil zakat yang nantinya akan dikelola, kemudian bisa saja membayar langsung ke tetangga terdekat atau ke keluarga terdekat.

5.3. Saran

Sesuai dengan keterbatasan penelitian diatas pada 5.2 maka, adanya saran dalam penelitian ini yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penelitian yang akan mendatang dapat mencakup responden yang lebih homogen atau yang memiliki tingkat kemampuan dan keahlian penggunaan teknologi informasi seperti e-zakat ini.
2. Muzaki dalam membayar zakat *online* diidentifikasi yang mana yang dapat memahami teknologi informasi atau yang bisa menggunakannya, serta yang sudah pernah menggunakannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon A. 2020. *Financial Technology*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
<http://eprints.binadarma.ac.id/4276/1/Abdillah2020%20Kita%20Menulis%20%5BBab%2009%20-%20Financial%20Technology%20%28FinTech%29%5D%20Daftar%20Pustaka%20%26%20Author.pdf>
- Adisasmita, Rahardjo. 2005. *Dasar-Dasar Ekonomi Wiayah*. Penerbit Graha Ilmu.
- Afriyenis, Winda, Rahma Anita, dan Febri Aldi. 2018. “Implementasi Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Zakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Miskin.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Islam* 3 (2): 1-10.
- Andhini, Amelia, dan Khuzaini. 2017. “Pengaruh Transaksi Online Shopping, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6 (7): 1-23.
- Aulia, Sisca. 2020. “Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital.” *Jurnal Komunikasi* 12 (2): 1-14.
- Badan Pusat Statistik Provinsi D.I.Yogyakarta.2020. “Grafik Jumlah Penduduk D.I. Yogyakrat 2020.” <https://yogyakarta.bps.go.id/>
- Baznas Platform. Baznas https://baznas.go.id/bayarzakat?gclid=CjwKCAiA1-6PBhBCEiwAc2GOVITkLcGiaaaRBz3pmeBhlc3_E_ngrU0gzzMmTnpkCgiMpIE13vtjhoCID0QAvD_BwE
- BINUS. (2019). Fintech konvensional vs fintech syariah. Accounting.Binus.Ac.Id.
<https://accounting.binus.ac.id/2019/12/30/fintech-konvensional-vs-fintechsyariah/>

- BPK. (2011). UU No. 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat. Peraturan.Bpk.Go.Id. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45359/uu-no-38-tahun-1999>
- Chadhir, Muhammad. 2015.” Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Ekspor Teh Indonesia Ke Negara Inggris.” *Economics Development Analysis Journal* 4 (3): 1-9.
- Chung, Namho, dan Soon Jae Kwon. 2009. “Effect of Trust Level on Mobile Banking Satisfaction: A Multi Group Analysis of Information Systems Success Instruments.
- Davis, Fred. 1989. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *Journal IT Usefulness and Ease of Use* 13 (3): 1-23.
- Diory, Aidhya. 2021. “Sekilas Mengenai Fintech Lending Di Indonesia.” PPHBI <https://www.pphbi.com/sekilas-mengenai-fintech-lending-di-indonesia/>
- Donni, Muhammad, dan Prihandoko. 2018. “Mengukur Kepercayaan Sistem Zakat Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Dikalangan Masyarakat Kampus.” 1 (2): 1-10.
- Fajar, Mochammad, dan Cintia. 2021. “ Peran Financial Technology Dalam Perkembangan UMKM Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan.” *Journal Humanities; Management and Science Proceedings* 1 (2): 1-14.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 117/DSNMUI/II/2018 tentang layanan pembiayaan berbasis teknologi informasi berdasarkan prinsip syariah, Pub. L. No. 1 1 TIDSN-MUI/II|Z}I9, 14 (2018). <https://drive.google.com/file/d/1qCu2X6MTIFnYqK22eMx7uFL53AXBt9Vo/view>
- Fintech. (2020). *Sejarah Fintech Indonesia*. Fintech Indonesia. <https://fintech.id/about>

- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali dalam Mulyono. 2019. "Analisis Uji Asumsi Klasik." Binus.ac.id <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>
- Hadi, Syamsul. 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Hariyani, Iswi, dan Cita Yustisia Serfiyani. 2015. "Perlindungan Hukum Sistem Donation Based Crowdfunding Pada Pendanaan Industri Kreatif Di Indonesia."
- Hendri, dan Roy Setiawan. 2017. "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di PT Samudra Bahari Utama." *AGORA* 5 (1): 8.
- Hidayat, Andi, dan Mukhlisin. 2020. "Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6 (3): 1-10.
- Indonesia, Undang-Undang Nomor. 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat.
- Jamaludin, Norhatini, Norazlina Abd W, dan Abu Bakar H. 2017. "Muslim Perception On Online Zakat Usage In Kuala Lumpur." *JMFIR* 14 (1): 1-17.
- Kalakota, Ravi., dan Andrew B. Whinston. 1997. *Electronic Commerce: a Managers Guide*. England: Addison Wesley.
- Laporan State Of Finance App Marketing. 2021. "Indonesia Peringkat Ke 3 Dunia Untuk Install Aplikasi Keuangan." Itech <https://itechmagz.id/indonesia-peringkat-ke-3-dunia-untuk-install-aplikasi-keuangan/>
- Miller, Jade, dan Otto Khera. 2010. "Digital Library Adoption And The Technology Acceptance Model: A Cross-Country Analysis." *The Electronic Journal On Information Systems In Developing Countries* 40 (6): 1-19.

