

**PENERAPAN TAM (*TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*) DALAM  
IMPLEMENTASI WAKAF UANG SECARA *ONLINE*  
(STUDI PADA MAHASISWA FIAI UII)**

*Application of TAM (Technology Acceptance Model) in the Implementation of  
Online Cash Waqf (Case Study of FIAI UII Students)*

Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana  
Ekonomi dari Program Ekonomi Islam



Oleh :

**CIKAL RAFIF INTI FADHA**

**18423082**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JURUSAN STUDI ISLAM  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA  
2023**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Cikal Rafif Inti Fadha  
Nomor Induk Mahasiswa : 18423082  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Tugas Akhir : **Penerapan TAM (*Technology Acceptance model*)  
Dalam Implementasi Wakaf Uang Secara Online  
(Studi Kasus Mahasiswa FIAI UII)**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan tugas akhir perintisan bisnis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 15 Februari 2023



Cikal Rafif Inti Fadha

## NOTA DINAS

Yogyakarta, 03 Sya'ban 1444H  
23 Februari 2023

Hal : Skripsi  
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam  
Universitas Islam Indonesia  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1583/Dek/60/DAATI/FIAI/XII/2022 tanggal 09 Desember 2022/15 Jummadil Awal 1444 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Cikal Rafif Inti Fadha  
NIM : 18423082  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Penerapan TAM (*Technology Acceptance Model*)  
Dalam Implementasi Wakaf Uang Secara *Online*  
(Studi Kasus Mahasiswa FIAI UII)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, Bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang di maksud.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb. s*

Dosen Pembimbing

**Rakhmawati, S.Stat., MA., M.Sc**

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Cikal Rafif Inti Fadha  
NIM : 18423082  
Judul Skripsi : Penerapan TAM (*Technology Acceptance Model*)  
Dalam Implementasi Wakaf Uang Secara *Online*  
(Studi Kasus Mahasiswa FIAI UII)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah Skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta

**Rakhmawati, S.Stat., MA., M.Sc**

# LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4511  
F. (0274) 898463  
E. [fiail@uii.ac.id](mailto:fiail@uii.ac.id)  
W. [fiail.uui.ac.id](http://fiail.uui.ac.id)

## PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 13 Maret 2023  
Judul Tugas Akhir : Penerapan TAM (Technology Acceptance Model) dalam Implementasi Wakaf Uang Secara Online  
Disusun oleh : CIKAL RAFIF INTI FADHA  
Nomor Mahasiswa : 18423082

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

### TIM PENGUJI:

Ketua	: Dr. Siti Achiria, SE, MM	
Penguji I	: Sofwan Hadikusuma, Lc, ME	
Penguji II	: Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.	
Pembimbing	: Rakhmawati, S.Stat, MA	

Yogyakarta, 21 Maret 2023



Dr. Drs. Asmuni, MA

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil alamin, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan rahmatnya. Sholawat dan salam saya curahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafaatnya hingga akhir zaman dan tak lupa juga kepada seluruh keluarga dan para sahabat Nabi Muhammad SAW. Melalui sebuah karya kecil ini saya susun dengan sebaik-baiknya dan saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya, Dedi Damyudi dan Ety Kusumawaty serta saudara perempuan saya Unnaisa Nubaila Affifah. Saya ucapkan Terima kasih banyak atas segala doa, cinta dan kasih sayang, atas semua motivasi, atas segala dukungan, atas segala kebahagiaan serta atas segala pengorbanan dan jerih payah yang tidak ada hentinya. Semoga engkau selalu diringi rahmat Allah SWT, diberikan kesehatan, nikmat, keberkahan dan dilancarkan rizki-Nya.

Terima kasih kepada seluruh jajaran dosen Ekonomi Islam FIAI UII tanpa terkecuali yang telah memberikan kesempatan untuk belajar di Prodi Ekonomi Islam FIAI UII dan segala ilmu yang telah diberikan kepada saya. Terima kasih khususnya kepada dosen pembimbing saya Ibu Rakhmawati, S.Stat., MA., M.Sc yang telah memberikan arahan, saran, waktu dan kesabarannya dalam proses membimbing saya selama ini. Semoga Allah SWT membalas jasa kalian dengan memberikan kesehatan, nikmat, rizki dan rahmatnya disetiap langkah.

Terima kasih banyak juga saya ucapkan untuk sahabat-sahabat saya, dan teman seperjuangan di prodi Ekonomi Islam UII yang telah memberikan dukungan semangat dan motivasinya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini. Dan tidak lupa juga Terima kasih untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan selalu semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

## MOTTO

“Berbagi hadiahlah kalian, niscaya kalian akan saling mencintai”

HR. Bukhori : 594



## ABSTRAK

### PENERAPAN TAM (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL) DALAM IMPLEMENTASI WAKAF UANG SECARA *ONLINE* (STUDI PADA MAHASISWA FIAI UII)

CIKAL RAFIF INTI FADHA

18423082

Sebagai upaya mengurangi angka kemiskinan Islam menitik beratkan kepada keadilan ekonomi pada pendistribusian pendapatan. Islam sudah menyediakan berbagai instrumen untuk dapat merealisasikan ini salah satunya wakaf uang. Untuk menekan angka kemiskinan maka wakaf uang secara online menyimpan segudang potensi yang masih belum bisa dimaksimalkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Subjective Norms*, Literasi Wakaf Uang, *Perceived Trust*, *Perceived Security*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* terhadap *Intention to Use* atau intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online*. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan *Convenience Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda serta menggunakan uji hipotesis uji T, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa 6 variabel penelitian yaitu *Subjective Norms*, Literasi Wakaf Uang, *Perceived Trust*, *Perceived Security*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Usefulness* mempengaruhi intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online* secara signifikan dan positif. Hasil ini juga menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh *Subjective Norms*, semakin tinggi Literasi Wakaf Uang, *Perceived Trust*, *Perceived Security*, *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* akan mempengaruhi intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online*.

**Kata Kunci:** *Wakaf uang online, Literasi Wakaf Uang, TAM, Intention to Use*



## **ABSTRACT**

### ***THE APPLICATION OF TAM (TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL) IN THE IMPLEMENTATION OF ONLINE CASH WAQF (STUDY ON FIAI UII STUDENTS)***

**CIKAL RAFIF INTI FADHA**

**18423082**

*As an effort to reduce poverty, Islam emphasizes economic justice in the distribution of income. Islam has provided various instruments to be able to realize this, one of which is cash waqf. To reduce poverty, online cash waqf has a lot of potential that still cannot be maximized. This study aims to determine the effect of Subjective Norms, Cash Waqf Literacy, Perceived Trust, Perceived Security, Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Intention to Use or the intention of FIAI UII students to use online cash waqf services. The sample selection was carried out using Convenience Sampling. This study uses quantitative methods with multiple linear regression analysis techniques and uses the T test hypothesis test, F test, and the coefficient of determination. The results of this study explain that the 6 research variables, namely Subjective Norms, Cash Waqf Literacy, Perceived Trust, Perceived Security, Perceived Ease of Use, and Perceived Usefulness affect the intention of FIAI UII students to use online cash waqf services significantly and positively. These results also show that the greater the influence of Subjective Norms, the higher the Cash Waqf Literacy, Perceived Trust, Perceived Security, Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness will affect the intention of FIAI UII students to use online cash waqf services.*

**Keywords:** *Online cash waqf, Cash Waqf Literacy, TAM, Intention to Use*

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN**  
**KEPUTUSAN BERSAMA**  
**MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**  
**REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

**A. Konsonan**

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

<b>Huruf Arab</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf Latin</b>	<b>Nama</b>
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal Tunggal

### 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا	Fathah dan ya	ai	a dan u
وَا	Fathah dan wau	au	a dan u

Tabel 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila

- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ..ىَ..وُ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ىِ..وِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ..وِ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Tabel 0. 4 Transliterasi Maddah

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

#### 1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ      raudah al-attfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ      al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ      talhah

**E. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ      nazzala
- الْبِرُّ      al-birr

**F. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

## 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

## G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- |   |  |   |
|---|--|---|
| - | وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ | Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/<br>Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn |
| - | بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا      | Bismillāhi majrehā wa mursāhā   |

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- |   |                                       |   |
|---|---------------------------------------|---|
| - | الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ | Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/<br>Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn |
| - | الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ                | Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm                                |
- Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan

Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

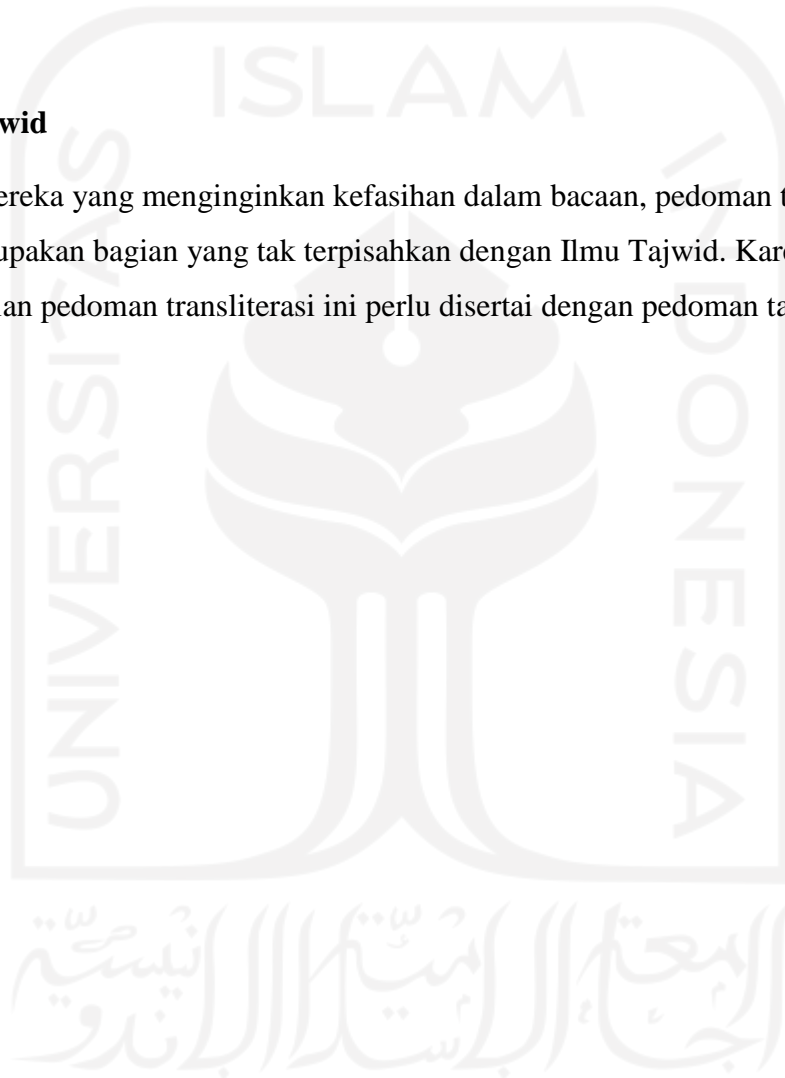


Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ                      Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا                      Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



## KATA PENGANTAR

*Assalammu'alaikum Wr.Wb*

Alhamdulillahirrabbi'l'alamiin, Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Penerapan TAM (*Technology Acceptance Model*) Dalam Implementasi Wakaf Uang Secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa FIAI UII)” dapat selesai dengan baik. Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman serta petunjuk disetiap kehidupan manusia.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak Terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA. beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, L.c, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
5. Ibu Rakhmawati, S.Stat., MA., M.Sc selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

6. Seluruh Dosen dan staff Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam dengan baik.
7. Bapak Dedi Damyudi dan Ibu Etty Kusumawaty selaku orangtua saya yang telah memberikan dukungan dan doa bagi saya.
8. Unnaisa selaku adik saya yang saya sayangi selalu memberikan semangat dan dukungan.
9. Syifa Tasya Kamila yang selalu mendukung dan memotivas saya terus menerus.
10. Kepada sahabat-sahabat saya Fachry, Najla, Aan, Nabiil, Farhan, Daffa, Toha, Tuban dan teman-teman seperjuangan saya di program studi ekonomi islam yang telah memberikan semangat dan mendukung saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Semoga kebaikan kalian menjadi kebaikan untuk hari yang akan datang.
11. Serta semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan satu per satu. Tanpa bermaksud mengurangi rasa terima kasih penulis kepada kalian semua.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan laporan akhir ini untuk itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun di terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 23 Feberuari 2023



(Cikal Rafif Inti Fadha)

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>NOTA DINAS</b> .....	iii
<b>REKOMENDASI PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN</b> .....	x
<b>KEPUTUSAN BERSAMA</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xviii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xx
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xxii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xxiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	11
A. Telaah Pustaka .....	11
B. Landasan Teori .....	17
C. Hipotesis .....	26
D. Kerangka Berfikir .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	32
A. Desain Penelitian .....	32
B. Lokasi Penelitian .....	32

C. Objek dan Subjek Penelitian.....	33
D. Populasi dan Sampel.....	33
E. Sumber Data .....	34
F. Teknik Pengumpulan Data .....	35
G. Definisi Operasional Variabel .....	35
H. Instrumen Penelitian .....	42
I. Uji Instrumen Data .....	42
J. Teknik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
A. Hasil Pengumpulan data .....	47
B. Deskriptif Statistik.....	51
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	54
D. Uji Asumsi Klasik .....	56
E. Analisis Regresi Berganda.....	60
F. Uji Parsial (Uji-t) .....	61
G. Hasil Koefisien Determinasi.....	63
H. Uji Statistik F (Simultan).....	64
I. Pembahasan Hipotesis .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>71</b>
A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>
A. Kuisisioner Penelitian .....	78
B. Tabulasi Responden.....	87
C. Laporan hasil output SPSS .....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Islamic Charity CAF Word Giving Indeks</i> .....	3
Gambar 1. 2 Jumlah Transaksi Uang Elektronik 2016-2018 oleh BI .....	5
Gambar 2. 1 Technology Acceptance Mode .....	23
Gambar 2. 2 Pembaharuan TAM .....	24



## DAFTAR TABEL

Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan .....	xi
Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal Tunggal .....	xii
Tabel 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap.....	xii
Tabel 0. 4 Transliterasi Maddah .....	xiii
Tabel 3. 1 Definisi variabel.....	36
Tabel 3. 2 Variabel Indikator .....	39
Tabel 4. 1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin.....	47
Tabel 4. 2 Deskripsi responden berdasarkan usia .....	48
Tabel 4. 3 Deskripsi responden berdasarkan domisili .....	48
Tabel 4. 4 Deskripsi responden berdasarkan penggunaan wakaf online .....	49
Tabel 4. 5 Deskripsi responden berdasarkan pengguna donasi <i>online</i> .....	50
Tabel 4. 6 Deskripsi responden berdasarkan platform donasi <i>online</i> .....	51
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif .....	52
Tabel 4. 8 Uji Validitas .....	54
Tabel 4. 9 Uji Realibilitas .....	56
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	57
Tabel 4. 11 Uji Multikolineritas .....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji-t Statistik.....	62
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi .....	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik F.....	64

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sebagai usaha untuk memberantaskan kemiskinan Islam menitik beratkan keadilan sosial-ekonomi serta pendistribusian pendapatan yang merata. Wakaf merupakan salah satu mekanisme alokasi pendapatan dalam ekonomi Islam. Wakaf, selain sebagai bentuk ibadah kepada Allah SWT, juga dapat menjadi sarana untuk mencapai kesejahteraan sosial. Masyarakat pada umumnya pun hanya beranggapan bahwa wakaf itu hanya berlaku pada sesuatu yang besar misal rumah, tanah, masjid dan sekolah. Setelah dikeluarkannya fatwa boleh melakukan wakaf uang pada tahun 2002 yang dilanjutkan dengan rancangan UU Nomor 41 Tahun 2004 yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia peluang untuk berwakaf di Indonesia pun muncul (Haniah Lubis, 2020).