- Morgan, Robert M, dan Shelby D. Hunt. 1994. "The Commitment-Trust Theory Of Relationship Marketing." *Journal Of Marketing* 58 (20-38): 1-20.
- Movanita, A.N.K, 2018. "Bisnis Digital Tubuh Perlindungan Privasi Masih Lemah."Kompas.com
<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/12/20/123000226/bisnis-digital-tumbuh-perlindungan-privasi-masih-lemah>
- Narastri, Maulidah, dan Abdullah Kafabih. 2020. "Financial Technology Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam." *Indonesian Interdisciplinary Journal of Shariah Economics* 2 (2): 1-16.
- Ngafifi, Muhammad. 2014. "Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya." *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi* 2 (1): 1-15.
- Nicolleti, B. 2017. *The Future of FinTech: Integrating Finance and Technology in Financial Services*. Switzerland: Springer Narure.
- Nizar, Muhammad Afdi. 2017. " Fintech: Its Concept And Implementation In Indonesia. MPRA Paper No. 98486, posted 04 Feb 2020 14:33 UTC.
<https://mpra.ub.uni-muenchen.de/98486/>
- Nuari, Ricky, dan Achsanah Hendratmi. 2019. "Faktor Minat Berdonasi Pada Lembaga Amil Zakat Sahabat Mustahiq." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 6 (11): 1-11.
- Prasetya, Dicky. 2021." Indonesia Di Peringkat Ke 3 Yang Gemar Instal Aplikasi Keuangan."Suara.com
<https://www.suara.com/tekno/2021/06/22/224547/indonesia-di-peringkat-tiga-negara-yang-rakyatnya-gemar-instal-aplikasi-keuangan?page=2>
- Priestiani, P.R. (2019). "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Pengguna

- Mobile Banking”, *Skripsi Sarjana*, (Tidak Dipublikasi), Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Ramadani, Adysha Citra. 2020. “Shopee Dan Baznas Permudah Pembayaran Zakat Dari Rumah.” *Republika.Id*
<https://republika.co.id/berita/q8iwgl423/shopee-dan-baznas-permudah-pembayaran-zakat-dari-rumah>
- Rasyid, Setyowati, dan Islamiyati. 2017. “Crowdfunding Syariah Untuk Pengembangan Produk Perbankan Syariah Dari Perspektif Syariah Compliance.” *Jurnal Law* 6 (4): 1-16.
- Raub, A. C. 1981. “Correlates of Computer Anxiety in College Students”.
- Rhenald, Kasali. 2017. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: PT Pustaka Utama Grafiti.
- Riwikdigdo. 2007. “Uji Reabilitas.” *SlideToDoc*
<https://slidetodoc.com/uji-validitas-dan-reliabilitas-dengan-microsoft-excel-iwan/>
- Safitri, Anisa, dan Dul Muid. 2020. “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage, Capital Intensity, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance.” *Journal Of Accounting* 9 (4): 1-11.
- Sari, R. (2013). “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan Dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-Banking”, *Skripsi Sarjana*, (Tidak Dipublikasi), Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Satrio, Eka, dan Dodik Siswantoro. 2016. “Analisis Faktor Pendapatan, Kepercayaan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Untuk Membayar Zakat Penghasilan Melalui Lembaga Amil Zakat.” *Simposium Nasional Akuntansi XIX*, Lampung, 2016.

- Sekar, A. (2021). "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muslim Milenial Dalam Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech", *Skripsi Sarjana*, (Belum Dipublikasi), Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Siyoto, Sandu., dan Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Slamet, Riyanto, dan Hatmawan Aglis Andhita. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Afabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Afabeta.
- Tamtomo, Akbar Bhayu. 2021. "Cara Membayar Zakat Fitrah Secara Online." Kompas.com
<https://www.kompas.com/tren/read/2021/04/28/153000865/infografik--cara-membayar-zakat-fitrah-secara-online>
- Trace, Lathifah. (2020). "Persepsi Generasi Milenial Mengenai Zakat Online", *Skripsi Sarjana*, (Tidak Dipublikasikan), Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Utami, Sulisty Seti, dan Berlianingsih Kusumawati. 2017. "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Penggunaan E-Money." *Jurnal Balance XIV* (2): 1-13.
- Venkatesh, V., dan F.D, Davis. 2000. "Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies." *Managemen Sciens* 46 (2): 186-204.
- Wibowo, Arief. 2008. "Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)." 1-8.

Wiharjo, Bahana, dan Achsania Hendratmi. 2019. "Persepsi Penggunaan Zakat Online Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 6 (2): 1-13.

Yuliara, I Made. 2016. Modul Regresi Linier Sederhana.



LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Perkenalkan saya Mytha Chandra Dewi, mahasiswi tingkat akhir Strata-1 angkatan 2018 Prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas akhir dengan judul penelitian saya yakni (Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan muzaki membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*). Yang dimaksud *platform fintech* disini adalah misalkan pernah membayar zakat secara *online* di Baznas platform, e-commerce: (shoppe, lazada, gopay, blibli.com, tokopedia), dan masih banyak lagi.

Bagi saudara/saudari yang pernah membayar zakat secara *online*, tinggal atau sedang berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, bagi yang memiliki usaha atau pekerjaan, dan bisa juga para mahasiswa/mahasiswi yang berada di DIY, diharapkan dapat berpartisipasi dalam penelitian ini untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner dibawah ini.

Kuesioner dibawah ini penulis menyajikan dua bagian. Yakni pertama pertanyaan data diri responden, kemudian yang kedua adalah berisi 24 pertanyaan terkait

penelitian ini. Untuk mengisi pertanyaan kuesioner ini tidak ada benar maupun salah.

Data dan informasi responden peneliti akan menjaga kerahasiannya dan digunakan hanya untuk keperluan akademis sebagai tugas akhir.

Apabila saudara/saudari ingin bertanya dan kemungkinan ingin memberikan kritik maupun saran terkait penelitian ini, anda bisa menghubungi saya melalui *e-mail*: 18312103@students.uui.ac.id, atau kontak WA: 085231019142.