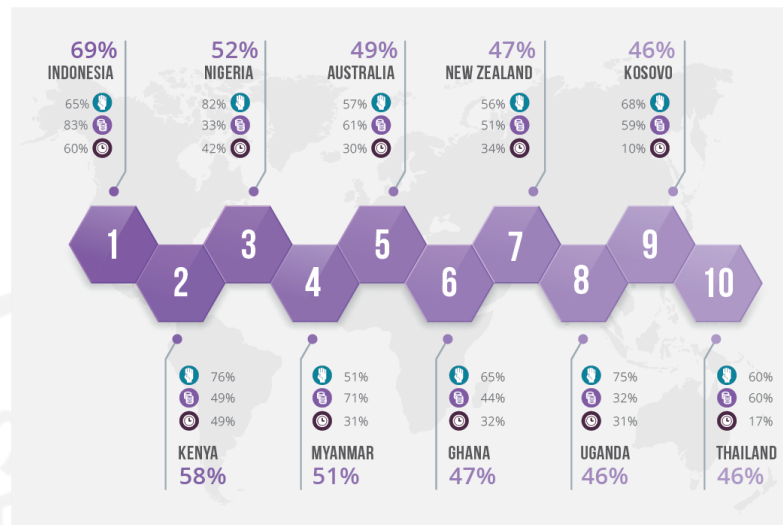
Dana wakaf uang pun tidak serta merta hanya bisa digunakan untuk kegiatan ekonomi produktif melainkan hal seperti kegiatan sosial dengan tujuan membantu kaum dhuafa dan kepentingan umat juga bisa, disambut positif oleh beberapa bank syari'ah dan lembaga wakaf uang mereka pun mulai mengeluarkan produk dan fasilitas yang menunjang wakaf uang ini. Sebagai contoh, Baitul Mal Muamalat menciptakan Waqaf Tunai Muamalat (Waqtum), Dompot Dhuafa Republika memperkenalkan Tabungan Wakaf Tunai (TWI), dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) menghadirkan produk wakaf uang. Pergerakan masif lembaga ini pun membuktikan bahwasannya wakaf uang menyimpan potensi yang sangat besar bahkan bisa menjadi salah satu andalan umat muslim. Seiring perkembangan zaman wakaf uang pun tidak ingin tertinggal dalam berinovasi salah satunya ialah wakaf uang secara *online*. Kemunculan ini pun tidak lepas dari perkembangan pesat teknologi informasi diikuti dengan pandemi covid-19 yang memaksakan kita untuk semakin memaksimalkan teknologi yang kita miliki (Yusuf, 2016). Jika wakaf uang kita pahami sebagai wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga,



atau badan hukum dalam bentuk uang, maka wakaf uang *online* adalah transaksi wakaf yang dilakukan secara *online* oleh siapa saja, kapan saja, dan di mana saja dengan bantuan akad dan media internet.

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan dengan judul “Determinan Niat Mahasiswa Terhadap Wakaf Tunai Secara *Online* Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model” (Qolbi & Sukmana, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak dari kepercayaan dan citra situs web, serta persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat, terhadap keputusan siswa untuk membayar wakaf tunai secara *online*. Pada penelitian ini memposisikan kepercayaan sebagai variabel yang memiliki koneksi terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaat, disamping variabel kepercayaan penelitian ini pun menambahkan variabel citra pada website. Penelitian ini pun memperlihatkan kita bahwa citra perusahaan memiliki dampak positif yang signifikan terhadap intensi untuk melakukan wakaf uang secara *online* diikuti persepsi kegunaan serta persepsi kemudahan yang juga dipengaruhi oleh citra perusahaan. Selanjutnya kepercayaan menjadi pengaruh positif yang signifikan terhadap intensi yang menjadi pondasi dalam intensi untuk menggunakan.

Layanan wakaf *online* sangat membantu para wakif untuk membayar wakaf hari-hari ini apalagi dengan adanya pandemi saat ini. Efisiensi waktu dan lokasi menjadi alasan mengapa mereka lebih nyaman serta aman dalam melakukan wakaf uang. Akhir kata peneltiain ini menekankan bahwasannya mahasiswa memiliki opini perihal kepercayaan dan citra lembaga menjadi hal yang patut diperhatikan karena hal ini memiliki dampak yang positif terkait determinan penggunaan sistem wakaf uang secara *online*.



Gambar 1. 1 *Islamic Charity CAF Word Giving Indeks*

Wakaf uang yang berbentuk uang pun merupakan bagian dari *Islamic Charity* dimana penduduk muslim Indonesia mempunyai tingkat kedermawanan yang cukup tinggi, gagasan ini pun didukung dengan adanya publikasi *CAF World Giving Indeks* pada tahun 2021 bahwasannya dari 10 negara di dunia Indonesia meraih peringkat nomor 1 negara paling dermawan. Data skor *giving behavior* pada 2 tahun terakhir pun melejit, pada tahun 2018 pemberian bantuan kepada sesama meningkat 46%, pada tahun 2020 menjadi 65%, pemberian donasi secara tunai meningkat dari 78% menjadi 83% pada tahun 2020, dan memberikan bantuan secara suka rela meningkat dari 53% menjadi 60% pada tahun 2020.

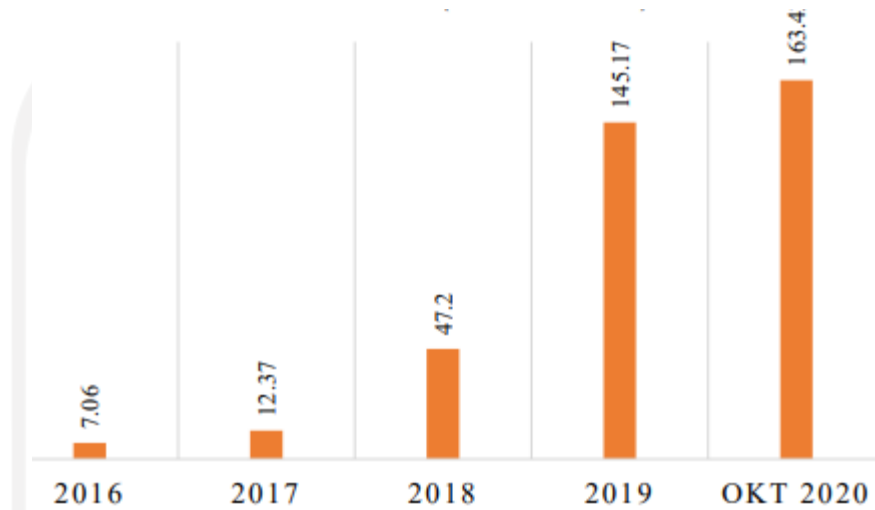
Sifat dermawan ini menunjukkan bahwasannya kita memiliki warga yang bermoral dan berpendidikan baik sebagaimana hal ini memang diajarkan oleh agama kita melalui Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 274 yang artinya "Orang-orang yang menafkahkan hartanya di malam dan siang hari secara tersembunyi dan terang-terangan, maka mereka mendapat pahala disisi Rabbnya. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak(pula) mereka bersedih hati". Dari arti surat diatas kita dapat mengambil pelajaran begitu mulianya orang yang menginfakan hartanya di jalan Allah dan perbuatan ini merupakan sekecil perbuatan baik yang dilakukan orang dermawan.

Pembayaran atau penghimpunan wakaf secara *online* tidak akan lepas dari peran besar teknologi lebih spesifiknya kita berbicara *financial technology*. Seiring berkembangnya zaman *financial technology* pun mulai pelan-pelan diaamati oleh lembaga besar tidak terkecuali lembaga filantropi. Sebagai lembaga yang benar-benar memanfaatkan *fintech*, perkembangan lembaga filantropi islam ini pun tidak bisa kita anggap remeh dimana mulai dari tahun 2018-2020 terhitung sudah ada 161 terdaftar di OJK. Penggunaan teknologi di Indonesia pun sudah tergolong masif membuka peluang pengembangan lembaga filantropi dalam amalan seperti wakaf uang ini. Tentu saja penerapan *fintech* ini tidak bisa dikatakan mudah sebab membutuhkan pertimbangan dari pihak wakif terkait penerimaan teknologi pembayaran wakaf secara *online*.

Pertimbangan yang ada sangat dimaklumi mungkin karena masyarakat masih berusaha beradaptasi dengan perkembangan *financial technology*, secara kasat mata progres adaptasi masyarakat bisa terbilang sangat positif karena bisa kita bandingkan dengan *e-wallet*. Dewasa ini, pembayaran atau transaksi menggunakan non tunai sudah mulai menjamur di masyarakat perlahan-lahan menggeser transaksi tunai, hal ini dinilai karena pembayaran non tunai dengan *e-wallet* lebih efektif, efisien dan juga aman.

Pergeseran pola hidup pun mulai terjadi yang tadinya banyak melakukan transaksi secara konvensional mulai beralih ke transaksi secara elektronik yang hanya membutuhkan *gadget* dan internet sebagai medianya, bisa kita amati teman, keluarga dan lingkungan sekitar seberapa seringnya berbelanja menggunakan e-commerce kepercayaan mereka, ditambah promo-promo yang sekarang diterapkan oleh berbagai perusahaan demi menarik minat konsumen bila menggunakan *e-wallet* dari e-commerce tertentu. (Syahril & Rikumahu, 2019) berkata bahwasannya perbankan Indonesia mencatat pertumbuhan nilai transaksi e-money di Indonesia dari 2016 hingga oktober 2020 mencapai 478,7%. Pengalaman penggunaan uang elektronik pada tahun 2019 merupakan peningkatan tertinggi berbanding tahun sebelumnya yaitu 207,6%. Pada saat yang bersamaan akumulasi pengguna uang elektronik di tahun 2020 sampai oktober senilai Rp 163,43 triliun yang mana merupakan

jumlah terbanyak semenjak 2016, bisa kita lihat dari grafik yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (BI) :



Gambar 1. 2 Jumlah Transaksi Uang Elektronik 2016-2018 oleh BI

Jumlah pengeluaran uang elektronik ini pun ini menjadi sebuah optimisme untuk kemajuan wakaf uang tersendiri. Hal ini pun terbukti dengan pengelolaan wakaf uang tiga tahun terakhir ini, dimana angkanya mencapai Rp 855 miliar. Angka ini mengalami peningkatan sebesar 236% berbanding pada periode 2011-2018 yang hanya mencapai Rp 255 miliar (Beik, 2022).

Technology Acceptance Model (TAM) ialah sebuah Teknik penelitian digunakan untuk memeriksa bagaimana orang menyerap ide-ide baru dari teknologi atau sistem tertentu. TAM adalah teori sistem informasi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap kemajuan teknologi. Teori ini menjelaskan seberapa besar konsumen dapat menerima dan menggunakan teknologi. Penelitian ini sering digunakan untuk melihat respon masyarakat ketika ditawarkan untuk menggunakan sistem yang telah diperbaharui, tetapi akan ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan mereka terutama yang berkaitan dengan beberapa hal : *usefulness* (kegunaan)

dan *ease of use*(kemudahan). Kedua faktor itu berasal dari penerimaan sebuah teknologi (Fred Davis, 1989), persepsi kegunaan memiliki arti keyakinan individu dalam menggunakan suatu sistem dalam menggunakan sistem tersebut akan memiliki dampak positif dalam kegiatan mereka sehari-hari. Selanjutnya maksud dari persepsi kemudahan yang nantinya akan memudahkan kegiatan mereka dalam sehari-hari, dengan ini aktifitas mereka akan terbebaskan dari kesulitan (Fred Davis, 1989).

Kembali kepada penelitain sebelumnya yang menjadikan mahasiswa sebagai variabel penelitian tercatat dari data pada tahun 2021 bahwa mahasiswa aktif yang ada di UII mencapai 23.000, sedangkan jumlah mahasiswa FIAI menurut PDDIKTI pada tahun ajaran 2021 genap berjumlah 2.268 yang terdiri dari 3 program studi yaitu Ekonomi Islam, Hukum Islam dan Pendidikan Ilmu Agama Islam. Hal ini bisa menjadi sorotan bahwasannya ada potensi seandainya ada pengumpulan wakaf uang secara terorganisir oleh pihak – pihak yang ahli di terkait bidang ini.

FIAI sebagai fakultas yang mempelejadi Islam seara lebih mendalam tentunya memiliki kesempatan kontribusi lebih besar dalam wakaf uang sebagaimana seperti penelitian yang dilakukan oleh M. Zulkarnain dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Terhadap Minat Berwakaf uang pada Mahasiswa Universitas Dasrussalam Gontor”. Pada penelitian pun ini dilakukan survey terhadap mahasiswa dari berbagai fakultas termasuk Fakultas Tarbiyah yang mungkin memilki kesamaan dengan FIAI. Dari hasil penelitian ini diadapati 8 informan bisa menjawab terkait pemahaman mereka mengenai wakaf uang bahkan 2 diantaranya menambahkan bahwa ada beberapa ulama memiliki pandangan berbeda terkait wakaf uang. Ketika ditanya mengenai dasar hukum wakaf uang pun 6 dari 4 informan berhasil menjawab dengan tepat, infroman yang menjawab dengan tepat pun berasal dari jurusan Ekonomi Islam serta Fakultas Tarbiyah (Zulkarnain, 2022).

Dengan ini pun peneliti memiliki keterkaitan tersendiri perihal terpilihnya mahasiswa FIAI sebagai objek yang diteliti harapannya penelitian ini akan menjadi penelitian yang lebih terpercaya dan memiliki manfaat yang

besar bagi banyak pihak. Dengan informasi yang dipaparkan, peneliti terpacu ingin melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan TAM (Technology Acceptance Model) Dalam Implementasi Wakaf Uang Secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa FIAI UII)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Selanjutnya, berikut ini adalah rumusan masalah yang ada berdasarkan latar belakang masalah:

1. Bagaimana Norma Subjektif layanan wakaf *online* berpengaruh terhadap intensi wakif dalam menggunakan layanan wakaf *online*?
2. Bagaimana Literasi wakaf uang berpengaruh terhadap intensi wakif dalam menggunakan layanan wakaf *online*?
3. Bagaimana Persepsi Keamanan layanan wakaf *online* berpengaruh terhadap intensi wakif dalam menggunakan layanan wakaf *online*?
4. Bagaimana Persepsi Terhadap Kegunaan layanan wakaf *online* berpengaruh terhadap intensi wakif dalam menggunakan layanan wakaf *online*?
5. Bagaimana Persepsi Kepercayaan para pengguna berpengaruh terhadap intensi wakif dalam menggunakan layanan wakaf *online*?
6. Bagaimana Persepsi Kemudahan Pengguna layanan wakaf *online* berpengaruh terhadap intensi wakif dalam menggunakan layanan wakaf *online*?

### C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini didasarkan pada beberapa rumusan masalah yang diajukan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis Norma Subjektif layanan wakaf *online* berpengaruh terhadap intensi wakif menggunakan wakaf secara *online*.
2. Untuk menganalisis Literasi wakaf uang berpengaruh terhadap intensi wakif menggunakan wakaf secara *online*.
3. Untuk menganalisis Persepsi Keamanan mekanisme layanan wakaf *online* berpengaruh terhadap intensi wakif menggunakan wakaf secara *online*.
4. Untuk menganalisis Persepsi Terhadap Kegunaan layanan wakaf *online* berpengaruh terhadap intensi wakif menggunakan wakaf secara *online*.
5. Untuk menganalisis Persepsi Kepercayaan Para Pengguna berpengaruh terhadap intensi wakif menggunakan wakaf secara *online*.
6. Untuk menganalisis Perspsi Kemudahan Pengguna layanan wakaf secara *online* berpengaruh terhadap intensi wakif menggunakan wakaf secara *online*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berlandaskan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah disebutkan diatas dengan judul (Penerapan TAM (Technology Acceptance Model) Dalam Implementasi Wakaf Uang Secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa FIA UII)). Bila merujuk pada judul penulis maka diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini bisa memperbanyak pengetahuan bagi penulis dengan adanya fenomena kemajuan teknologi serta dampak positif dari pandemi Covid-19 terkait pembayaran wakaf secara *online*.

2. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini mampu memberikan referensi bagi akademik terlebih untuk peneliti selanjutnya untuk mengetahui penerapan TAM (Technology Acceptance Model) dalam implementasi wakaf uang secara *online*.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini bisa memberikan informasi mengenai penerapan TAM (Technology Acceptance Model) dalam implementasi wakaf uang secara *online*, sehingga mampu mengetahui faktor-faktor apa saja yang bisa dipertimbangkan dalam melakukan wakaf uang secara *online* sehingga tidak ada keraguan lagi untuk melakukan wakaf secara *online* kedepannya.



## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi pada penelitian ini dibagi menjadi 5 bab yaitu sebagai berikut :

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini memaparkan terkait latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Bab ini memberikan informasi terkait telaah pustaka dari berbagai jurnal ilmiah, landasan teori mengenai wakaf *online*, metode *technology acceptance model* (TAM), tinjauan penelitian terdahulu serta hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel, objek penelitian, waktu penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan serta analisis data.

### **BAB IV : ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi hasil dari penelitian yang menyajikan data-data yang didapat dari alat analisis data diiringi dengan pembahasan dan analisis secara mendalam terkait hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan yang menjadi indikator berhasil atau tidaknya sebuah penelitian. Ujian baiknya sebuah kesimpulan bisa diukur dari terjawabnya permasalahan dan tujuan penelitian yang ada. Saran yang ada pun memiliki urgensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya atau hal apa yang perlu ditingkatkan untuk peneliti selanjutnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Telaah Pustaka

Pada bagian ini penulis memaparkan hasil penelitian yang telah dahulu dilakukan mengenai penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai referensi penelitian. Hal ini dilakukan bertujuan untuk menghindari adanya penguangan penelitian yang sama, maka dari itu tinjauan pustaka sangat diperlukan sebagai berikut :

Pertama, (Muflih, 2022b) melakukan penelitian berjudul "*Muzakki's adoption of mobile service: integrating the roles of technology acceptance model (TAM), perceived trust and religiosity*" yang bertujuan untuk memprediksi adopsi layanan seluler di kalangan muzakki (pembayar zakat) melalui peran integratif model penerimaan teknologi (TAM) terhadap kepercayaan yang dirasakan dan religiusitas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 209 kuisioner yang didistribusikan kepada 209 muzakki sebagai responden penelitian yang berada di Bandung, *covience sampling* dilakukan dalam pemilihan responden yang sedang berada di pusat perbelanjaan, bank syariah, masjid, kampus dan perumahan. Religiusitas dan kepercayaan yang dirasakan dalam adopsi layanan zakat mobile dievaluasi menggunakan kuadrat terkecil parsial hubungan antar TAM. Temuan penelitian ini menjelaskan bahwasannya persepsi kemudahan dan religiusitas berperan positif dan signifikan dalam meningkatkan adopsi layanan zakat mobile. Sedangkan persepsi kegunaan dan kepercayaan tidak memiliki peran yang mempengaruhi muzakki dalam adopsi zakat mobile. Pentingnya peran religiusitas menjadi temuan penting pada penelitian ini dalam mempengaruhi niat adopsi muzakki menggunakan layanan zakat mobile, religiusitas memberikan dampak secara tidak langsung terhadap faktor niat muzakki mengadopsi layanan zakat mobile.

Kedua penelitian ini (Siahaan & Prihandoko, 2019) berjudul “Mengukur Tingkat Kepercayaan Sistem Zakat *Online* Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) di Kalangan Masyarakat Kampus” . Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kepercayaan terhadap sistem zakat *online* mempengaruhi seberapa besar zakat yang dibayarkan secara *online* di kalangan mahasiswa di Universitas Pembangunan Pasca Budi Medan (TAM). Variabel teknologi informasi dan komunikasi (TIK), persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan atau PEOU, dan niat perilaku untuk menggunakan, atau BITU, adalah empat konstruk variabel yang akan dievaluasi dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan informasi dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 70 responden, termasuk dosen, staf, dan mahasiswa. Pengujian korelasi dan ketergantungan data pada program yang digunakan berupa SPSS. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kemanfaatan sangat besar pengaruhnya kepada persepsi kepercayaan masyarakat dilingkungan kampus dalam menggunakan zkaat *online* karena menilai manfaatnya yang sangat besar.

Ketiga, (Irawati et al., 2020) penelitian dengan judul “Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sitem Informasi Alista (Application of Logistic And Supply Telkom Akses)”. Tujuan penelitian ini dilakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana karyawan PT Telkom Akses Surakarta yang bertugas untuk menyediakan dan menyiapkan bahan dalam waktu yang terbatas dan ongkos anggaran. Karyawan harus bekerja dengan cekatan di bidang koordinasi, pembelian, produksi, pengiriman produk, administrasi harian, dan pengolahan informasi dari teknisi ke klien agar aplikasi Alista lebih mudah digunakan. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan teori TAM. Terdapat 78 karyawan dalam sampel penelitian yang berhasil dikumpulkan. Hasil pengolahan data dari berbagai faktor, seperti karakteristik desain antarmuka (*interface design characteristics*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*),

sikap pengguna terhadap sistem informasi (*Attitude Toward Using*), perilaku pengguna (*behavioral intention to use*), dan kondisi aktual penggunaan sistem (*Actual Use Behavior*). TAM merilis temuan yang berkaitan dengan pendapat responden dari masyarakat dalam bentuk persentase. Ketika aplikasi Alista diimplementasikan di PT Telkom Akses, aplikasi Alista akhirnya dapat dipercaya untuk kebutuhan logistik, transaksi keluar masuk material, dan penanganan transaksi pemesanan material karena 44% rata-rata jawaban responden adalah Sangat Setuju dan 55% rata-rata jawaban responden adalah Setuju.

Keempat, penelitian ini (Türker et al., 2022) berjudul “*Understanding User Acceptance of QR Code Mobile Payment Systems in Turkey : An Extended TAM*”, yang bertujuan untuk mengetahui mengapa masyarakat Turki menerima kode QR MPS serta faktor-faktor apa yang mempengaruhi IU. Model metode penelitian yang digunakan dibangun menggunakan skala dari dua penelitian sebelumnya yang menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur validitas isi. Data penelitian dikumpulkan dari pengguna MPS kode QR di Turki antara 14 Maret dan 21 Maret 2019, menggunakan berbagai situs survei untuk mendapatkan sampel acak dan berhasil mendapatkan 485 responden. Hasil dari 485 responden yang didapatkan bahwasannya PU, PT dan PC berpengaruh positif terhadap IU, sedangkan PS berpengaruh negatif. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwasannya prediktor UI terkuat adalah PT. Kepercayaan dianggap sebagai kebutuhan paling penting daripada keunggulan komparatif di MPS, terutama ketika resiko keuangannya cukup tinggi. Oleh karena itu salah satu prioritas terpenting penyedia layanan kode QR MPS adalah mendapatkan kepercayaan pengguna. Temuan ini mengimplikasikan bahwasannya jika tiap idividu menganggap sistem ini sangat cocok dengan kebiasaan dan pengalaman mereka ketika ada yang menyarankan menggunakan kode QR MPS, mereka semua akan serempak beranggapan penggunaan sistem memberikan mereka kemudahan bukan kesulitan. Kode QR MPS juga harus bebas celah dari segi keamanan, hal ini sangat krusial untuk memastikan konsumen mempercayai sistem ini. Sayangnya pada penelitian ini

pun ditemukan bahwa pemikiran dan saran dari lingkungan tidak cukup bagi orang Turki untuk menunjukkan niat mereka untuk menggunakan kode QR MPS.

Kelima, (Diniyah, 2021) penelitian berjudul “Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform *Crowdfunding Waqf*: Teori UTAUT Model”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *behavioral intentions* muslim dalam menggunakan platform crowdfunding wakaf dengan menggunakan konsep model *Unified Theory Acceptance and Use of Technology*. Peran platform crowdfunding wakaf sebagai perantara wakif dan nadhir wakaf dalam melaksanakan program wakaf produktif. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan menggunakan kuisioner survei *online* yang dilakukan terhadap penghimpuna wakaf di Jawa Timur terdiri dari 90 responden. Analisis penelitian ini dilakukan dengan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, dan *Facilitating Condition* berpengaruh signifikan serta positif terhadap niat muslim menggunakan platform crowdfunding wakaf. Sedangkan variabel *Social Influence* tidak berpengaruh positif dan signifikan.

Keenam, penelitian berjudul “Determinan Niatan Mahasiswa Terhadap Wakaf Tunai Secara *Online* Menggunakan Modifikasi *Technology Acceptance Model*”. Penggunaan citra situs web sebagai prediktor keinginan siswa untuk menggunakan layanan wakaf daring membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat dampak kepercayaan dan citra situs web terhadap keinginan siswa untuk membayar wakaf secara daring yang berkaitan dengan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. Purposive sampling digunakan untuk memilih 100 partisipan dalam penelitian kuantitatif ini, yang menggunakan metode SEM-PLS. Para peserta harus beragama Islam dan berusia antara 18 dan 35 tahun. Perangkat lunak pilihan untuk analisis data dari survei *online* yang menggunakan skala Likert 1 sampai 5 adalah Smartpls 3.3. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kemungkinan menggunakan layanan *online* sangat

dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kepercayaan, citra situs web, kegunaan aplikasi, dan kemudahan pengguna. Jika masyarakat tidak terlalu memperhatikan dan mempertimbangkan bagaimana citra lembaga nazhir, namun lebih mengedepankan kepercayaan terhadap lembaga tersebut, maka dari sudut pandang mahasiswa, mereka lebih mengedepankan lembaga nazhir di situs web atau layanan *online* mereka dalam membayar wakaf. (Qolbi & Sukmana, 2022).

Ketujuh, penelitian yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi *Fintech* Paylater: Integrasi Model TAM dengan Religiusitas” dengan tujuan untuk mengidentifikasi variabel-variabel yang memengaruhi kesediaan untuk menggunakan aplikasi *Fintech* dalam layanan paylater secara khusus dalam rangka memahami dan menyelidiki lebih lanjut fungsi agama dalam TAM. Dengan memperhatikan sejumlah kriteria penting yang telah terbukti mendorong umat Islam Indonesia untuk menggunakan *Fintech*, studi ini juga memberikan rekomendasi kebijakan bagi lembaga-lembaga yang berwenang di Indonesia dan penyedia layanan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuisioner secara *online* yang terkontrol, sampel penelitian ini terdiri dari 100 responden usia 18 tahun keatas dengan *SEM-PLS* sebagai alat uji. Menurut temuan penelitian, Religiusitas Islam dapat memengaruhi sikap terhadap penggunaan pemroses pembayaran *Fintech* dengan bertindak sebagai variabel mediasi untuk persepsi kemudahan penggunaan, tetapi Religiusitas Islam dan Citra dapat memiliki efek sebaliknya dengan bertindak sebagai variabel mediasi untuk persepsi kegunaan (Badri et al., 2022)

Kedelapan, (Budiansyah & Ayyubi, 2021) Penelitian berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wakif Dalam Berwakaf *Online*” penelitian ini mencoba mengkarakterisasi karakteristik wakif daring dan elemen-elemen yang memengaruhi wakif dalam wakaf daring. Metode penelitian ini mengandalkan data kuantitatif, yang mencakup sumber primer dan sekunder. Data sekunder dikumpulkan melalui Sistem Informasi Wakaf dan berbagai sumber literatur yang relevan dengan tema penelitian, seperti skripsi, tesis,

jurnal, situs web lembaga-lembaga yang berafiliasi, dan Sistem Informasi Wakaf. Data sekunder dikumpulkan melalui Sistem Informasi Wakaf dan berbagai sumber literatur yang relevan dengan tema penelitian, seperti skripsi, tesis, jurnal, situs web lembaga terkait, dan Sistem Informasi Wakaf. Data primer dikumpulkan dengan menyebarkan survei *online* kepada pengikut Instagram Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, dan Global Wakaf (SIWAK). Populasi yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 90 orang. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ada lima faktor yang memengaruhi wakif dalam berpartisipasi dalam wakaf daring, dengan informasi program wakaf memberikan kontribusi terbesar. Adanya informasi ini memberikan keyakinan kepada wakif akan penggunaan dana wakaf yang akan mereka salurkan melalui internet. Aspek kedua adalah faktor layanan, yaitu lembaga mengirimkan konfirmasi penerimaan donasi kepada para donatur untuk memberi tahu mereka bahwa kontribusi mereka telah digunakan sesuai dengan tujuan dan fungsi wakaf.. Faktor selanjutnya adalah faktor kepercayaan, diikuti dengan faktor kualitas website dan terakhir yaitu faktor promosi .



## B. Landasan Teori

### 1. Wakaf Uang

#### a) Definisi Wakaf Secara Umum

Wakaf bersumber dari waqafu-yaqifu, lawan kata dari *istamarra* yang berarti berhenti. Kata "wakaf" dan "al-tahbis" atau "al-tasbil," yang diterjemahkan menjadi "al-habs 'an tasarruf," atau "mencegah dan mengelola," sering kali digunakan secara bergantian. Kata wakaf sendiri berarti menahan, dan tujuan menahan tidak lain adalah untuk diwakafkan dan tidak dipindahtangankan, atau kita dapat menyimpulkan bahwa mengalihkan sebagian harta benda mereka kepada orang yang berkompeten untuk diolah, yang kemudian dikendalikan dan diberikan kepada mauquf alaih atau orang yang berhak menerima wakaf, itulah yang dimaksud dengan menahan. Pendorong utama dari kegiatan wakaf adalah motivasi agama, yang bercita-cita untuk mendapatkan ridha Allah, namun kita juga harus mengejar amal jariyah yang tidak akan terputus di masa depan. (Muflih, 2022b).

Abu Hanifah mengartikan wakaf sebagai menahan harta benda di bawah pengawasan pemiliknya dengan menyedekahkan manfaatnya

Berangkat dari definisi yang Abu Hanifah jabrkan ini kita bisa mengimpretasikan bahwa kepemilikan harta ini tidak lepas dari wakif, yang kita sedekahkan ialah manfaatnya bahkan diperbolehkan untuk menarik kembali wakafnya dan menjualnya (Azizah, 2019).

Wakaf, menurut Imam Malik, yaitu tidak melepaskan wakif dari kepemilikan harta yang diwakafkan, namun melarang wakif untuk melakukan tindakan apa pun yang dapat menyebabkan hal itu terjadi. Wakif juga berkewajiban untuk memberikan manfaat dan tidak diizinkan untuk menebus wakaf tersebut. (Departemen Agama RI & Wakaf, 2022).



Menurut Imam Syafi'i, tujuan wakaf adalah untuk menahan harta wakaf dari kepemilikan wakif karena wakaf bersifat kekal dan wakif tidak boleh melakukan apa pun dengannya, termasuk menjual, menghibahkan, atau mewariskannya kepada siapa pun (Aboebakar Atjeh, 2004).

Imam Hambali membatasi kebebasan mutlak pemilik harta untuk menggunakan uangnya untuk pemeliharaan objek dan memutuskan semua ikatan kepemilikannya. Sementara manfaatnya diterapkan pada hal-hal yang lebih dekat dengan Allah. Definisi ini menyatakan bahwa harta wakaf tidak lagi menjadi milik siapa pun jika sudah diterima untuk diwakafkan (Yusuf, 2016).

Dari uraian di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa tujuan wakaf adalah untuk menyimpan barang atau aset yang tahan lama sebelum diserahkan kepada nadzir wakaf atau organisasi lain yang mengelola wakaf dan memiliki visi yang berorientasi pada manfaat yang sesuai dengan ajaran Islam. Definisi wakaf di atas dapat membantu masyarakat untuk memahami dan melaksanakan wakaf. Hal ini mencakup wakaf yang bernilai ekonomi dan sementara, selain wakaf konsumtif dan wakaf abadi (*muaqqat*). Dengan ini, wakaf berupaya membantu orang-orang dalam Islam yang berhak menerima harta yang diwakafkan, namun urgensi wakaf juga dapat mencakup kesejahteraan umum.

#### **b) Wakaf Uang**

Bermula dari istilah *Cash Waqf* yang merupakan terjemahan dari wakaf uang yang cukup terkenal di Bangladesh yang dimana merupakan daerah asal A. Mannan mengagas idenya. Memiliki makna yang variatif *Cash Waqf* biasa sering diartikan sebagai wakaf tunai, tetapi arti tunai ini seringkali disalah artikan sebagai lawan kata dari kredit. Yang pada akhirnya arti dari *Cash Waqf* menjadi tidak relevan (Hasan, 2010). Didefinisikan oleh Departemen Agama (RI

Departemen Agama,2003), Menurut Peraturan BWI No. 1 tahun 2009, pasal 13 wakaf uang adalah wakaf dalam bentuk uang yang dapat dilakukan oleh perseorangan, sekelompok orang, institusi, atau badan hukum yang hasilnya dapat digunakan dengan hal yang bermanfaat oleh penerima wakaf. Penjelasan di atas juga sejalan dengan definisi wakaf yang diberikan oleh Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia dalam fatwanya tentang wakaf uang pada tanggal 11 Mei 2002. menahan harta yang dapat dimanfaatkan tanpa menghilangkan bendanya atau pokoknya dengan cara menjual, menghibahkan, atau mewariskan benda tersebut, kemudian menempuh prosedur yang sah untuk menyalurkan hasilnya kepada sesuatu yang telah disyariatkan.

Menurut definisi penulis dapat, wakaf tidak lagi terpaku pada benda yang sudah ada, tetapi juga bisa berupa benda yang bernilai tetap. Uang ini dapat tergolong sebagai benda yang bernilai tetap, yang sesuai dengan definisi wakaf MUI dan mengabsahkan kebolehan wakaf uang.

### c) **Dasar Hukum Wakaf Uang Berdasarkan Islam**

#### 1. **Al-Qur'an**

Al-Qur'an menjadi pondasi hukum yang kuat serta releban pada wakaf sebagaimana Allah lampirkan di surat Ali- Imran ayat 92 dan Al-Baqarah ayat 261

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ

*"Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sebahagian harta yang kamu cintai, dan apa saja yang kamu nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya"(QS. Al-Imran : 92)*

سُنْبُلَةٌ كُلٌّ فِي سَنَابِلٍ سَبْعَ أَنْبُتٍ حَبَّةٍ كَمَثَلِ اللَّهِ سَبِيلٍ فِي أَمْوَالِهِمْ يُنْفِقُونَ الَّذِينَ مَثَلُ  
عَلِيمٌ وَاسِعٌ وَاللَّهُ يَتَسَاءَلُ لِمَنْ يُضْعِفُ وَاللَّهُ ۖ حَبَّةٍ مَائَةٍ

*“ Perumpamaan orang yang menginfakkan hartanya di jalan Allah seperti sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai,*

*pada setiap tangkai ada seratus biji. Allah melipatgandakan bagi siapa yang Dia kehendaki, dan Allah Mahaluas, Maha Mengetahui” (Q.S Al-Baqarah : 261)*

Ayat-ayat Al-Qur’an diatas merupakan ayat umum yang memotivasi umat muslim untuk memberikan sebagian hartanya untuk kepentingan bersama. Walaupun ayat ini sering digunakan untuk menyuarakan kaum muslim untuk berinfaq dan bersedekah namun wakaf pun termasuk kedalam kelompok sedekah yang sifatnya lebih abadi. Sebagai relevansi wakaf uang sendiri kedua ayat tersebut bisa dijadikan dasar hukum dibolehkannya wakaf uang, bahkan Majelis Ulama Indonesia pun memasukan kedua ayat tersebut kedalam dasar hukum dibolehkannya wakaf uang (Berakon et al., 2017).