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

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat saya,



Mytha Chandra Dewi

I. Profil Data Responden

1. Jenis Kelamin

Perempuan

Laki-laki

2. Usia

< 21 tahun

21 – 30 tahun

31 – 40 tahun

> 41 tahun

3. Pendidikan Terakhir

SMA/SMK

Diploma (D3)

Sarjana (S1)

Magister (S2)

Doktor (S3)

4. Pekerjaan

Masih mahasiswa/mahasiswi

TNI/POLRI

Pengusaha

Guru/Dosen

PNS

Pekerjaan lainnya

5. Rata-rata pendapatan perbulan

<Rp 5.000.000,-

Rp 5.000.001,- sampai Rp 10.000.000,-

Rp 10.000.001,- sampai Rp 20.000.001,-

Rp 20.000.001,- sampai Rp 30.000.000,-

>Rp 30.000.001,-

6. Domisili

- Kab. Gunungkidul
- Kab. Kulon Progo
- Kab. Sleman
- Kab. Bantul
- Kota Yogyakarta

7. Pernah berzakat secara *online*

- Ya
- Tidak

8. *Platform* yang pernah digunakan ketika membayar zakat secara *online*

- Gopay
- Shoppe
- Lazada
- Kitabisa.com
- Baznas Platform
- LinkAja
- Ovo
- Dana
- Rumah Zakat
- Lainnya.....

II. Pertanyaan

Intruksinya: Bapak/Ibu/Saudara/Saudari, cukup memilih salah satu jawaban pada kolom yang tersedia dibawah yang saudara anggap paling sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/Saudari terhadap keputusan dalam membayar zakat secara *online* melalui *platform fintech*.

Keterangannya adalah:

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

Persepsi Kegunaan

No.	Persepsi Kegunaan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya dapat mengakses segala informasi yang saya inginkan terkait dengan zakat <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i> .						
2.	Ketika saya membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i> , untuk menyelesaikan pembayarannya ternyata dapat dilakukan dengan cepat dan tidak terlalu repot.						

3.	Ketika saya merasakan kelancaran dalam proses pembayaran zakat <i>online</i> , maka saya akan melakukan pembayaran zakat <i>online</i> kembali di <i>platform fintech</i> tanpa adanya keraguan.						
4.	Saya merasa membayar zakat <i>online</i> di suatu <i>platform fintech</i> merupakan hal yang tepat.						

Persepsi Kemudahan

No.	Persepsi Kemudahan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Ketika mempelajari beberapa karakteristik atau fitur yang ada di aplikasi ataupun layanan yang terkait zakat <i>online</i> , saya sangat merasakan kemudahan dalam mempelajarinya.						
2.	Mudahnya saya membayar zakat <i>online</i> di <i>platform fintech</i> .						
3.	Saya dapat menginstal dan menjelajahi fitur di aplikasi zakat <i>online</i> dengan mudah dan cepat.						
4.	Saya merasakan kemudahan memahami perintah-perintah yang						

	ada di layanan atau aplikasi zakat <i>online</i> .						
5.	Saya melakukan proses pembayaran zakat <i>online</i> dengan cepat dan juga praktis.						
6.	Adanya karakteristik yang ada pada layanan zakat <i>online</i> yaitu tersedia kalkulator sehingga dapat memudahkan saya menghitung zakat yang akan dikeluarkan.						

Persepsi Keamanan dan *Privasi*

No.	Persepsi Keamanan dan <i>Privasi</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya yakin ketika saya bertekad untuk memakai layanan zakat <i>online</i> di suatu <i>platform</i> tertentu, maka pihak penyedia <i>platform</i> tersebut akan menjaga dan merahasiakan data pribadi saya.						
2.	Saya yakin lembaga zakat menerapkan kejujuran terkait transaksi zakat <i>online</i> ketika para pengguna sedang ber transaksi.						
3.	Orang lain tidak akan bisa mengakses data pribadi saya terutama mengubah seluruh data						

	yang ada dan juga informasi pada aplikasi layanan zakat <i>online</i> .						
4.	Orang yang dapat mengakses layanan zakat <i>online</i> adalah orang yang sudah memiliki izin akses atau yang punya akun tersebut.						

Tingkat Kepercayaan

No.	Persepsi Keamanan dan <i>Privasi</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya membayar zakat secara <i>online</i> dikarenakan saya yakin dan percaya dengan <i>platform fintech</i> yang saya pilih dan gunakan.						
2.	Adanya karakteristik atau fitur di <i>platform fintech</i> yang saya pilih untuk membayar zakat <i>online</i> , di mana hal ini tersedia dengan lengkap.						
3.	Adanya jaminan yang bagus pada layanan zakat <i>online</i> di <i>platform fintech</i> yang saya pilih.						
4.	<i>Platform fintech</i> yang saya pilih untuk berzakat <i>online</i> , dapat dilakukan dengan baik dari segi operasional nya.						

5.	Ketika saya memilih suatu <i>platform fintech</i> untuk berzakat <i>online</i> , saya percaya pihak (lembaga zakat) akan menyalurkan dana zakat dengan amanah dan baik.							
----	---	--	--	--	--	--	--	--

Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online*

No.	Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara <i>Online</i>	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Sebelum melakukan pembayaran zakat secara <i>online</i> , saya akan mencari informasi mengenai zakat <i>online</i> terlebih dahulu.						
2.	Dengan adanya <i>platform fintech</i> yang menyediakan pembayaran zakat <i>online</i> , saya semakin yakin dan mantap untuk membayar zakat secara <i>online</i> . Tindakan saya ini merupakan tindakan yang benar.						
3.	Dengan adanya <i>platform fintech</i> yang menyediakan pembayaran zakat <i>online</i> , maka saya akan percaya pada <i>platform</i> yang saya pilih nantinya ketika saya akan membayar zakat secara <i>online</i> .						