## **2. Hadist**

Hadist sebagai landasan hukum agama islam kedua juga menjadialasan lain untuk memperkuat diperbolehkannya wakaf uang, dimana berikut merupakan beberapa hadist yang dijadikan dasar wakaf uang :

عَنْهُمَا اللَّهُ رَضِيَ عُمَرُ ابْنُ عَن نَافِعٍ عَنْ عَوْنِ ابْنِ حَدَنَّا زُرَيْعِ بْنِ يَزِيدٍ حَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ حَدَّثَنَا أَصْبَحَ لَمْ أَرْضًا أَصْبَحْتُ فَقَالَ وَسَلَّمْ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى النَّبِيِّ فَأَتَى أَرْضًا بِخَيْرٍ عُمَرُ أَصَابَ قَالَ عُمَرُ فَتَصَدَّقَ بِهَا وَتَصَدَّقَتْ أَصْلُهَا حَبَسَتْ شَيْئًا إِنْ قَالَ بِهِ تَأْمُرُنِي فَكَيْفَ مِنْهُ أَنْفَسَ قَطُّ مَالًا اللَّهُ سَبِيلٍ وَفِي وَالرَّقَابِ وَالْفُرَبَى الْفُقَرَاءِ فِي يُورَثُ وَلَا يُوهَبُ وَلَا أَصْلُهَا يُبَاعُ لَا أَنَّهُ غَيْرَ صَدِيقًا يُطْعَمُ أَوْ بِالْمَعْرُوفِ مِنْهَا يَأْكُلُ أَنْ وَلِيهَا مَنْ عَلَى جُنَاحٍ لَا السَّبِيلِ وَالْبَنِ وَالضَّيْفِ فِيهِ مُنْمَوْلٍ “Umar Radhiyallahu ‘anhu telah memperoleh bagian tanah di Khaibar, lalu ia datang kepada Nabi Shalallahu ‘alaihi wa sallam, seara berkata, “Aku telah mendapatkan bagian tanah, yang saya tidak memperoleh harta selain ini yang aky nilai paling berharga bagiku. Maka bagaimana engkau waha Nabi?” lalu beliau menjawab, “Jika engkau menghendaki, engkau wakafkan tanah itu

*(engkau tahan tanahnya) dan engkau shadaqahkan hasilnya”, lalu Umar menyedekahkan hasilnya. Sesungguhnya tanah ini tidak boleh dijual, tidak boleh dihibahkan dan tidak boleh diwaris, tetapi ddingfakan hasilnya untuk fuqara, kerabat, untuk memerdekakan budak, untuk kepentingan jalan Allah, untuk menjamu tamu dan untuk ibnu sabil. Orang yang mengurusinya, tidak mengapa apabila dia makan sebagian hasilnya menurut yang makruf, atau memberik makan temannya tanoa ingin menimbunnya”. (HR Bukhari no.2565, Muslim 3085)(Asqalani, 2016)*

Ini merupakan kisah pertama yang menjelaskan perihal masalah wakaf dalam Islam menurut beberapa ulama, setelah Rasulullah memerintahkan untuk berwakaf para sahabat pun berlomba-lomba untuk ikutan mendermakan hartanya. Kisah lain bisa diambil dalam perang Tabuk pada tahun ke-9 Hijriah dimana para sahabat seperti Abu Bakar, Umar Bin Khattab, Utsman bin Affan, Abdurrahman bin Auf, A shim bin Adiy dan Thalhah bin Ubaidillah mendermakan hartanya dalam jumlah yang tidak sedikit.

Adapun Usman .r.a mendengar Nabi Muhammad SAW bersbada :”*Barang siapa menggali sumur Raumah, maka baginya surga*”. Usman berkata sumur itupun aku gali. Sumur *Raumah* merupakan sumur wakaf salah satu sahabat Nabi, yakni Utsman bin Affan, sumur ini awalnya dimiliki seorang Yahudi dimana pada saat kaum msulim mengalami musim kesulitan air bersih karena mereka terbiasa untuk meminum air zam-zam. Prihatin dengan kondisi seperti itu Rasulullah SAW bersbda sebagaimana hadist diatas. Usman bin Affan pun bergegas egera untuk membebaskan sumur itu yang diperuntukan kepada umat(Fahria et al., 2022).

### 3. Fatwa MUI

Walau tergolong hal yang masih baru tetapi MUI pun bergerak cepat dalam menanggapi hal ini, MUI pun segera mensahkan regulasi terkait wakaf uang ini. Sebagaimana dinyatakan dalam fatwa yang DSN-MUI No.2 Tahun 2002, wakaf uang adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga, atau badan hukum dalam bentuk uang tunai. Wakaf uang hanya dapat digunakan dan diedarkan untuk tujuan-tujuan syar'i, nilainya harus dipertahankan, dan tidak boleh dijual, dihibahkan, atau diwariskan.

Fatwa Komisi MUI pun secara umum memutuskan fatwa dengan 5 keputusan sebagai berikut (Aladawiyah, 2021).

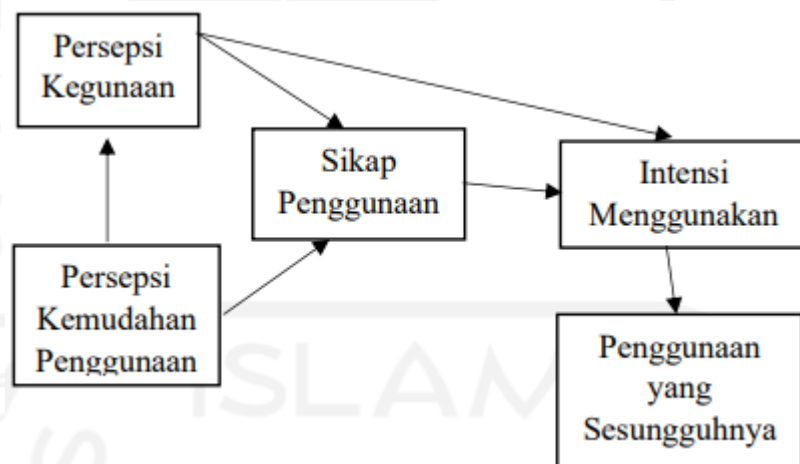
1. Wakaf uang (Waqf/Wafq al-Nuqud) ialah wakaf yang dilakukan dalam bentuk uang oleh seseorang, kelompok orang, lembaga atau organisasi yang berbadan hukum.
2. Wakaf uang memiliki hukum *jawaz* (boleh).
3. Dana wakaf hanya dapat disalurkan dan didayagunakan untuk tujuan-tujuan yang sesuai dengan syariah.
4. Nilai pokok wakaf uang harus dilindungi dan tidak boleh dijual, dihibahkan, atau diwariskan..

### 2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 *Technology Acceptance Model (TAM)* dikenal sebagai teori sistem informasi lewat disertasinya. Model penelitian ini pun menjadi yang paling banyak digunakan para peneliti dalam konteks perkembangan teknologi, hampir selama kurang lebih 2 dekade ini penerimaan teknologi menjadi tema yang sangat hangat untuk terus didiskusikan. TAM merupakan modifikasi dari TRA (*Theory of Reasoned Action*), sebuah model psikologi sosial, meskipun menurut Davis, kegunaan yang dirasakan dan keramahan pengguna berkorelasi secara signifikan dengan perilaku

penerimaan komputer. Kemungkinan subjektif dari pengguna potensial dapat dilihat sebagai ukuran kegunaan yang dirasakan. Menggunakan beberapa sistem aplikasi akan meningkatkan produktivitas dalam suatu organisasi, sedangkan persepsi keramahan pengguna mengukur seberapa besar pengguna mengantisipasi sistem target agar mudah digunakan.(Kock, 2014)

Model Penerimaan Teknolog atau TAM sangat disukai karena kesederhanaannya dan dukungan data. Indikasinya, yang meliputi utilitas yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, memungkinkan teori ini untuk meramalkan penerimaan atau penerapan suatu inovasi dalam berbagai disiplin ilmu. Konsep Islam lainnya yang Allah SWT sediakan bagi umatnya untuk bersemangat dan rajin beribadah adalah manfaat yang dibarengi dengan kemudahan.(Ichwan & Ghofur, 2020).

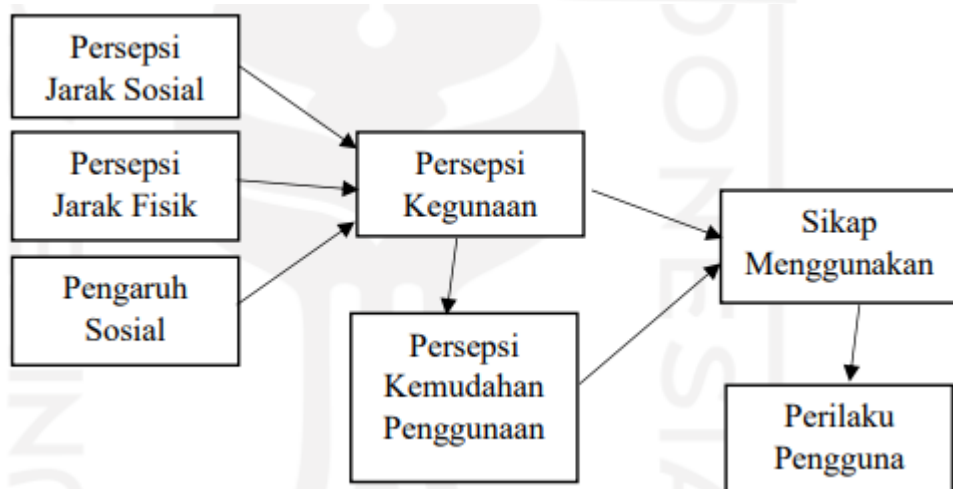


Gambar 2. 1 *Technology Acceptance Model*

Kemauan pengguna untuk menggunakan sistem informasi dapat dipengaruhi oleh dua struktur, yaitu kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, seperti yang ditunjukkan pada diagram di atas. Technological Acceptance Model (TAM) memiliki

lima komponen dasar: kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, sikap penggunaan, niat untuk menggunakan, dan penggunaan teknologi yang sebenarnya.

Kemampuan untuk menggunakan perangkat digital ditambahkan sebagai variabel eksternal pada TAM karena para peneliti terus menyelidiki ide ini mengikuti perkembangan TAM. Bandura memperkenalkan ide efikasi diri pada tahun 1977; ini juga dapat dipahami sebagai keyakinan bahwa seseorang mampu melakukan aktivitas tertentu. Kapasitas untuk menggunakan perangkat digital adalah salah satu variabel eksternal yang paling penting dalam perluasan TAM.(Jogiyanto, 2008). Perkembangan TAM ini pun terus berlanjut dari tahun ke tahun hingga modifikasi paling baru pun dikemukakan oleh Pamuji pada tahun 2020 di penelitiannya dengan judul “*Pengembangan Model Penerimaan Teknologi Termodifikasi pada Persepsi Jarak Fisik*”. Faktor jarak sosial dan jarak fisik yang dirasakan yang berpengaruh penerimaan teknologi akhirnya ditambahkan sebagai variabel TAM karena adanya Covid-19 pada kondisi lingkungan saat ini, seperti yang ditunjukkan pada gambar di bawah ini:



Gambar 2. 2 Pembaharuan TAM



### 3. *Digital Payment*

Menurut (Febriyanti, 2018) pembayaran digital adalah sistem yang mendukung metode untuk merealisasikan, menyampaikan, mengesahkan, atau mengarahkan transaksi pembayaran untuk mentransfer nilai antara individu, bank, dan organisasi keuangan lainnya. Sistem ini terdiri dari aturan, kontrak, teknis, dan fasilitas. Sedangkan menurut (Hendarsyah, 2021) adalah bentuk pembayaran yang memanfaatkan teknologi sebagai saluran, termasuk SMS, mobile banking, perbankan *online*, dan dompet digital. Hanya dengan satu sentuhan di layar ponsel, Anda dapat melakukan semua hal tersebut di atas. Konsep lain dari sistem pembayaran digital adalah metode pembayaran tertentu yang telah diatur oleh beberapa pihak. Sistem pembayaran digital bekerja dengan memindai kode dan membutuhkan perangkat khusus untuk membaca basisnya..

Metode pembayaran digital ini juga sangat fleksibel, jika sudah terdaftar pada aplikasi yang menawarkan sistem tersebut dengan menggunakan perangkat digital dan memiliki saldo yang cukup untuk melakukan transaksi, bisa diperuntukan untuk membayar kebutuhan produk atau jasa, termasuk ZISWAF, secara non-tunai. (Yulianto, 2016) Pengisian saldo pun cukup variatif, bisa dengan datang langsung ke gerai yang menyediakan fasilitas tersebut, ATM, SMS Banking, Internet Banking, Mobile Banking dsb. Dalam metode pembayarannya sistem ini membuat seseorang merasakan kemudahan, tranparan, cepat serta fleksibel. (Didik, 2019) Memaparkan kelebihan yang dimiliki dari penggunaan pembayaran digital yaitu :

- a. Pembayaran digital dapat dilakukan oleh siapa saja, di mana saja, kapan saja.
- b. Penyedia layanan bekerja keras untuk menawarkan tingkat keamanan yang tinggi sehingga transaksi dapat diselesaikan



dengan nyaman, yang membuat orang merasa lebih aman daripada uang tunai.

- c. Hal ini dianggap menghemat waktu dan energi oleh semua orang.
- d. Beragam layanan publik disediakan untuk semua bentuk pembayaran melalui pembayaran digital..

### C. Hipotesis

Dalam situasi penelitian yang kebenarannya masih bersifat tentatif atau belum tentu benar, hipotesis adalah pernyataan sementara yang perlu diuji secara empiris untuk menentukan kebenarannya.(Yuliawan, 2021).

1. Pengaruh *Subjective Norms* (SN) terhadap intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online*.

Norma subjektif adalah sudut pandang seseorang perihal ekspektasi terhadap perilaku seseorang(Jogiyanto, 2008). *Subjective Norms* memiliki pengaruh yang positif pada intensitas orang dalam melakukan suatu hal. *Subjective Norms* juga bisa kita artikan sebagai tekanan yang muncul dari lingkungan sosial, jika semakin besar tekanan dari lingkungan keluarga atau teman maka semakin besar pula kesempatan seseorang untuk mengambil keputusan tertentu(Afriliasari & Dr.Anton Priyo Nugroho, 2020)

Penelitian sebelumnya mengenai ini dilakukan oleh Rico Elhando Badri, Anandha Sartika Putri dan Reissa Dyasvaro (Badri et al., 2022) hasil penelitiannya menyatakan bahwasannya *Subjective Norms* mempunyai nilai *direct effect* yang positif dan signifikan dalam intensitas seorang individu untuk menggunakan *fintech payment paylater*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fadhil Suko, Nurdin Sobari dan Hardius Usman tentang pengaruh *attitude*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* terhadap intensi kepemilikan kartu kredit syariah. Dalam penelitian ini didapat pengaruh positif terhadap *subjective norms* dengan intensi kepemilikan kartu kredit syariah. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa intensitas kepemilikan kartu kredit syariah

dapat dipengaruhi oleh keadaan lingkungan sekitar bisa dari keluarga maupun orang terdekat dengan ini juga akan muncul dorongan serta desakan seorang individu yang nantinya akan memunculkan intensitas untuk memiliki kartu kredit syariah(Suko et al., 2018).

H1 = *Subjective Norms* (SN) berpengaruh terhadap intensitas mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online*

2. Pengaruh Literasi Wakaf Uang terhadap intensi menggunakan layanan wakaf uang *online*

Dikutip dari pernyataan Elisabeth Sulzby (Kearsipan, 2021) Literasi adalah kemampuan untuk berkomunikasi dengan berbagai cara, seperti "membaca, berbicara, mendengarkan, dan menulis," tergantung pada kebutuhan seseorang. Literasi didefinisikan sebagai kemampuan untuk menulis dan membaca. Persepsi orang tentang apa itu literasi dapat berubah seiring dengan perubahan studi akademis, institusi, konteks nasional, norma budaya, dan pengalaman. Kita dapat menyimpulkan bahwa kemampuan seseorang adalah kapasitasnya dalam menangani dan memahami informasi.

Pada penelitian yang berjudul '*The Influence of Sharia education, Waqf management's, and Intention to cash waqf*' menjelaskan bahwasannya literasi wakaf uang mempengaruhi dan berdampak positif pada niat berwakaf uang dimana setiap kenaikan satu persen dalam literasi wakaf uang akan menaikkan 55 persen dalam niat berwakaf uang(Qurrata et al., 2023).

H2 = Literasi Wakaf Uang berpengaruh terhadap intensitas mahasiswa FIAI UII untuk menggunakan layanan wakaf uang *online*

3. Pengaruh *Perceived Trust* (PT) terhadap intensi menggunakan layanan wakaf uang *online*

*Perceived Trust* ialah pengetahuan dan kesimpulan konsumen mengenai produk, fitur-fiturnya, dan kelebihanannya membentuk kepercayaan yang dirasakan (Türker et al., 2022). Sedangkan Pavlou mengartikan bahwasannya *Perceived Trust* berkaitan erat dengan kepercayaan seseorang dimana misal dalam kegiatan *e-commerce* berperan sebagai kepercayaan konsumen untuk mengambil risiko ketika melakukan transaksi *online*. Ada dua unsur kepercayaan yang terlibat disana, yang pertama kepercayaan niat baik (kebajikan) dan yang kedua adalah kredibilitas (kejujuran).

Pada penelitian yang dilakukan A'yun Qolbi dan Raditya Sukmana ditemukan bahwa peran *Perceived Trust* yang sangat kuat dalam peningkatan niat mahasiswa dalam menggunakan layanan wakaf *online*. Hal ini memang sejalan dimana di era digital saat ini sangat sering terjadi penipuan maka dari itu indikator *Perceived Trust* menjadi indikator yang paling disoroti. Selain para lembaga wakaf pun bersikap transparan dalam segala aktivitas yang mereka lakukan tidak lupa juga lembaga harus terdaftar secara resmi di BWI agar terjamin (Qolbi & Sukmana, 2022).

H3 = *Perceived Trust* (PT) berpengaruh terhadap intensitas mahasiswa FIAI UII untuk menggunakan layanan wakaf uang *online*

4. Pengaruh *Perceived Security* terhadap intensi untuk menggunakan wakaf uang *online*

Menurut Flavian dan Guanliu *Perceived Security* dapat dipahami sebagai probabilitas keyakinan subjektif pelanggan bahwa data pribadi mereka akan aman dan tidak disalahgunakan oleh pihak ketiga selama dalam perjalanan dan penyimpanan, yang secara konsisten menimbulkan kepercayaan diri mereka. (Flavian & Guinaliu, 2006).

Penelitian sebelumnya mengenai ini dilakukan oleh Meutia Rahma, Mukhammad Najib, dan Imam Teguh Saptono tentang analisis intensi wakif gen tentang analisis intensi wakif gen Y dalam gerakan digital berwakaf uang atau melalui uang di Indonesia. Pada penelitian ini dikemukakan bahwasannya *Perceived Security* menjadi faktor terpenting ketiga dalam intensi wakif gen Y berwakaf uang *online* (Bisnis & Manajemen, 2021).

H4 = *Perceived Security* (PS) berpengaruh terhadap intensitas mahasiswa FIAI UII untuk menggunakan wakaf *online*.

5. Pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap intensi untuk menggunakan wakaf uang *online*

Didefinisikan sebagai tingkatan kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi atau sistem tertentu yang akan meringankan kinerja mereka (Davis & Davis, 1989).

Dijelaskan pada penelitian A'yun Qolbi dan Raditya Sukmana yang membahas intensitas mahasiswa untuk menggunakan layanan wakaf *online* dimana pada penelitian ini dihasilkan kaitan yang positif antara PEOU dengan *intention to use*. Dengan skor T-statistic 4,414 yang memiliki arti bahwasannya wakif memiliki *intention to use* yang tinggi. Hasil ini diperoleh karna anggapan persepsi kemudahan yang dimiliki masyarakat dalam melakukan transaksi wakaf uang secara *online* (Qolbi & Sukmana, 2022).

H5 = *Perceived Ease of Use* (PEOU) berpengaruh terhadap intensi mahasiswa FIAI UII untuk menggunakan wakaf uang *online*.

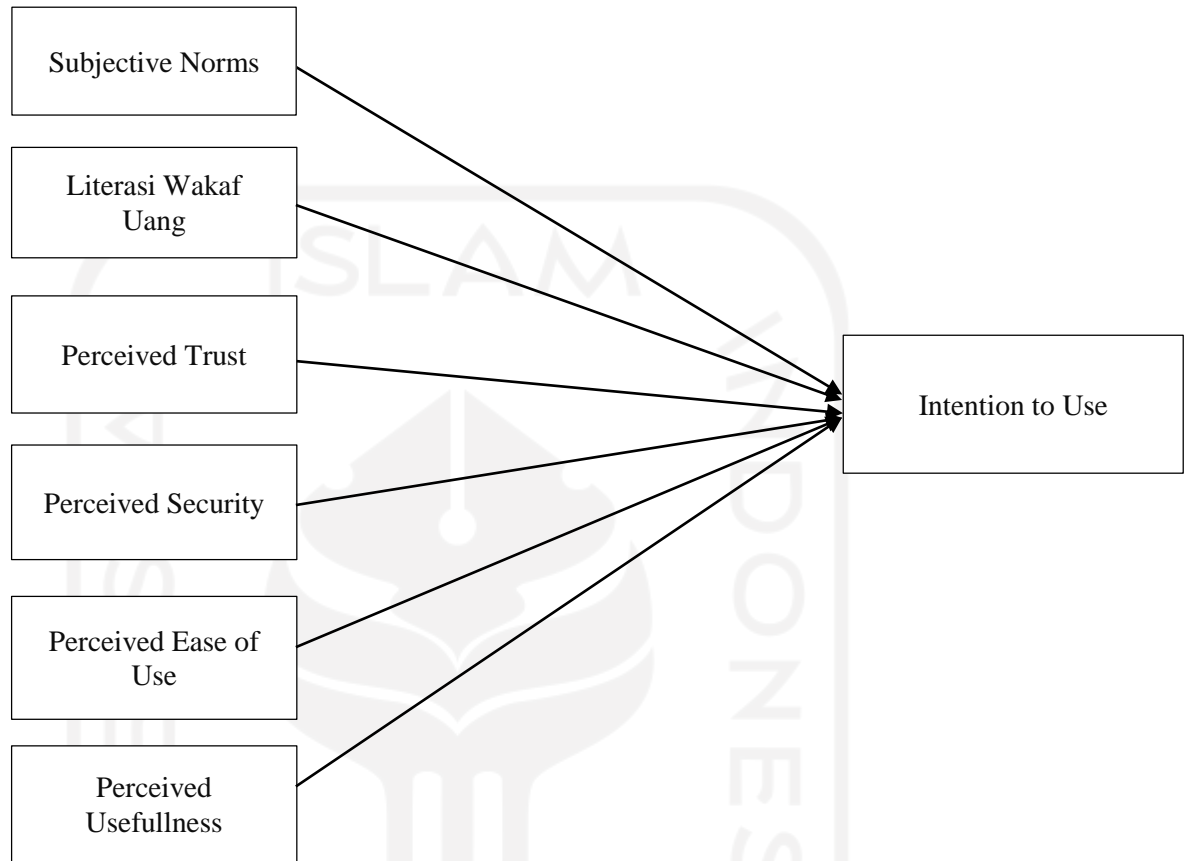
6. Pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap intensi untuk menggunakan wakaf uang *online*

Diartikan oleh Kartika (2006) yaitu keyakinan yang dimiliki seorang individu dimana jika dipakainya sebuah sistem tertentu akan berhubungan positif terhadap kinerjanya. Dapat diartikan juga sebagai manfaat yang didapat individu yang bersifat subjektif, manfaat ini didapatkan setelah menggunakan teknologi informasi (Riadi, 2022)

Penelitian mengenai hubungan ini pernah dilakukan dengan hasil bahwasannya *Perceived Usefulness* berhasil mendapatkan skor T-statik sebesar 2,958 yang dapat diartikan *Perceived Usefulness* (PU) berhubungan positif dengan *intention to use*. Jawaban yang telah didapat dari kuisioner pun menegaskan bahwasannya para mahasiswa sepakat bahwa menggunakan layanan wakaf uang *online* mempercepat aktivitas mereka dalam berwakaf (Qolbi & Sukmana, 2022).

H6 = *Perceived Usefulness* (PU) berpengaruh terhadap intensi mahasiswa FIAI UII untuk menggunakan wakaf uang *online*

#### D. Kerangka Berfikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Untuk mengumpulkan informasi dan mengukur pendapat responden, penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, metode survei publik, dan panel ahli. (Isti Pujihastuti, 2010) Dalam rangka mengumpulkan data lapangan atau data empiris untuk mengatasi masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah disiapkan, kuesioner adalah kumpulan pertanyaan tertulis yang harus dijawab oleh peserta penelitian. Penelitian terdahulu semisal (Qolbi & Sukmana, 2022), (Badri et al., 2022) dan (Budiansyah & Ayyubi, 2021). Kuisoner yang sebelumnya telah disebar dan telah diisi akan diseleksi terdahulu mengantisipasi apabila tingkat respon tidak mencapai 100% agar kuisoner yang tidak lengkap tidak diikutsertakan pada analisis penelitian.

Kuisoner yang disebar menggunakan *google forms* secara *online* yang sudah lumrah dikalangan mahasiswa yang dikur dengan menggunakan *Continous Rating Scale* dan *Multiple Choice*.

Cara ini dipilih demi memudahkan riset karena responden yang digunakan yaitu mahasiswa FIAI UII yang belum atau sudah menggunakan layanan wakaf uang secara *online*.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi yang menjadi pilihan peneliti untuk menjalankan penelitian ini terletak di Provinsi Yogyakarta.

### C. Objek dan Subjek Penelitian

Objek pada penelitian ini berkaitan dengan informasi perihal penerapan *Technology Acceptance Model* dan intensi menggunakan layanan wakaf secara *online*,

Dalam Penelitian ini menggunakan subjek yang mencakup mahasiswa FIAI dari berbagai jurusan Universitas Ilmu Agama Islam di Provinsi D.I Yogyakarta.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

(Sugiarto, 2017) Populasi memiliki pengertian keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang jadi pusat perhatian serta menjadi sumber data penelitian. Populasi dibagi menjadi dua menurut Margono ialah populasi teoritis (*theoretical population*) dan populasi tersedia (*accessible population*). Populasi teoritis mencakup populasi yang batasannya telah ditetapkan secara kualitatif, seperti populasi guru, yang dipahami sebagai populasi yang secara kualitatif dapat dinyatakan dengan tegas dan tepat berusia antara 24 dan 44 tahun, berpendidikan, sarjana, dan lain-lain. Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam di Universitas Islam Indonesia akan menjadi populasi dalam penelitian ini.

#### 2. Sampel

Sampel merupakan representasi dari populasi secara keseluruhan dan sifat-sifat yang membentuk populasi. Jika populasi yang diteliti besar, diragukan bahwa peneliti akan memiliki sumber daya, waktu, dan energi untuk menyelidiki seluruh populasi. Ketika sampel saat ini diambil dari populasi itu sendiri, situasi ini menjadi mendesak (Syafnidawaty, 2020). Pada penelitian ini sampel memiliki kriteria yaitu mahasiswa aktif FIAI UII atau mahasiswa angkatan 2016-2023.

Sedangkan untuk metode pengambilan sampel dalam penelitian ini ialah *purposive sampling* adalah metode penentuan sampel dengan



pertimbangan tertentu(Sugiyono, 2014). Dalam penentuan jumlah sampel yang nantinya akan digunakan untuk penelitian peneliti merujuk teori Roscoe. Sampel yang berukuran 30 sampai dengan 500 bisa dikategorikan sampel yang layak(Sugiyono, 2015)

## **E. Sumber Data**

Merujuk pada (Helmi, 2021) Data yang baik adalah data yang dapat dipercaya (reliable), tepat waktu, dan memiliki cakupan yang luas yang dapat memberikan representasi visual dari suatu masalah secara menyeluruh. Data primer, yang didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan secara langsung, merupakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan kepada mahasiswa FIAI UII, baik yang sudah maupun belum menggunakan layanan wakaf *online*. Data sekunder sendiri didapati dari jurnal-jurnal pendukung terkait penelitian ini.

### **a. Uji Validitas**

Sesuai dengan (Sugiarto, 2017) Uji validitas dapat dianggap sebagai sejauh mana alat pengukuran mengukur apa yang seharusnya diukur. Hal ini juga berkaitan dengan gagasan bahwa sebuah instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut secara akurat menangkap informasi dari variabel yang diteliti. Oleh karena itu, uji validitas sangat penting untuk dilakukan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi kelayakan data yang digunakan. Jika sebuah variabel menghasilkan nilai yang lebih besar dari 0,05 atau 5%, maka variabel tersebut dikatakan lolos uji validitas.

### **b. Uji Reabilitas**

Uji reabilitas adalah indikator yang menunjukkan seberapa kuat hasilnya pengukuran yang relative konsisten jika diulang lebih dari sekali(Ghozali, 2013). Uji reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan sejauh mana pengukuran konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama

dan pengumpulan data telah selesai. Dalam setiap penelitian, sering kali terdapat kesalahan pengukuran yang berdampak signifikan. Untuk setiap item dalam variabel, struktur dievaluasi dengan menggunakan Cronbach's Alpha; metode ini digunakan karena uji konsistensi menghasilkan indeks yang hampir sempurna. Jika nilai Cronbach's Alpha suatu variabel lebih besar dari 0,60, maka variabel tersebut dianggap dapat diandalkan; semakin dekat nilainya dengan 1, maka semakin baik tingkat keandalannya.(Febri & Aziz, 2017).

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode survei dalam pengumpulan data, yaitu dengan memilih sampel dari masyarakat dan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu untuk mengumpulkan informasi dan meminta pendapat responden. (Isti Pujihastuti, 2010) Kuisisioner adalah beberapa pertanyaan secara tertulis yang dijawab oleh responden penelitian dengan tujuan memperoleh data lapangan/empiris demi memecahkan masalah penelitian menguji hipotesis yang telah ditentukan penelitian terdahulu semisal (Qolbi & Sukmana, 2022), (Badri et al., 2022) dan (Budiansyah & Ayyubi, 2021). Kuisisioner yang sebelumnya telah disebar dan telah diisi akan diseleksi terdahulu mengantisipasi apabila tingkat respon tidak mencapai 100% agar kuisisioner yang tidak lengkap tidak diikutsertakan pada analisis penelitian.

#### **G. Definisi Operasional Variabel**

Konsep yang memiliki variasi dalam nilai (variabel laten) merupakan pengertian dari variabel penelitian, variabel-variabel ini pun akan diukur lewat dimensi dan indikator terkait(Nasution, 2017). Penelitian ini pun memiliki 1 variabel dependen yaitu *intention to use* dan 6 variabel independen dan 1 dependen yakni *subjective norms*, *perceived compability*, *perceived security*,

*perceived usefulness, perceived ease of use, perceived trust dan intention to use..*

Variabel ini diambil dari penelitian (Türker et al., 2022) yang variabel tersebut sudah terbukti validitasnya, berikut tabel penjabarannya :

Tabel 3. 1 Definisi Konseptual Variabel

Kode Variabel	Variabel	Definisi	Referensi
X1	Literasi Wakaf Uang	Menurut temuan penelitian sebelumnya, hasil koefisien untuk variabel literasi wakaf uang berdampak positif terhadap persepsi masyarakat terhadap wakaf uang. Artinya, semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang wakaf uang, semakin besar kemungkinan masyarakat tersebut menerima dan menyalurkan wakaf uang.	Fauziah & Ayyubi, 2019, Cupian & Nurun Najmi, 2020.
X2	Subjective Norms (Norma Subjekif)	Norma subjektif adalah sudut pandang seseorang perihal ekspektasi terhadap perilaku seseorang	Yudhi, Arthana, dan Rukhviyanti (2015), Jogyanto (2007)

<b>Kode Variabel</b>	<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Referensi</b>
X3	Preceived Security (Persepsi Keamanan)	Keyakinan subjektif konsumen tentang kemungkinan data pribadi mereka akan dilindungi dan digunakan secara bertanggung jawab selama dalam perjalanan dan penyimpanan dapat dianggap sebagai ukuran keamanan yang dirasakan. Keyakinan inilah yang terus menerus menginspirasi kepercayaan diri konsumen..	Kinasih dan Albari(2012), Eid(2011), Roca et al(2009),
X4	Perceived Usefullness (Persepsi Terhadap Kegunaan)	Persepsi kegunaan ialah tingkatan dimana seseorang memiliki keyakinan bahwasannya penggunaan suatu teknologi bisa meningkatkan kinerja seseorang	Davis (1989), Adamson Shine (2003)
X5	Perceived Trust (Persepsi Kepercayaan)	Pengetahuan dan kesimpulan konsumen tentang produk, fitur, dan aplikasi membentuk	Mowen (2002), Jhon Hartman, Amir dan John G (2000), Yousafzai et al(2003)

Kode Variabel	Variabel	Definisi	Referensi
		kepercayaan yang dirasakan.	
X6	Perceived Ease of Use (Persepsi Kemudahan Pengguna)	Persepsi kemudahan pengguna merupakan tingkatan kepercayaan seseorang dalam menggunakan teknologi atau sistem tertentu yang akan meringankan kinerja mereka	Tojib dan Tsarenko (2012), Davis (1989)
Y	Intention to Use (Intensi Menggunakan)	Minat untuk menggunakan adalah bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan bisa secara berkala terhadap suatu objek tertentu.	Kusumah(2009), Omotayo dan Adebayo(2015), Yadav dan Pathak (2007)