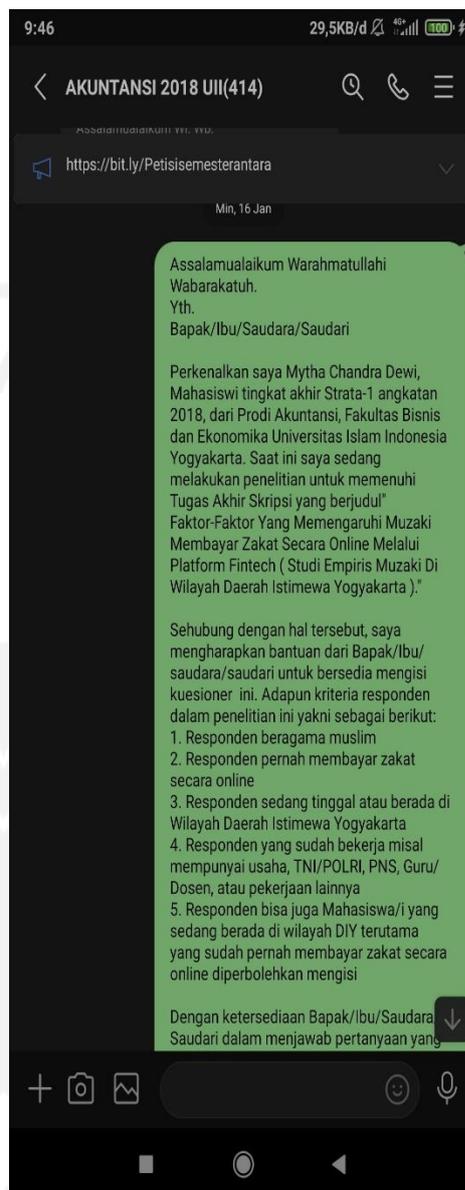
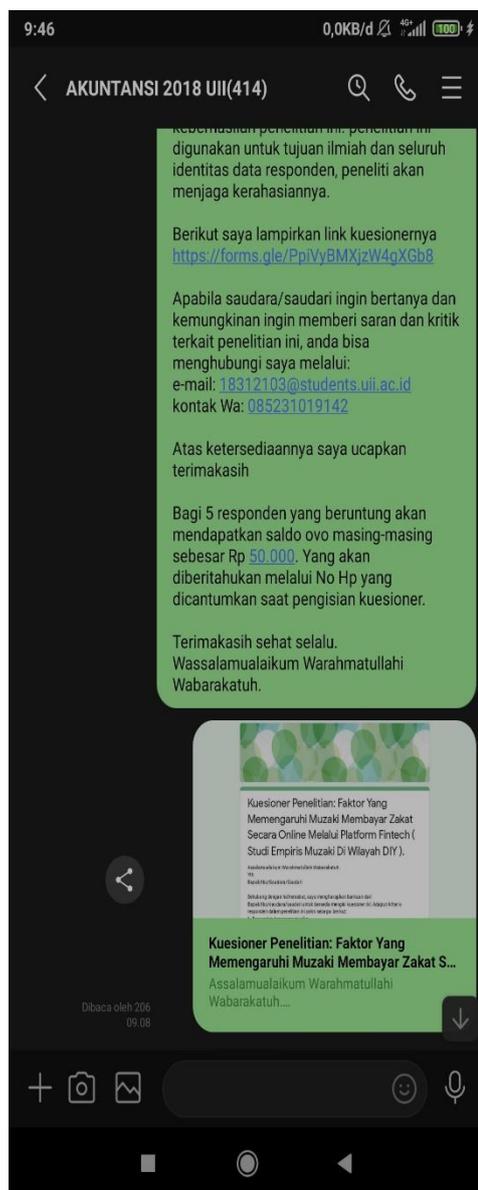
4.	Dengan membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i> , saya merasa <i>platform</i> tersebut aman untuk digunakan.						
5.	Setelah saya pernah membayar zakat secara <i>online</i> untuk pertama kalinya atau kesekian kalinya, maka saya tertarik kembali untuk membayar zakat secara <i>online</i> melalui <i>platform fintech</i> .						

LAMPIRAN 2

Bukti Penyebaran Kuesioner



Penyebaran kuesioner melalui media sosial: Ig



Penyebaran kuesioner melalui media sosial: Line



9:46 5,7KB/d 4G+ 100%

Kuesioner Penelitian: Faktor Yang Memengaruhi Muzaki Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech (Studi Empiris Muzaki Di Wilayah DIY).

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.
Yth.
Bapak/Ibu/Saudara/Saudari

Sehubung dengan hal tersebut, saya mengharapkan bantuan dari Bapak/Ibu/saudara/saudari untuk bersedia mengisi kuesioner ini. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Responden beragama muslim
2. Responden pernah membayar zakat secara online
3. Responden sedang tinggal atau berada di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta
4. Responden yang sudah bekerja misal mempunyai usaha, TNI/POLRI, PNS, Guru/Dosen, atau pekerjaan lainnya
5. Responden bisa juga Mahasiswa/i yang sedana berada di wilawah DIY terutama vana

< [Book] [Home] [Download] [Profile]

■ ● ◀

Form Kuesioner

<https://forms.gle/PpiVyBMXjzW4gXGb8>

LAMPIRAN 3

Tabulasi Data

(X1 = Persepsi Kegunaan)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total
4	5	5	4	18
5	5	4	4	18
6	6	5	5	22
5	5	5	5	20
5	6	5	5	21
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
5	6	5	5	21
5	6	5	6	22
6	6	6	6	24
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
5	6	6	5	22
6	6	6	6	24
4	4	4	3	15
5	5	6	4	20
5	6	6	6	23
6	6	6	6	24
4	5	4	5	18
5	6	5	5	21
6	5	4	3	18
5	4	4	4	17
5	6	5	4	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
6	4	5	5	20
6	5	5	5	21
5	6	5	5	21
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20

6	6	5	5	22
6	6	6	6	24
6	6	6	6	24
6	6	6	5	23
6	5	5	6	22
5	5	6	4	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	4	5	6	21
6	5	4	5	20
6	5	5	6	22
5	5	6	5	21
4	4	5	6	19
5	5	6	6	22
5	5	6	6	22
6	5	5	5	21
5	5	5	6	21
5	5	6	5	22
5	6	6	5	22
5	5	6	6	22
5	5	6	6	22
6	5	5	5	21
6	5	5	6	22
6	5	4	4	19
4	5	5	6	20
5	5	6	4	20
5	5	6	5	21
5	4	5	6	20
5	4	4	5	18
5	5	6	4	20
5	5	5	6	21
5	6	4	4	19
5	6	4	4	19
5	5	6	6	22
5	6	5	5	21
5	6	5	5	21
5	5	6	6	22
5	6	4	5	20
5	6	5	4	20