Tabel 3. 2 Variabel Indikator

Kode Variabel	Variabel	Indikator
X1	Literasi Wakaf Uang	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Definisi wakaf secara bahasa dan istilah</li> <li>b. Definisi wakaf uang</li> <li>c. Hukum berwakaf</li> <li>d. Tujuan wakaf uang</li> <li>e. Manfaat wakaf uang</li> <li>f. Definisi wakif</li> <li>g. Definisi mauquf</li> <li>h. Definisi nadzir</li> </ul>
X2	<i>Subjective Norms (SN)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Orang terdekat merekomendasikan layanan wakaf uang <i>online</i></li> <li>b. Orang terdekat merasakan manfaat layanan wakaf uang <i>online</i></li> <li>c. Orang terdekat merasa menggunakan wakaf uang <i>online</i> merupakan ide bagus</li> </ul>
X3	<i>Perceived Security (PS)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Resiko pihak ketiga ikut campur dalam transaksi wakaf uang <i>online</i> minim</li> <li>b. Resiko penyalahgunaan informasi penggunaan</li> </ul>

		<p>wakaf uang <i>online</i> minim</p> <p>c. Resiko penyalahgunaan informasi penagihan wakaf uang <i>online</i> minim</p> <p>d. Keamanan transaksi terjamin dalam transaksi wakaf uang <i>online</i>(Schierz et al., 2010)</p>
X4	<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	<p>a. Membantu dalam pembayaran wakaf uang</p> <p>b. Menggunakan wakaf uang <i>online</i> lebih fleksibel</p> <p>c. Menggunakan wakaf uang <i>online</i> bisa menghemat waktu</p> <p>d. Menggunakan wakaf uang <i>online</i> memberikan kemudahan</p> <p>e. Menggunakan wakaf uang <i>online</i> dapat meningkatkan produktifitas (Jamshidi &amp; Hussein, 2016)</p>
X5	<i>Perceived Trust(PT)</i>	<p>a. Layanan wakaf uang <i>online</i> dapat dipercaya</p> <p>b. Percaya bahwa layanan wakaf uang <i>online</i> aman</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Percaya layanan wakaf uang <i>online</i> transparan dalam pengelolaannya</li> <li>d. Layanan wakaf uang <i>online</i> kredibel dan bertanggung jawab (Muflih, 2022)</li> </ul>
X6	<i>Perceived Ease of Use (PEOU)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Layanan wakaf uang online mudah dimengerti</li> <li>b. Layanan wakaf uang online mudah digunakan</li> <li>c. Layanan wakaf uang online mudah diakses (Elhajjar &amp; Ouaida, 2020)</li> </ul>
Y	<i>Intention To Use</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kemungkinan menggunakan layanan wakaf uang <i>online</i> jika ada kesempatan</li> <li>b. Niat menggunakan dalam waktu dekat layanan wakaf uang <i>online</i></li> <li>c. Bersedia menggunakan wakaf unag <i>online</i> jika ada kesempatan</li> </ul>



## H. Instrumen Penelitian

Pernyataan Arikunto bahwa instrumen penelitian memiliki posisi penting dan strategis didukung oleh fakta bahwa instrumen penelitian merupakan komponen penting dari setiap penelitian. Namun, ini juga tergantung pada jenis data yang akan digunakan untuk mengatasi topik penelitian. Penelitian ini menggunakan alat yang disebut kuesioner, dimana kuesioner terdiri dari sejumlah pertanyaan tertulis yang ditanggapi oleh peserta penelitian untuk mengumpulkan data lapangan/empiris guna menjawab masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan oleh penelitian sebelumnya, seperti (Qolbi & Sukmana, 2022), (Badri et al., 2022) dan (Budiansyah & Ayyubi, 2021).

Dalam penelitian ini *multiple choice* dan skala *continuous rating scale* digunakan sebagai alat ukur pertanyaan yang ada di kuisisioner. *Continuous rating scale* merupakan skala yang tergolong rasio dan skala kuantitatif maka seluruh pengoperasian aritmatika bisa dilakukan dengan kendala yang minim. Responden yang diberikan pertanyaan akan menjawab skala dengan nilai angka 1 sampai dengan 10 yang dijawab dengan cara dicoret atau diberi tanda pada angka yang tersedia (Afriliasari & Dr. Anton Priyo Nugroho, 2020). Sedangkan untuk *multiple choice* merupakan soal yang terdiri dari beberapa pilihan yang ada dan responden hanya boleh memilih satu jawaban saja (Destiniar et al., 2018).

## I. Uji Instrumen Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas sendiri digunakan untuk menjadi ukuran bagaimana sebuah data bisa dikatakan valid atau tidak yang sebelumnya telah digunakan dengan teknik pengumpulan data tertentu. (Yusup, 2018). Instrumen data yang valid sudah pasti memiliki validitas yang tinggi

sedangkan jika instrumen data tidak valid maka memiliki validitas yang rendah. Mahasiswa FIAI UII yang berjumlah 131 menjadi responden pada penelitian ini dimana presentasi yang baik berjumlah 30 responden atau 5%. Dari jumlah responden yang ada maka diperoleh lah r-tabel nya yaitu 0,361.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah uji yang ditujukan untuk menjumlahkan model reabilitas, dari hasilnya kita bisa melihat ketersediaan indikator yang memiliki level kesesuaian yang baik di satu model serta satu dimensi (Yusup, 2018). Metode yang digunakan dalam uji reabilitas ini adalah Cronbach's Alpha dan McDonald's Omega yang dimana akan bisa disebut reliabel apabila memiliki koefisien lebih besar dari  $>0,7$  (Siregar, 2015).

**J. Teknik Analisis Data**

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki arti yaitu persyaratan statistik yang selalu ada pada analisis regresi linier berganda dimana data-data yang ada sudah atau belum memenuhi asumsi klasik (Ghozali, 2013), hal ini dilakukan untuk memastikan apakah data yang telah dikumpulkan bisa untuk dianalisis atau tidak.

a. Uji Normalitas

Tujuannya uji normalitas yaitu untuk membuktikan dalam model regresi, variabel dependen serta independen memiliki angka distribusi yang normal atau sebaliknya. Memiliki distribusi data yang normal atau mendekati merupakan tanda bahwasannya model regresi itu baik. Uji normalitas data juga berarti mencocokkan probabilitas yang dimiliki nilai Kolmogorov Smirnov yang nilainya 0,05(5%). Jika hasil lebih dari  $\alpha = 0,05$  ( $0,880 > 0,05$ ) lalu bisa kita ambil kesimpulan data

yang ada memiliki pendistribusian normal (Ghozali, 2011).

b. Uji Multikolinearitas

Ghozali berpendapat bahwa adanya uji multikolinieritas ditujukan untuk melakukan uji apakah pada model regresi ditemukan adanya hubungan atau korelasi antara variabel bebas (independan). Semisal terjadi korelasi pada variabel independen menunjukkan bahwasannya model regresinya tidak baik, yang menandakan variabel-variabel independen yang ada tidak orgonal atau bisa diartikan nilai korelasi antar variabel-variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2013).

c. Uji Heteroskedisitas

Uji heteroskedisitas bertujuan untuk melakukan pengujian apakah pada model regresi terjadi perbedaan *variance* dari residual dari pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain tidak berubah, maka itu bisa disebut homoskedastisitas dan jika yang terjadi sebaliknya maka disebut heteroskedastisitas. Hal ini dapat kita ambil kesimpulan bahwasannya model regresi yang baik adalah model regresi yang bersifat homoskedastisitas (Ghozali, 2011).

2. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah semua variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Beberapa persamaan analitik linier digunakan dalam penyelidikan ini. Tingkat pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen ditentukan atau diprediksi dengan menggunakan analisis linier berganda. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini meliputi pengaruh *Subjective Norm* (SN), Literasi Wakaf Uang, *Perceived Security* (PS), *Perceived Trust* (PT), *Perceived Usefulness* (PU), dan *Perceived Ease Of Use* (PEOU) terhadap minat *online* wakaf tunai mahasiswa FIAI UII. Kita dapat frase efek ini

sebagai berikut.:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Yang artinya :

Y = Faktor yang mempengaruhi minat wakaf uang *online*

a = Konstantas

X1 = *Subjective Norms*

X2 = Literasi wakaf uang

X3 = *Perceived Security*

X4 = *Perceived Trust*

X5 = *Perceived Usefulness*

X6 = *Perceived Ease of Use*

b1 = Koefisien *Subjective Norms*

b2 = Koefisien Literasi wakaf uang

b3 = Koefisien *Perceived Security*

b4 = Koefisien *Perceived Trust*

b5 = Koefisien *Perceived Usefulness*

b6 = Koefisien *Perceived Ease of Use*

e = standar error

### 3. Uji Parsial (Uji-t)

Uji statistik t pada dasarnya memberi tahu seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individu dalam mengartikan variabel dependen. Dalam pengujian ini mempunyai ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika probabilitas (signifikansi) < atau t hitung > t tabel, dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima.
- b. Jika probabilitas (signifikansi) > atau t hitung < t tabel, dapat disimpulkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak.

### 4. Uji Simultan (Uji-f)

Demi menguji semua variabel independen yang ada, apakah nantinya akan berpengaruh signifikan terhadap variabel independen maka dilakukan uji-f atau uji simultan yang ditujukan untuk menguji kelayakan

model yang ada dalam analisis linear regresi. Berikut merupakan cara untuk melakukan uji simultan dengan menetapkan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ).

$H_0$  :  $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = 0$ ; Subjective Norm, Layanan Wakaf Uang *Online*, Perceived Security, Perceived Trust, Perceived Usefulness, dan Perceived Ease Of Use secara tidak bersamaan berpengaruh terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat wakaf uang *online*.

$H_a$  : paling sedikit ada satu  $b_i \neq 0$ ,  $i = 1, 2, 3, 4, 5$ ; Subjective Norm, Layanan Wakaf Uang *Online*, Perceived Security, Perceived Trust, dan Perceived Usefulness secara bersamaan berpengaruh terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat wakaf uang *online*.

Uji simultan ini dilakukan menggunakan program SPSS dengan ketentuan berikut :

- a. Jika signifikansi  $< 0.05$  atau  $F$  hitung  $> F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Jika signifikansi  $> 0,05$  atau  $F$  hitung  $< F$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### 5. Kofisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur seberapa baik model dapat menjelaskan banyak variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berkisar antara 0 sampai 1. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel bebas menawarkan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel bebas, sedangkan nilai yang lebih kecil menunjukkan bahwa kapasitas variabel bebas untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. (Ghozali, 2016)

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Pengumpulan data

Pada bagian ini akan disajikan profil responden yang berisi rangkuman kepribadian responden dalam penelitian yang didasari dengan domisili, jenis kelamin, usia, pernah atau tidaknya berwakaf *online*, dan pernah atau tidaknya berdonasi *online*. Hal ini dimaksudkan untuk memberi sedikit gambaran atas sampel pada penelitian ini yang diperoleh dari Google Forms yang telah disebarluaskan sebelumnya.. Pada penelitian ini jumlah responden yang terkumpul berjumlah 131 responden.

##### 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dibawah ini adalah hasil sebaran kuisioner yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentasi
Laki-Laki	57	43,5%
Perempuan	74	56,5%
<b>Total</b>	131	100%

Sumber : Data yang diolah (2023)

Dari tabel diatas kita bisa mendapat kesimpulan bahwa mayoritas responden yang mengisi kuisioner ini adalah perempuan yaitu 74 orang serta presentase nya sebesar 56,5%. Sebaliknya jumlah laki-laki yang menjadi responden dalam penelitian ini hanya mencapai presentase 43,5% atau yakni 57 orang. Hasil akhirnya jika kita jumlahkan ada 131 orang responde yang turut serta berpartisipasi dalam penelitian in.

## 2. Profil Responden Berdasarkan Usia

Dibawah ini adalah hasil sebaran kuisisioner yang dikelompokkan berdasarkan usia yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 2 Deskripsi responden berdasarkan usia

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
17-19	4	3,1%
20-22	91	69,5%
23-25	36	27,4%
<b>Total</b>	<b>131</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data yang diolah (2023)

Dari tabel diatas memperlihatkan kita pada 131 responden yang telah mengisi sebaran kuisisioner, dari rentan usia 17-19 sebanyak 4 orang dengan presentase 3,1%, 91 orang merupakan jumlah usia 20-22 dengan presentase 69,5% dan usia 23-25 tahun sebanyak 36 orang dengan jumlah presentase diangka 27,4%. Bisa kita rangkum dari tabel diatas jumlah responden terbanyak disematkan kepada golongan usia 20-22 tahun sebanyak 91 responden atau 69,5%, dilanjut oleh responden di rentan usia 23-25 dengan presentase 27,4% atau 36 orang, lalu ditutup oleh responden berusia 17-19 sebanyak 4 orang atau presentasenya yang berjumlah 3,1%

## 3. Profil Responden Berdasarkan Domisili

Dibawah ini adalah hasil sebaran kuisisioner yang dikelompokkan berdasarkan usia yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 3 Deskripsi responden berdasarkan domisili

<b>Domisili</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Sleman	108	82%
Bantul	14	11%
Kulon Progo	2	2%
Kota Yogyakarta	7	5%

<b>Total</b>	131	100%
--------------	-----	------

Sumber : Data yang diolah (2023)

Pada tabel diatas kita bisa mendapat gambaran dari 131 responden yang telah mengisi kuisisioner dari kabupaten sleman sebanyak 108 orang yang bila dipresentasikan menjadi 82%, kabupaten bantul menjadi kedua terbanyak dengan 14 responden atau 11%, kabupaten kulon progo berjumlah 2 orang dengan presentase 2%, kemudian Kota Yogyakarta memiliki jumlah 7 responden dengan presentase 5%. Kabupaten Sleman menjadi daerah penyumbang responden paling banyak dengan jumlah 108 orang atau jika dipresentasikan sebesar 82%.

#### 4. Profil Responden Berdasarkan Pengguna Wakaf *Online*

Berikut ini adalah hasil sebaran kuisisioner yang dikelompokan berdasarkan pengguna wakaf *online* yang dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4. 4 Deskripsi responden berdasarkan penggunaan wakaf *online*

<b>Pernah Berwakaf <i>Online</i></b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Ya	18	13,7%
Tidak	113	86,3%
<b>Total</b>	131	100%

Sumber : Data yang diolah (2023)

Pada tabel diatas memberikan gambaran bahwa dari 131 responden yang terkumpul, responden yang sudah pernah berwakaf *online* hanya 18 orang atau setara dengan 13,7% serta responden yang belum pernah berwakaf *online* sebanyak 113 orang dengan presentase 86,3%. Bisa kita lihat bahwasannya masih banyak responden yang belum pernah melakukan wakaf *online* dengan hasil 86,3% atau 113 responden.



Adapun untuk para responden yang pernah berwakaf *online* memiliki lembaga yang bervariasi, jadi dari 18 orang responden yang telah mengisi kuisisioner ini satu sama lain tidak ada yang sama. Ada yang memilih untuk berwakaf *online* lewat BSI karna memang ada beberapa bank syariah yang sangat mendukung gerakan wakaf *online* berikut dan merupakan beberapa nama lembaga dan *platform* yang dipilih responden untuk berwakaf *online* : BWI, kitabisa.com, IZI, berkah wakaf, tiket.com, jadi berkah, dan wakaf di masjid melalui QRIS.

#### 5. Profil Responden Berdasarkan Pengguna Donasi *Online*

Berikut ini adalah hasil sebaran kuisisioner yang dikelompokkan berdasarkan pengguna wakaf *online* yang dapat dilihat pada tabel dibawah :

Tabel 4. 5 Deskripsi responden berdasarkan pengguna donasi *online*

<b>Pernah Berdonasi <i>Online</i></b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Ya	81	61,8%
Tidak	50	38,2%
<b>Total</b>	131	100%

Sumber : Data yang diolah (2023)

Dari tabel diatas bisa menggambarkan bahwa dari 131 responden yang mengisi kuisisioner, 81 responden diantaranya pernah melakukan donasi secara *online* dengan presentase 61,8% sedangkan responden yang belum pernah berjumlah 50 orang dengan presentase 38,2%. Hal ini dapat kita simpulkan bahwa mayoritas responden pernah melakukan donasi secara *online* sebanyak 81 orang dengan presentase 61,8%. Selanjutnya ini merupakan tabel sebaran media para responden untuk melakukan donasi *online* :

Tabel 4. 6 Deskripsi responden berdasarkan platform donasi  
*online*

<b>Media Donasi</b>	<b>Frekuensi</b>
Kitabisa.com	53
BSI	6
ACT	1
Saweria	1
Dana	1
Lindungihutan.com	1
Dompot Dhuafa	1
Tiket.com	1
KNRP	1
Realmasjid	1
Tidak disertakan	14
<b>Total</b>	<b>81</b>

Sumber : Data yang diolah (2023)

## **B. Deskriptif Statistik**

Keadaan variabel penelitian dideskripsikan secara statistik dengan menggunakan analisis statistik. Untuk analisis deskriptif masing-masing variabel dalam penelitian ini digunakan nilai maksimum, nilai terendah, rata-rata, dan standar deviasi. Program SPSS digunakan untuk penelitian deskriptif ini.

Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Wakaf Uang	131	.09	1.00	0,63	0,237
Subjective Norms	131	1.33	10.00	7,61	1,643
Perceived Security	131	1.00	10.00	7,04	1,679
Perceived Usefulness	131	1.00	10.00	7,86	1,614
Perceived Trust	131	1.00	10.00	7,57	1,665
Perceived Ease of Use	131	1.00	10.00	7,52	1,568
Intention To Use	131	1.33	10.00	7,98	1,49688

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variable pada tabel 4.7 di atas dapat dijelaskan hasil sebagai berikut:

1. Literasi Wakaf Uang nilai minimum sebesar 0,09 dan nilai maksimum sebesar 1 yang berarti bahwa rata-rata penilaian terendah atas Literasi Wakaf Uang sebesar 0,09 dan tertinggi sebesar 1. Nilai mean sebesar 0,63 dan standar deviasi sebesar 0,237 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas Literasi Wakaf Uang, dengan rata-rata sebesar 0,63 dan simpang baku sebesar 0,237 dari 131 responden.
2. Subjective Norms nilai minimum sebesar 1,13 dan nilai maksimum sebesar 10 yang berarti bahwa rata-rata penilaian terendah atas Subjective Norms sebesar 1,13 dan tertinggi sebesar 10. Nilai mean sebesar 7,61 dan standar deviasi sebesar 1,643 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas Subjective Norms, dengan rata-rata sebesar 7,61 dan simpang baku sebesar 1,643 dari 131 responden.
3. Perceived Security nilai minimum sebesar 1,00 dan nilai maksimum sebesar 10 yang berarti bahwa rata-rata penilaian terendah atas Perceived Security sebesar 1,00 dan tertinggi sebesar 10. Nilai mean sebesar 7,04 dan standar deviasi sebesar 1,679 yang berarti dari semua responden yang

memberikan jawaban atas Perceived Security, dengan rata-rata sebesar 7,04 dan simpang baku sebesar 1,679 dari 131 responden.

4. Perceived Usefulness nilai minimum sebesar 1,00 dan nilai maksimum sebesar 10 yang berarti bahwa rata-rata penilaian terendah atas Perceived Usefulness sebesar 1,00 dan tertinggi sebesar 10. Nilai mean sebesar 7,86 dan standar deviasi sebesar 1,614 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas Perceived Usefulness, dengan rata-rata sebesar 7,86 dan simpang baku sebesar 1,614 dari 131 responden.
5. Perceived Trust nilai minimum sebesar 1,00 dan nilai maksimum sebesar 10 yang berarti bahwa rata-rata penilaian terendah atas Perceived Trust sebesar 1,00 dan tertinggi sebesar 10. Nilai mean sebesar 7,57 dan standar deviasi sebesar 1,665 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas Perceived Trust, dengan rata-rata sebesar 7,57 dan simpang baku sebesar 1,665 dari 131 responden.
6. Perceived Ease of Use nilai minimum sebesar 1,00 dan nilai maksimum sebesar 10 yang berarti bahwa rata-rata penilaian terendah atas Perceived Ease of Use sebesar 1,00 dan tertinggi sebesar 10. Nilai mean sebesar 7,52 dan standar deviasi sebesar 1,568 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas Perceived Trust, dengan rata-rata sebesar 7,52 dan simpang baku sebesar 1,568 dari 131 responden.
7. Intention to Use nilai minimum sebesar 1,33 dan nilai maksimum sebesar 10 yang berarti bahwa rata-rata penilaian terendah atas Intention to Use sebesar 1,33 dan tertinggi sebesar 10. Nilai mean sebesar 7,98 dan standar deviasi sebesar 1,496 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas Intention to Use, dengan rata-rata sebesar 7,98 dan simpang baku sebesar 1,496 dari 131 responden.

## C. Hasil Uji Kualitas Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai validitas kuesioner yang diberikan kepada responden. Dengan mengukur korelasi antara skor tiap item pertanyaan dengan skor keseluruhan, peneliti menggunakan *bivariat Pearson* (Pearson Product Moment) untuk menguji validitas dalam penelitian ini. Tes ini dijalankan dengan melihat hubungan skor tingkat signifikansi setiap item pernyataan dengan skor keseluruhan tes yang memiliki nilai 0,05. Temuan uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R-Statistik	Sig	Ket
Literasi Wakaf Uang (X1)	Butir 1	0,498	0,000	Valid
	Butir 2	0,397	0,000	Valid
	Butir 3	0,511	0,000	Valid
	Butir 4	0,403	0,000	Valid
	Butir 5	0,357	0,000	Valid
	Butir 6	0,651	0,000	Valid
	Butir 7	0,534	0,000	Valid
	Butir 8	0,450	0,000	Valid
	Butir 9	0,560	0,000	Valid
	Butir 10	0,533	0,000	Valid
	Butir 11	0,629	0,000	Valid
Subjective Norms (X2)	Butir 1	0,946	0,000	Valid
	Butir 2	0,952	0,000	Valid
	Butir 3	0,932	0,000	Valid
Perceived Security (X3)	Butir 1	0,839	0,000	Valid
	Butir 2	0,877	0,000	Valid
	Butir 3	0,886	0,000	Valid
	Butir 4	0,820	0,000	Valid

Variabel	Pertanyaan	R-Statistik	Sig	Ket
Perceived Usefulness (X4)	Butir 1	0,953	0,000	Valid
	Butir 2	0,947	0,000	Valid
	Butir 3	0,948	0,000	Valid
	Butir 4	0,937	0,000	Valid
Perceived Trust (X5)	Butir 1	0,928	0,000	Valid
	Butir 2	0,928	0,000	Valid
	Butir 3	0,941	0,000	Valid
	Butir 4	0,921	0,000	Valid
Perceived Ease of Use (X6)	Butir 1	0,877	0,000	Valid
	Butir 2	0,925	0,000	Valid
	Butir 3	0,895	0,000	Valid
Intention To Use (Y)	Butir 1	0,883	0,000	Valid
	Butir 2	0,894	0,000	Valid
	Butir 3	0,889	0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2023

Tabel 4.8 menampilkan besarnya koefisien korelasi untuk masing-masing item pertanyaan variabel penelitian. Semua pertanyaan memiliki nilai sig < 0,05 berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut cocok sebagai alat untuk penelitian selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menentukan seberapa andal suatu peralatan pengukuran secara umum. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang diberikan kepada responden memenuhi kriteria dependabilitas, dalam penelitian ini dilakukan uji reliabilitas. Jika skor *alpha Cronbach* lebih tinggi dari 0,6, survei dianggap kredibel. Program SPSS digunakan untuk uji reliabilitas ini. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Wakaf Uang	0,703	Reliabel
Subjective Norms	0,938	Reliabel
Perceived Security	0,878	Reliabel
Perceived Usefulness	0,960	Reliabel
Perceived Trust	0,947	Reliabel
Perceived Ease of Use	0,881	Reliabel
Intention To Use	0,866	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena koefisien Cronbach alpha lebih besar dari 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dapat digunakan sebagai instrumen untuk penelitian selanjutnya.

#### D. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal atau hampir normal harus ada dalam model analisis regresi yang sukses. Jika nilai probabilitas lebih besar dari  $> 0,05$  maka distribusi datanya normal. Program SPSS digunakan untuk uji normalitas dalam penelitian ini. Temuan tes kenormalan tercantum di bawah ini :

Tabel 4. 10 Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		131
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.91478676
Most Extreme Differences	Absolute	0.072
	Positive	0.035
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		0.822
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.510

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.10, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi normal, karena nilai probabilitas yang dihasilkan yaitu 0,510 lebih besar dari 0,05. Maka model regresi ini layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

## 2. Uji Multikolinearitas

Menentukan apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi dengan menggunakan uji multikolinearitas. Seharusnya tidak ada hubungan antara variabel independen dalam model regresi yang sesuai. Variance Inflation Factor (VIF) digunakan untuk menguji multikolinearitas. Jika  $VIF < 10$ , maka data penelitian dikatakan bebas multikolinearitas. Program SPSS Statistics 21 digunakan untuk melakukan uji multikolinearitas pada variabel penelitian ini.



Tabel 4. 11 Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	Literasi Wakaf Uang	0,812	1,232
	Subjective Norms	0,538	1,858
	Perceived Security	0,775	1,290
	Perceived Usefulness	0,429	2,331
	Perceived Trust	0,491	2,039
	Perceived Ease of Use	0,541	1,848

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2023

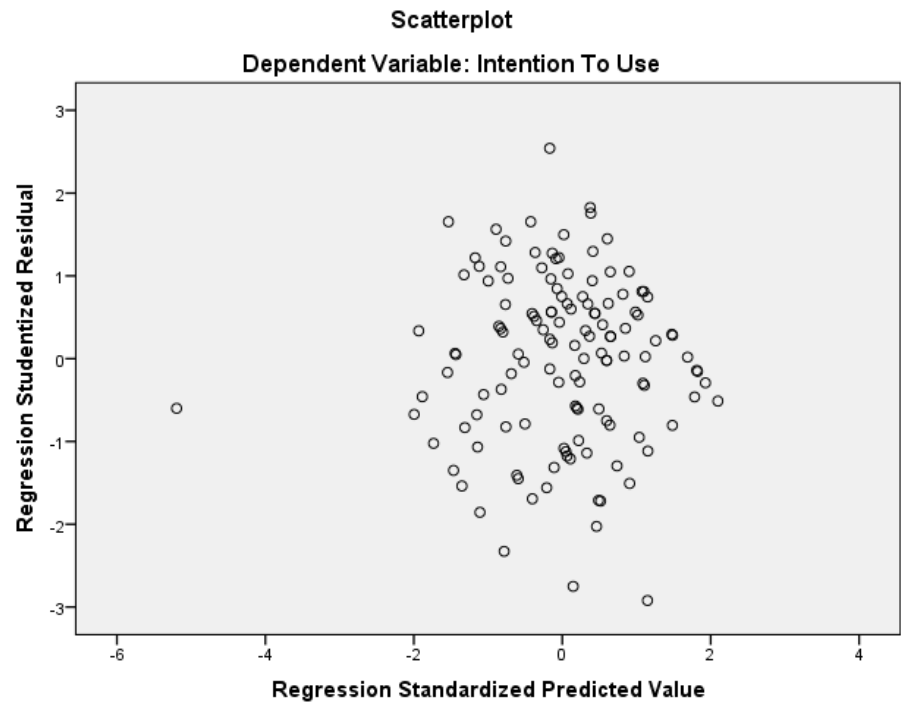
Tabel 4.11 hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tolerance dan VIF berada pada nilai  $> 0,10$  dan  $10$ . Karena nilai tolerance di bawah 1 dan nilai VIF jauh di bawah 10, maka dapat dikatakan bahwa persamaan model regresi tidak memiliki masalah multikolinieritas, yang menunjukkan tidak adanya korelasi antar variabel independen.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu model regresi mengandung residual observasi dengan varians yang tidak sama. Jika varians antara observasi residual dengan observasi lainnya berbeda, maka model regresi memiliki tanda heteroskedastisitas. Dengan menggunakan grafik scatter plot, pendekatan tersebut digunakan untuk menentukan apakah terjadi heteroskedastisitas jika terdapat pola yang berbeda dan titik-titik yang

membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit).

Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterkedastisitas



Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada tabel 4.9, diperoleh hasil grafik *scatter plot* menyebar di atas dan di bawah garis 0 serta tidak membentuk pola tertentu, sehingga artinya dapat dinyatakan tidak terdapat gangguan heterokedastisitas.

## E. Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji dampak dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, digunakan model regresi berganda. Program SPSS digunakan untuk melakukan penelitian uji regresi linier berganda.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,822	0,515		1,596	0,113
Literasi Wakaf Uang	0,942	0,384	0,149	2,453	0,016
Subjective Norms	0,147	0,068	0,162	2,164	0,032
Perceived Security	0,160	0,056	0,179	2,874	0,005
Perceived Usefulness	0,209	0,078	0,226	2,697	0,008
Perceived Trust	0,182	0,070	0,203	2,587	0,011
Perceived Ease of Use	0,172	0,071	0,180	2,411	0,017

a. Dependent Variable: Intention To Use

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,822 + 0,942X_1 + 0,147X_2 + 0,160X_3 + 0,209X_4 + 0,182X_5 + 0,172X_6 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 0,882 menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen (Literasi Wakaf Uang, Subjective Norms, Perceived Security, Perceived Usefulness, Perceived Trust dan Perceived Ease of Use) diasumsikan tidak mengalami perubahan (konstan) maka nilai variabel dependen (Intention To Use) adalah sebesar 0,822 satuan.

2. Koefisien variabel Literasi Wakaf Uang (X1) bernilai positif sebesar 0,942 berarti setiap peningkatan variabel Literasi Wakaf Uang sebesar 1 satuan, maka Intention To Use akan meningkat sebesar 0,942 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.
3. Koefisien variabel Subjective Norms (X2) bernilai positif sebesar 0,147 berarti setiap peningkatan variabel Subjective Norms sebesar 1 satuan, maka Intention To Use akan meningkat sebesar 0,147 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.
4. Koefisien variabel Perceived Security (X3) bernilai positif sebesar 0,160 berarti setiap peningkatan variabel Perceived Security sebesar 1 satuan, maka Intention To Use akan meningkat sebesar 0,160 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.
5. Koefisien variabel Perceived Usefulness (X4) bernilai positif sebesar 0,209 berarti setiap peningkatan variabel Perceived Usefulness sebesar 1 satuan, maka Intention To Use akan meningkat sebesar 0,209 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.
6. Koefisien variabel Perceived Trust (X5) bernilai positif sebesar 0,182 berarti setiap peningkatan variabel Perceived Trust sebesar 1 satuan, maka Intention To Use akan meningkat sebesar 0,182 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.
7. Koefisien variabel Perceived Ease of Use (X6) bernilai positif sebesar 0,172 berarti setiap peningkatan variabel Perceived Ease of Use sebesar 1 satuan, maka Intention To Use akan meningkat sebesar 0,172 satuan dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan.

#### **F. Uji Parsial (Uji-t)**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji statistik t. Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 13 Hasil Uji-t Statistik

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0,822	0,515		1,596	0,113
	Literasi Wakaf Uang	0,942	0,384	0,149	2,453	0,016
	Subjective Norms	0,147	0,068	0,162	2,164	0,032
	Perceived Security	0,160	0,056	0,179	2,874	0,005
	Perceived Usefulness	0,209	0,078	0,226	2,697	0,008
	Perceived Trust	0,182	0,070	0,203	2,587	0,011
	Perceived Ease of Use	0,172	0,071	0,180	2,411	0,017

a. Dependent Variable: Intention To Use

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dijelaskan hipotesa penelitian ini sebagai berikut :

a. Pengaruh Literasi Wakaf Uang terhadap Keputusan Berwakaf

Hasil pengujian signifikansi dengan t statistik diperoleh thitung sebesar sebesar 2,453 > 1,978 (tatbel) dan probabilitas (p) = 0,016 < 0,05. Dengan demikian menyatakan bahwa Literasi Wakaf Uang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention To Use. Hal ini menunjukkan semakin tinggi Literasi Wakaf Uang maka akan mampu meningkatkan Intention to Use.

b. Pengaruh Subjective Norms terhadap Keputusan Berwakaf

Hasil pengujian signifikansi dengan t statistik diperoleh thitung sebesar sebesar 2,164 > 1,978 (tatbel) dan probabilitas (p) = 0,032 < 0,05. Dengan demikian menyatakan bahwa Subjective Norms berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention To Use. Hal ini menunjukkan semakin tinggi Subjective Norms maka akan mampu meningkatkan Intention to Use.

c. Pengaruh Perceived Security terhadap Keputusan Berwakaf

Hasil pengujian signifikansi dengan t statistik diperoleh thitung sebesar sebesar 2,874 > 1,978 (tatbel) dan probabilitas (p) = 0,005 < 0,05. Dengan

demikian menyatakan bahwa Perceived Security berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention To Use. Hal ini menunjukkan semakin tinggi Perceived Security maka akan mampu meningkatkan Intention to Use.

d. Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Keputusan Berwakaf

Hasil pengujian signifikansi dengan t statistik diperoleh thitung sebesar sebesar  $2,697 > 1,978$  (tabel) dan probabilitas  $(p) = 0,008 < 0,05$ . Dengan demikian menyatakan bahwa Perceived Usefulness berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention To Use. Hal ini menunjukkan semakin tinggi Perceived Usefulness maka akan mampu meningkatkan Intention to Use.

e. Pengaruh Perceived Trust terhadap Keputusan Berwakaf

Hasil pengujian signifikansi dengan t statistik diperoleh thitung sebesar sebesar  $2,587 > 1,978$  (tabel) dan probabilitas  $(p) = 0,011 < 0,05$ . Dengan demikian menyatakan bahwa Perceived Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention To Use. Hal ini menunjukkan semakin tinggi Perceived Trust maka akan mampu meningkatkan Intention to Use.

f. Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap Keputusan Berwakaf

Hasil pengujian signifikansi dengan t statistik diperoleh thitung sebesar sebesar  $2,411 > 1,978$  (tabel) dan probabilitas  $(p) = 0,017 < 0,05$ . Dengan demikian menyatakan bahwa Perceived Ease of Use berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intention To Use. Hal ini menunjukkan semakin tinggi Perceived Ease of Use maka akan mampu meningkatkan Intention to Use.