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

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

(X2 = Persepsi Kemudahan)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
4	3	4	4	4	3	22
4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	4	29
6	6	5	5	6	6	34
4	4	4	4	4	4	24
5	6	5	5	5	6	32
5	4	5	4	4	4	26
4	6	6	6	6	5	33
6	6	6	5	5	5	33
6	6	6	6	6	6	36
6	6	6	6	6	6	36
6	6	6	6	6	6	36
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26
4	6	5	5	6	5	31
6	6	6	6	6	6	36
4	5	4	4	4	4	25
5	5	6	5	6	4	31
6	6	6	6	6	6	36
6	6	6	6	6	6	36
5	4	5	5	5	4	28
6	4	3	4	4	5	26
4	6	6	6	5	5	32
3	5	4	4	3	5	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	6	5	5	5	31
6	6	6	6	6	5	35
4	6	6	4	6	6	32
5	5	6	5	5	5	31
5	3	4	4	4	3	23
5	5	5	6	5	5	31
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
6	6	6	6	6	6	36
6	6	6	6	6	6	36
6	6	6	6	6	6	36

6	6	6	6	5	6	35
6	6	6	6	6	6	36
6	5	5	6	6	6	34
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	5	6	6	5	5	31
4	5	6	4	5	5	29
5	5	6	6	5	5	32
5	5	5	5	5	6	31
6	5	4	5	5	6	31
5	5	4	5	5	6	30
6	5	5	6	5	6	33
5	6	6	5	6	5	33
6	5	5	5	5	6	32
5	5	6	6	6	6	34
5	5	5	5	6	5	32
5	5	5	5	6	6	32
6	6	6	5	6	5	34
4	5	5	5	6	5	30
6	6	5	5	5	6	33
6	6	5	6	5	5	33
5	5	5	5	6	5	31
6	6	5	4	5	5	31
4	5	5	4	6	6	30
6	6	5	4	4	4	29
5	5	4	6	4	5	29
5	6	5	5	6	4	31
4	6	5	5	4	6	30
6	4	4	6	6	5	31
5	5	6	6	5	4	31
6	6	5	5	4	5	31
6	5	5	5	5	6	32
5		5	5	6	6	27
5	6	5	6	6	5	33
5	4	4	5	6	5	29
6	4	5	6	6	5	32
5	5	5	6	4	4	29
5	6	5	6	6	4	32
5	6		5	5	5	26
5	5	6	6	4	4	30

4	5	5	6	6	5	31
5	5	6	4	5	5	30
4	6	4	5	5	5	29
5	6	6	6	6	5	34
6	6	5	4	6	5	32
6	6	6	5	5	4	32
5	4	4	5	6	6	30
6	5	5	4	5	6	31
6	5	5	6	5	5	32
6	5	6	6	6	5	34
4	6	5	6	6	5	32
4	5	6	5	6	6	32
6	4	4	5	5	6	30
6	5	6	5	6	5	33
4	5	6	5	4	4	28
5	5	5	4	5	6	30
6	5	4	5	4	4	28
5	6	6	6	5	5	33
5	5	6	6	6	6	34
5	6	4	5	5	6	31
5	6	6	4	5	5	31
5	5	5	6	6	6	33
4	6	6	6	5	5	32
5	6	5	4	5	6	31
4	5	6	4	4	5	28
4	6	6	5	5	5	31
6	5	6	5	5	4	31
4	5	5	5	6	6	31
4	6	6	5	5	4	30
5	4	6	5	5	6	31
5	6	5	4	5	6	31
6	6	6	6	6	6	36
6	6	5	4	5	5	31
6	6	6	5	5	6	34
6	5	5	4	5	5	30
5	6	5	5	6	6	33
6	5	5	6	5	4	31
5	5	5	6	6	5	32
5	5	4	5	5	6	30
5	4	5	4	6	6	30
4	4	4	5	5	6	28
5	6	5	6	6	6	34

5	4	5	6	5	5	30
4	6	6	5	4	6	31
5	6	5	6	5	6	33
5	4	5	6	5	5	30
4	5	5	4	4	5	27
5	6	5	4	5	6	31
4	5	5	6	6	4	30
5	5	5	6	6	5	32
6	6	5	5	5	6	33
5	6	6	5	5	6	33
6	6	4	5	5	6	32
6	4	6	5	5	6	32
4	5	6	6	5	5	31
6	6	5	6	5	6	34
4	5	6	6	5	5	31
5	5	6	5	6	6	33
5	5	4	4	4	6	28
4	5	6	5	5	6	31
5	4	4	5	5	5	28
4	5	5	5	4	4	27
4	4	5	5	6	5	29
6	6	5	6	6	5	34
6	6	5	4	5	5	31
4	4	4	5	4	5	26
4	4	4	5	4	5	26
6	5	5	4	5	6	31
6	5	5	6	5	5	32

(X3 = Keamanan dan *Privasi*)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
4	4	6	6	20
6	5	6	6	23
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
6	4	4	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	5	3	5	17
6	5	6	5	22
6	5	6	5	22
6	6	6	6	24
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
6	6	6	5	23
6	6	6	6	24
4	4	4	4	16
5	5	5	6	21
6	6	5	6	23
6	6	6	6	24
4	5	4	5	18
5	4	5	6	20
5	5	5	5	20
4	4	3	5	16
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
6	6	6	6	24
5	6	5	5	21
4	6	5	4	19
4	3	4	3	14
4	5	4	5	18
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
6	5	6	6	23
6	6	6	6	24
6	6	6	6	24

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

4	4	5	5	18
6	6	5	4	21
5	5	6	4	20
5	5	6	6	22
5	5	4	6	20
5	6	6	6	23
4	5	5	6	20
6	5	5	6	22
5	4	4	4	17
5	5	6	5	21
4	4	5	5	18
6	5	6	5	22
5	4	5	6	20
4	5	6	6	21
5	6	5	4	20
6	5	6	5	22
5	6	5	5	21
6	5	5	6	22
5	5	6	6	22
4	5	4	5	18
4	4	4	6	18
4	6	5	5	20
4	4	4	6	18
4	4	5	6	20
4	5	5	4	17
4	4	5	6	20
4	4	6	5	19
4	5	4	5	18
4	5	5	6	20
5	4	6	5	20
5	5	4	5	19
4	5	4	4	17
5	6	6	5	22
6	4	5	6	21
6	5	5	5	21
4	5	6	5	20
5	6	6	5	22
5	5	5	5	21
5	6	6	5	22
4	5	6	5	20
5	5	5	5	20
6	5	6	6	23

4	5	5	6	20
4	6	6	5	21
6	6	6	5	23
6	6	4	5	21
6	5	5	6	22
5	6	6	5	22
6	5	5	6	22
6	5	5	6	22
4	6	6	4	20
5	6	5	5	21
6	6	4	5	21
6	6	5	5	22
5	6	5	4	20
6	5	4	4	19
5	6	6	4	21
5	5	6	6	22
5	6	5	4	20
5	6	3	5	19
5	5	5	4	19
4	5	5	4	18
5	6	5	5	21
6	5	5	6	22
5	4	4	4	17
6	5	5	6	22
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
6	5	5	5	21

(X4 = Tingkat Kepercayaan)

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	5	22
4	4	5	6	6	25
4	5	5	4	4	22
5	6	6	6	5	28
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
5	5	4	5	5	24
5	6	5	5	6	27
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	3	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	6	26
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	6	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	4	5	4	4	22
5	6	6	6	6	29
4	4	5	5	5	23
5	3	5	4	3	20
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	4	4	4	24
4	5	4	6	5	24
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30

6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	6	26
6	5	5	6	5	27
5	6	6	5	5	27
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	6	6	26
6	6	5	5	6	28
5	4	5	6	6	26
6	6	5	6	5	28
5	5	5	6	6	27
5	6	6	6	5	28
5	5	6	6	5	27
6	5	4	5	5	25
5	5	6	6	6	28
6	6	5	5	4	26
5	5	6	5	5	26
5	5	5	5	6	26
6	5	5	6	5	27
5	5	5	6	5	26
5	5	6	6	6	28
5	6	6	6	5	28
6	5	5	5	6	27
5	5	6	4	5	25
6	5	5	4	5	25
5	4	5	6	5	25
4	4	5	5	6	24
6	6	5	6	4	27
6	5	5	4	4	24
4	4	5	5	6	24
5	5	4	6	5	25
5	5	6	6	5	27
6	6	6	6	5	29
4	5	5	5	6	25
6	6	5	6	5	28
5	5	5	4	6	25
5	5	5	6	6	27
4	6	5	5	4	24
4	6	4	5	6	25
5	6	5	6	5	27
5	4	5	5	6	25

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

6	4	5	5	6	26
4	6	6	5	5	26
6	6	5	5	6	28
6	5	6	5	5	27
5	6	5	4	4	24
5	4	6	5	6	26
4	6	5	5	5	25
5	6	6	5	5	27
5	6	4	4	6	25
6	5	6	6	5	28
6	5	4	6	4	25
6	5	6	6	6	29
5	6	6	4	5	26
6	5	4	5	6	26
5	6	5	5	6	27
6	5	6	6	6	29
5	6	6	5	5	27
5	4	5	6	6	26
4	4	5	5	5	23
6	6	5	5	6	28
5	6	5	6	6	28
5	5	4	5	5	24
5	5	4	6	5	25
5	6	6	5	6	28
5	4	4	5	5	23
5	6	5	5	5	26
6	6	5	5	6	28

الجمهورية العربية السورية
الجامعة اللبنانية
الكلية الهندسية

(Y1 = Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara *Online*)

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total
6	4	4	4	4	22
6	5	5	4	4	24
4	3	4	3	4	18
5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	6	27
4	4	4	4	4	20
6	5	6	5	5	27
5	4	4	5	4	22
6	5	5	5	6	27
6	6	5	5	5	27
6	6	6	5	5	28
6	6	6	6	6	30
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
6	5	5	6	6	28
6	6	6	6	6	30
4	4	4	4	4	20
6	5	5	5	4	25
6	6	6	6	6	30
6	6	6	6	6	30
5	5	4	4	5	23
6	4	5	4	5	24
6	2	3	2	2	15
5	5	4	4	3	21
4	5	5	6	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
6	6	6	6	6	30
5	5	6	6	6	28
5	5	6	4	5	25
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
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	5	5	5	26
5	6	5	5	5	26
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	26
5	5	5	5	5	25
5	5	6	6	5	27
4	5	6	6	5	26
4	5	5	6	6	26
4	5	5	6	5	25
6	5	5	5	6	27
5	5	5	6	6	27
5	5	5	6	6	27
6	5	5	6	5	27
6	5	5	5	5	26
5	5	6	6	5	27
5	5	6	5	5	26
6	6	6	5	5	28
6	5	5	5	6	27
5	5	6	6	4	26
5	5	6	6	5	27
5	5	6	5	5	26
6	5	5	5	5	26
5	6	5	4	5	25
5	5	4	6	5	25
6	5	4	6	4	24
5	6	6	4	5	25
4	5	5	6	6	26
5	4	6	6	5	26
6	6	4	4	5	25
4	6	5	5	4	24
5	5	6	6	6	28
6	6	5	5	5	27
5	4	5	6	6	26
6	4	5	5	6	26
4	4	4	5	6	23
5	6	6	4	5	26
4	4	5	5	6	24
5	5	5	6	5	26
5	4	6	5	4	24

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

5	6	5	5	6	27
5	5	6	5	5	26
5	6	5	6	6	28
5	6	6	6	5	28
5	6	5	5	6	27
4	5	6	5	6	26
4	4	6	5	6	25
6	5	6	5	5	27
5	5	6	6	5	27
5	6	6	4	6	27
5	6	6	5	6	28
5	5	6	6	5	27
6	6	4	5	4	25
5	6	5	6	6	28
6	6	6	5	5	28
5	6	5	5	6	27
5	6	6	6	5	28
5	5	6	4	5	25
5	5	4	5	3	22
4	5	5	6	6	26
5	6	5	5	5	26
4	5	4	5	5	23
6	6	5	6	5	28
5	6	5	5	4	25
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
6	6	6	5	5	28

LAMPIRAN 4

Uji Instrumen

A. Uji Validitas

Menggunakan Aplikasi Excel 2013

128	5	5	6	6	5	6	5	4	5	6	5	6	6	5	5	4	6	5	6	4	5	6	5	6	127	
129	4	4	6	5	4	5	5	6	6	4	6	5	5	6	4	6	5	5	5	4	4	6	5	6	121	
130	6	5	4	5	5	5	5	6	6	5	6	5	5	6	5	6	6	5	5	6	5	6	5	5	128	
131	5	6	4	5	6	6	5	5	5	6	4	6	6	4	5	6	4	4	6	5	5	6	6	5	125	
132	5	5	6	6	5	6	6	5	5	6	5	6	5	5	6	5	6	6	5	5	6	6	4	6	131	
133	5	5	6	4	6	6	4	5	5	6	6	6	4	5	6	5	4	6	4	5	6	6	5	6	126	
134	6	4	5	5	6	4	6	5	5	6	6	5	5	6	5	6	5	6	6	6	5	5	6	5	130	
135	6	5	6	4	4	5	6	6	5	5	6	5	5	6	6	4	5	6	6	4	5	6	4	5	123	
136	6	5	5	5	6	6	5	6	5	6	6	5	4	4	6	5	4	5	6	5	6	5	6	6	128	
137	6	6	6	5	4	5	6	6	5	5	6	6	4	5	6	5	5	6	6	6	6	5	5	5	130	
138	6	5	6	6	5	5	6	5	6	6	5	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	5	6	134	
139	6	6	6	5	5	4	4	4	4	6	5	6	5	4	5	6	6	5	5	5	6	6	6	5	126	
140	6	5	5	5	4	5	6	5	5	6	5	6	3	5	5	4	5	6	6	5	5	6	4	5	122	
141	6	6	6	6	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	116		
142	6	5	4	6	4	5	5	5	4	4	5	5	4	6	6	5	5	6	4	5	5	6	6	120		
143	6	6	5	6	4	4	5	5	6	5	5	6	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	127		
144	6	6	6	5	6	5	6	5	6	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	126		
145	6	6	6	5	6	6	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	6	5	6	6	5	6	124		
146	6	5	5	6	4	4	4	5	4	5	6	5	5	6	5	6	6	5	6	5	5	5	4	123		
147	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	104		
148	5	5	5	6	6	5	5	4	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	123		
149	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	5	5	6	6	5	6	6	6	5	5	5	130		
150	0.5088	0.3403	0.5226	0.559	0.4935	0.4556	0.462	0.5005	0.5666	0.5944	0.5833	0.5428	0.5267	0.4588	0.5625	0.5682	0.4796	0.5124	0.5069	0.3498	0.5581	0.6155	0.5857	0.6016	R HITUNG	
151	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	0.159	R TABEL	
152	Valid	KET																								
153	0.3935	0.4881	0.5325	0.6359	0.6016	0.5516	0.5223	0.5543	0.5142	0.5673	0.6013	0.5316	0.6036	0.5408	0.5289	0.5908	0.5317	0.5482	0.4917	0.4718	0.5639	0.559	0.5948	0.6018	VARIAN	
154																									13.101	JUM VARIAN &
155																									84.791	VAR TOT
156																										
157																										
158																										
159																										
160																										
161																										
162																										
163																										
164																										
165																										
166																										
167																										
168																										
169																										
170																										

Keterangan:

1. Warna merah = X1 yakni dari X1.1 – X1.4 di bawahnya ada hasil uji validitas r hitung berwarna orange dan r tabel berwarna pink dengan nilai 0,159.
2. Warna kuning = X2 yakni dari X2.1 – X2.6 di bawahnya ada hasil uji validitas r hitung berwarna orange dan r tabel berwarna pink dengan nilai 0,159.
3. Warna hijau = X3 yakni dari X3.1 – X3.4 di bawahnya ada hasil uji validitas r hitung berwarna orange dan r tabel berwarna pink dengan nilai 0,159.

4. Warna biru = X4 yakni dari X4.1 – X4.5 di bawahnya ada hasil uji validitas r hitung berwarna orange dan r tabel berwarna pink dengan nilai 0,159.

5. Warna ungu = Y1 yakni dari Y1.1 – Y1.5 di bawahnya ada hasil uji validitas r hitung berwarna orange dan r tabel berwarna pink dengan nilai 0,159.

B. Uji Reliabel

Menggunakan Aplikasi Jamovi 2.2.5

X1 Persepsi Kegunaan

Scale Reliability Statistics

	mean	sd	Cronbach's α
scale	5.26	0.579	0.741

Item Reliability Statistics

	mean	sd	item-rest correlation
1	5.44	0.746	0.510
2	5.38	0.697	0.497
3	5.06	0.776	0.598
4	5.15	0.857	0.541

X2 Persepsi Kemudahan

Scale Reliability Statistics

	mean	sd	Cronbach's α
scale	5.04	0.670	0.869

Item Reliability Statistics

	mean	sd	item-rest correlation
5	4.91	0.866	0.567
6	5.12	0.946	0.692
7	5.18	0.797	0.707
8	5.00	0.853	0.621
9	4.97	0.797	0.730
10	5.09	0.900	0.701

X3 Keamanan dan Privasi

Scale Reliability Statistics

	mean	sd	Cronbach's α
scale	4.87	0.689	0.774

Item Reliability Statistics

	mean	sd	item-rest correlation
11	4.94	0.919	0.656

Item Reliability Statistics

	mean	sd	item-rest correlation
12	4.85	0.821	0.571
13	4.76	0.923	0.547
14	4.91	0.900	0.540

X4 Tingkat Kepercayaan

Scale Reliability Statistics

	mean	sd	Cronbach's α
scale	5.05	0.644	0.824

Item Reliability Statistics

	mean	sd	item-rest correlation
15	5.06	0.851	0.539
16	5.00	0.921	0.661
17	4.94	0.736	0.564
18	5.03	0.834	0.583
19	5.24	0.855	0.754

Y1 Keputusan Muzaki Membayar Zakat *Online*

Scale Reliability Statistics

	mean	sd	Cronbach's α
scale	5.02	0.728	0.853

Item Reliability Statistics

	mean	sd	item-rest correlation
20	5.15	0.657	0.232
21	5.15	1.019	0.825
22	4.94	0.886	0.767
23	5.00	0.953	0.783
24	4.85	1.019	0.727

LAMPIRAN 5

Uji Deskriptif

Menggunakan Excel 2013

	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1				X1	X2	X3	X4	Y					
2													
3				Mean	20.69128	Mean	30.91946	Mean	20.26174	Mean	25.85235	Mean	25.80537
4				Standard	0.149641	Standard	0.232791	Standard	0.166971	Standard	0.185492	Standard	0.194864
5				Median	21	Median	31	Median	20	Median	26	Median	26
6				Mode	20	Mode	31	Mode	20	Mode	25	Mode	25
7				Standard	1.826603	Standard	2.841575	Standard	2.038136	Standard	2.264222	Standard	2.378615
8				Sample V _e	3.336477	Sample V _e	8.074551	Sample V _e	4.154	Sample V _e	5.126701	Sample V _e	5.657809
9				Kurtosis	0.613541	Kurtosis	0.632825	Kurtosis	0.172839	Kurtosis	0.347843	Kurtosis	2.866577
10				Skewness	-0.50375	Skewness	-0.5442	Skewness	-0.5941	Skewness	-0.37018	Skewness	-0.97148
11				Range	9	Range	14	Range	10	Range	10	Range	15
12				Minimum	15	Minimum	22	Minimum	14	Minimum	20	Minimum	15
13				Maximum	24	Maximum	36	Maximum	24	Maximum	30	Maximum	30
14				Sum	3083	Sum	4607	Sum	3019	Sum	3852	Sum	3845
15				Count	149								
16													



LAMPIRAN 6

Uji Asumsi Klasik

A. Uji Multikolinieritas

Menggunakan Aplikasi Jamovi 2.2.5

	VIF	Tolerance
X1(KEGUNAAN)	1.68	0.597
X2(KEMUDAHAN)	1.64	0.611
X3(KEAMANAN)	1.72	0.582
X4(KEPERCAYAAN)	2.24	0.447

B. Uji Heteroskedastitas

Menggunakan Aplikasi Jamovi 2.2.5

	Statistic	p
Breusch-Pagan	6.99	0.136
Goldfeld-Quandt	0.925	0.627
Harrison-McCabe	0.518	0.640

Note. Additional results provided by *moretests*

C. Uji Normalitas

Menggunakan Aplikasi Jamovi 2.2.5

	Statistic	P
Shapiro-Wilk	0.883	< .001
Kolmogorov-Smirnov	0.0956	0.134
Anderson-Darling	2.55	< .001

Note. Additional results provided by *moretests*

LAMPIRAN 7

Pengujian Hipotesis

A. Regresi Linier Berganda

Menggunakan Aplikasi Jamovi 2.2.5

Data Summary

Cook's Distance

Mean	Median	SD	Range	
			Min	Max
0.0112	0.00147	0.0423	4.95e-9	0.339

Karena nilai range max 0,339, artinya kurang dari 1, maka tidak terdapat data outlier.

Model Coefficients - Y(KEPUTUSAN)

Predictor	Estimate	SE	T	P	Stand. Estimate
Intercept	2.107	1.8132	1.16	0.247	
X1(KEGUNAAN)	0.294	0.0934	3.15	0.002	0.226
X2(KEMUDAHAN)	0.167	0.0609	2.75	0.007	0.195
X3(KEAMANAN)	0.384	0.0841	4.57	< .001	0.332
X4(KEPERCAYAAN)	0.180	0.0884	2.04	0.043	0.169

B. Uji t (Uji Parsial)

Menggunakan Aplikasi Jamovi 2.2.5

Predictor	Estimate	SE	T	P	Stand. Estimate
Intercept	2.107	1.8132	1.16	0.247	
X1(KEGUNAAN)	0.294	0.0934	3.15	0.002	0.226
X2(KEMUDAHAN)	0.167	0.0609	2.75	0.007	0.195
X3(KEAMANAN)	0.384	0.0841	4.57	< .001	0.332
X4(KEPERCAYAAN)	0.180	0.0884	2.04	0.043	0.169

Predictor	Estimate	SE	T	P	Stand. Estimate
-----------	----------	----	---	---	-----------------

C. Uji f (Uji Simultan)
Menggunakan Aplikasi Jamovi 2.2.5

Model Fit Measures

Model	R	R ²	AIC	BIC	RMSE	Overall Model Test			
						F	df1	df2	P
1	0.749	0.560	564	582	1.56	45.6	4	143	< .001

D. Uji Koefisien Determinasi
Menggunakan Aplikasi Jamovi 2.2.5

Model Fit Measures

Model	R	R ²	AIC	BIC	RMSE	Overall Model Test			
						F	df1	df2	P
1	0.749	0.560	564	582	1.56	45.6	4	143	< .001