### G. Hasil Koefisien Determinasi

Sejauh mana model dapat memperhitungkan variasi variabel dependen ditentukan oleh koefisien determinasi ( $R^2$ ). Ada rentang 0 hingga 1 dalam koefisien determinasi. Angka  $R^2$  menunjukkan seberapa kecil kontribusi faktor independen terhadap variasi variabel dependen. Nilai yang mendekati 1 (satu) menunjukkan bahwa hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen disediakan oleh variabel independen.

Penambahan satu variabel independen ke dalam model dapat mengakibatkan peningkatan atau penurunan nilai adjusted R square. Temuan berikut berasal dari studi data:

Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.792 <sup>a</sup>	0.627	0.608	0.93666

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2023

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh hasil bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,608. Hal ini berarti variabel Literasi Wakaf Uang, *Subjective Norms*, *Perceived Security*, *Perceived Usefulness*, *Perceived Trust* dan *Perceived Ease of Use* mampu menjelaskan *Intention to Use* sebesar 60,8%. Sedangkan sisanya sebesar 39,2% (100%-60,8%) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

#### H. Uji Statistik F (Simultan)

Uji Statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji statistik F disajikan pada table 4.15:

Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182.496	6	30.416	34.669	.000 <sup>b</sup>
	Residual	108.789	124	0.877		
	Total	291.285	130			

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2023

Dari hasil uji F pada tabel 4.12 diperoleh F hitung sebesar 34,669 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena  $\text{sig } F_{\text{hitung}} < 5\%$  ( $0,000 < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen (Literasi Wakaf Uang, Subjective Norms, Perceived Security, Perceived Usefulness, Perceived Trust dan Perceived Ease of Use) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Intention to Use).

## I. Pembahasan Hipotesis

1. Pengaruh *Subjective Norms* (SN) terhadap intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online*

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa *Subjective Norms* memiliki thitung sebesar 2,164 dan nilai signifikansi sebesar 0,032. Hal tersebut dapat disimpulkan variabel *Subjective Norms* secara parsial berpengaruh positif karena memiliki nilai thitung lebih dari 0,05 dan signifikan terhadap variabel Y atau *Intention to Use* karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Lalu pada hasil analisis regresi linear berganda yang tertera pada tabel 4.12 bahwa variabel *Subjective Norms* memiliki hasil dari koefisien  $\beta$  yaitu sebesar 0,147 terhadap *Intention to Use*.

Disebutkan pada penelitian sebelumnya menggunakan analisis Theory of Planned Behaviour bahwa Subjective Norms berpengaruh terhadap intensi berwakaf uang *online* milenial muslim di Indonesia, hal ini mungkin terjadi lantaran sifat milenial yang mudah terpengaruh dari tekanan lingkungan sekitar (Syafira Rizma Chaerunnisa, 2018). Hal tersebut dapat diartikan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, maka jika kepercayaan seseorang terhadap *Subjective Norms* bertambah atau mengalami peningkatan sebesar 1%, maka akan meningkatkan intensi mahasiswa FIAI UII untuk menggunakan layanan wakaf *online* 0,147% jika variabel lain tetap dan konstan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Subjective Norms* memiliki pengaruh terhadap intensi mahasiswa FIAI UII dalam menggunakan wakaf uang *online*.



2. Pengaruh Literasi Wakaf Uang terhadap intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online*

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa variabel Literasi Wakaf Uang memiliki thitung sebesar 2,453 serta nilai isgnifikansi yaitu 0,016, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa variabel Literasi Wakaf Uang dikatakan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y atau *Intention to Use* Pada analisis regresi linear berganda nilai koefisien  $\beta$  variabel sikap religiusitas memperoleh hasil 0,942 terhadap *Intention to Use*.

Disebut juga pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Qurrata et al., 2023) dimana dari 200 data responden menyatakan bahwa faktor literasi wakaf uang menjadi pondasi yang kan mendorong masyarakat untuk melakukan wakaf uang. Mereka juga beranggapan literasi wakaf uang yang tinggi akan berdampak pada pergerakan wakaf uang nasional, dari hasil penelitian juga secara singkat menyebutkan mereka lebih memilih wakaf uang dibanding dengan wakaf yang lain. Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya bahwa setiap literasi wakaf uang pun berdampak positif dan signifikan terhadap intensi mahasiswa FIAI UII untuk melakukan wakaf uang *online*.

3. Pengaruh *Perceived Trust* (PT) terhadap intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online*

Berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa nilai thitung variabel *Perceived Trust* adalah 2,587 dan nilai signifikasi nya adalah 0,011, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa variabel *Perceived Trust* dikatakan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y atau *Intention to Use*. Pada analisis regresi linear berganda nilai koefisien  $\beta$  variabel *Perceived Trust*

memperoleh hasil 0,182 terhadap *Intention to Use*.

Sebagaimana dengan temuan pada penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa kepercayaan atau *Perceived Trust* menjadi hal yang paling diutamakan (Qolbi & Sukmana, 2022). Variabel *Perceived Trust* atau kepercayaan menjadi dorongan terkuat niatan mahasiswa dalam melakukan wakaf uang secara *online* dimana poin ini muncul lantaran maraknya penipuan berbasis *online* di zaman teknologi ini.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan dan dapat diartikan bahwa jika sikap seseorang dalam mempercayai produk bertambah atau meningkat sebanyak 1% maka intensi mahasiswa FIAI UII dalam menggunakan layanan wakaf uang *online* meningkat sebesar 0,182% jika variabel lain tetap dan konstan. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Perceived Trust* memiliki pengaruh terhadap intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online* keputusan karena semakin baiknya kepercayaan seseorang dalam menggunakan layanan wakaf uang *online* suatu produk maka akan semakin tinggi intensi untuk menggunakan layanan wakaf uang *online*.

4. Pengaruh *Perceived Security* (PS) terhadap intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online*

Berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa nilai thitung variabel *Perceived Security* adalah 2,874 dan nilai signifikasinya adalah 0,005, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa variabel *Perceived Security* dikatakan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y atau *Intention to Use*. Pada analisis regresi linear berganda nilai koefisien  $\beta$  variabel *Perceived Security* memperoleh hasil 0,160 terhadap keputusan berwakaf.

Penelitian serupa pernah dilakukan tentang intensi wakif gen Y melalui e-banking dan e-wallet (Bisnis & Manajemen, 2021). Faktor *Perceived Security* menjadi prioritas ketiga sebelum faktor lainnya, keamanan memang selalu disoroti oleh gen Y hal ini menjadi alasan kuat

mengapa gen Y sedikit kesulitan untuk terus mengikuti derasnya arus teknologi yang sangat masif. Maka bisa disimpulkan bahwa penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya dimana dapat diartikan bahwa jika persepsi seseorang dalam keamanan bertambah atau meningkat sebanyak 1% maka intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online* akan naik sebesar 0,160% jika variabel lain tetap dan konstan. Sehingga dapat dikatakan intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online* dipengaruhi oleh *Perceived Security*.

5. Pengaruh *Perceived Ease of Use* (PEOU) terhadap intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online*

Berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa nilai thitung variabel *Perceived Ease of Use* adalah 4,411 dan nilai signifikasinya adalah 0,017, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menjelaskan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* dikatakan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel Y atau *Intention to Use*. Pada analisis regresi linear berganda nilai koefisien  $\beta$  variabel *Perceived Ease of Use* memperoleh hasil 0,172 terhadap *Intention to Use*.

Penelitian sebelumnya tentang *Perceived Ease of Use* (PEOU) atau persepsi kemudahan dilakukan oleh (Qolbi & Sukmana, 2022). Pada penelitian ini pun ditemukan bahwa persepsi kemudahan terhadap intensi berwakaf uang secara *online* memiliki hubungan yang signifikan dan positif dengan intensi berwakaf uang secara *online*, masyarakat beranggapan bahwa berwakaf uang secara *online* adalah hal yang mudah dikuasai dan dijalankan. Masyarakat akan memiliki niat tinggi terhadap *fintech* jika *fintech* tersebut mudah dioperasikan (Badri et al., 2022).

Hal ini dapat diartikan bahwa penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya maka keyakinan atau persepsi kemudahan pengguna dalam menggunakan sesuatu bertambah atau meningkat sebanyak 1% maka intensi menggunakan layanan wakaf pada mahasiswa FIAI UII akan meningkat sebesar 0,172% jika variabel lain tetap dan konstan. Sehingga

dapat dikatakan bahwa intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online* dipengaruhi oleh *Perceived Ease of Use*. Semakin tingginya keyakinan atau persepsi kemudahan dalam menggunakan sesuatu, maka akan semakin tinggi juga intensi untuk menggunakan layanan wakaf uang *online*.

6. Pengaruh *Perceived Usefulness* (PU) terhadap intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf uang *online*

*Perceived Usefulness* memiliki nilai thitung sebesar 2,697 dan nilai signifikansi sebesar 0,008 seperti terlihat pada tabel 4.13. Mengingat variabel *Perceived Usefulness* memiliki nilai thitung lebih besar dari 0,05 dan nilai signifikansi di bawah 0,05 untuk variabel Y, atau *Intention to Use*, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial berpengaruh positif. Hasil analisis regresi linier berganda kemudian ditampilkan pada Tabel 4.12, di mana koefisien untuk variabel "kegunaan yang dirasakan" setara dengan 0,182 untuk "niat menggunakan".

Sama halnya dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Qolbi & Sukmana, 2022) bahwa *Perceived Usefulness* berhubungan positif signifikan terhadap intensi berwakaf uang secara *online*. Berdasarkan jawaban dari responden terkait bahwa menggunakan layanan wakaf uang secara *online* mempercepat kegiatan wakaf mereka tidak perlu lagi melakukan usaha lebih untuk keluar dari rumah serta mereka juga optimis bahwa layanan ini perlu dioptimalkan serta dikembangkan agar bisa lebih baik kedepannya. Fintech syariah memang lagi sedang marak-maraknya perpindahan ini pun terjadi akibat di masa pandemi Covid-19 kita dipaksa untuk melakukan semua hal yang berbasis digital, maka dari penelitian (Niswah et al., 2019) pun setuju bahwasannya *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap *Intention to Use*.

Hal ini dapat diartikan bahwa penelitian ini sama dengan penelitian yang ada sebelumnya, jika variabel lain tetap konstan dan konsisten, maka peningkatan persepsi kepercayaan seseorang sebesar 1% akan

mengakibatkan peningkatan niat mahasiswa FIAI UII untuk menggunakan layanan wakaf *online* sebesar 0,182%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh terhadap niat mahasiswa menggunakan wakaf tunai *online* di FIAI UII.



## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Subjective Norms* (SN), Literasi Wakaf Uang, *Perceived Trust* (PT), *Perceived Security* (PS), *Perceived Ease of Use* (PEOU) dan *Perceived Usefulness* (PU) terhadap variabel *Intention to Use* atau intensi mahasiswa FIAI UII menggunakan layanan wakaf *online*. Penelitian ini dijalankan dengan jumlah responden sebanyak 131. Berdasarkan pembahasan dari bab sebelumnya maka bisa kita tarik kesimpulan bahwa :

1. Norma Subjektif (*Subjective Norms*) berpengaruh positif terhadap intensi wakif dalam menggunakan layanan wakaf uang *online* dengan nilai signifikansi sebesar 0,032 dan thitung yakni 2,164.
2. Literasi wakaf uang berpengaruh positif terhadap intensi wakif dalam menggunakan layanan wakaf uang *online* dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 dan thitung yakni 2,453.
3. Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) berpengaruh positif terhadap intensi wakif dalam menggunakan layanan wakaf uang *online* dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 dan thitung yakni 2,874.
4. Persepsi Terhadap Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap intensi wakif menggunakan layanan wakaf uang *online* dengan nilai signifikansi sebesar 0,008 dan thitung yakni 2,697.
5. Persepsi Kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh positif terhadap intensi wakif menggunakan layanan wakaf uang *online* dengan nilai signifikansi sebesar 0,011 dan thitung yakni 2,587.
6. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh terhadap intensi wakif dalam menggunakan wakaf uang *online* dengan nilai signifikansi 0,017 dan thitung yakni 4,411.

#### **B. Saran**

Dalam penelitian ini tidak lepas dari kekurangan serta keterbatasan yang mana

sangat dibutuhkan perbaikan untuk penelitian selanjutnya, maka beberapa saran dari peneliti sebagai berikut:

1. Pihak lembaga-lembaga wakaf uang online perlu memperhatikan Norma Subjektif (*Subjective Norms*), Literasi Wakaf Uang, Persepsi Keamanan (*Perceived Security*), Persepsi Terhadap Kegunaan (*Perceived Usefulness*), Persepsi Kepercayaan (*Perceived Ease of Use*), Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dan Intensi Menggunakan (*Intention to Use*) agar dapat menarik minat wakif serta terus meningkatkan layanannya.
2. Penelitian ini hanya dilakukan di ruang lingkup mahasiswa FIAI UII yang mana sangat terbatas sehingga penelitian ini belum bisa mempresentasikan keadaan di Indonesia.
3. Pada penelitian ini pun responden hanya sebatas mahasiswa yang mengambil studi di fakultas FIAI sehingga penelitian ini tidak bisa memberikan gambaran yang menyeluruh generasi tertentu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aboebakar Atjeh. (2004). *Ilmu Fiqh Islam Dalam Lima Mahzab*.
- Afriliasari, R., & Dr. Anton Priyo Nugroho. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Keuangan Islam Terhadap Perencanaan Investasi (Studi Pada Alumni dan Mahasiswa Magister Ilmu Agama Islam Konsentrasi Ekonomi Islam PPs FIAI UII Yogyakarta). *Suparyanto Dan Rosad* (2015, 5(3), 248–253.
- Aladawiyah, I. (2021). *Analisis Keputusan Fatwa Komisi MUI Tentang Wakaf Uang Tahun 2002 terhadap Pengelolaan Wakaf Uang pada Yayasan Berkah Sauyunan*. 552–555.
- Asqalani, I. H. A.-. (2016). *Terjemahan Bulughul Maram*.
- Azizah, N. (2019). *Pengelolaan dan Pengembangan Wakaf Produktif di SMP Muhammadiyah Boarding School Jombang*.
- Badri, R. E., Putri, A. S., & Dyasvaro, R. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Aplikasi Fintech Paylater : Integrasi Model TAM Dengan Religiusitas*. 91–99.
- Beik, I. S. (2022). *Proyeksi Wakaf 2022*. Ikatan Ahli Ekonomi Indonesia. <http://www.iaei-pusat.org/news/opini/proyeksi-wakaf-2022?language=id>
- Berakon, I., Irsad, A. M., Hanif, N. N., Yasinta, F., Ekonomi, F., Uin, I., & Kalijaga, S. (2017). Inovasi layanan penghimpunan dan redistribusi wakaf uang berbasis. *Jurnal Al Qardh, Volume V, Nomor 1, Juli 2017, 1*, 26–41.
- Bisnis, S., & Manajemen, D. (2021). *ANALISIS INTENSI WAKIF GEN Y DALAM GERAKAN DIGITAL BERWAKAF UANG ATAU MELALUI UANG DI INDONESIA ANALYSIS OF THE INTENTION OF GEN Y WAQF IN THE DIGITAL MOVEMENT OF*. 7(3), 763–777.
- Budiansyah, M. I., & Ayyubi, S. El. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Wakif Dalam Berwakaf Online. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2), 212. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3741>
- Davis, F. D., & Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology*. January 2015.



<https://doi.org/10.2307/249008>

- Departemen Agama RI, 1 B A B, & Wakaf, A. P. (2022).
- Destiniar, D., Octaria, D., & Mulbasari, A. S. (2018). Analisis Butir Soal Pilihan Ganda Dengan Aplikasi Klasika. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 21. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v2i1.180>
- Didik. (2019). *10 Aplikasi Pembayaran Digital yang Populer Saat Ini*. <https://carisinyal.com/jenis-pembayaran-digital-populer/>
- Diniyah, F. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Waqf: Teori UTAUT Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 544–552. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.1841>
- Elhajjar, S., & Ouaida, F. (2020). an Analysis of Factors Affecting Mobile Banking Adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 38.
- Fahria, F., B, M. T., & Mallarangan, H. (2022). *Studi Hadits tentang Wakaf Uang*. 1, 362–367.
- Febri, S., & Aziz, N. (2017). Kesenangan, Dorongan Berbelanja Dan Merek Terhadap Intensi Berbelanja Online (Studi Pada Mahasiswi STIE ‘KBP’ Padang). *Journal Pundi*, 01.
- Febriyanti, H. (2018). *Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai Dalam Era Digital Terhadap Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. 6681, 306–313.
- Flavian, C., & Guinaliu, M. (2006). *Consumer trust, perceived security and privacy policy: Three basic elements of loyalty to a web site*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19 edition / Prof. Dr. H. Imam Ghozali, M.Com, Akt*. Semarang Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. 21 *Update PLS Regresi*.
- Ghozali, I. (2016). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIETE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 23 (VIII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haniah Lubis. (2020). *Potensi dan Strategi Pengembangan Wakaf Uang di Indonesia Haniah Lubis Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*

*Abstrak Sebagai salah satu instrumen wakaf produktif, wakaf uang merupakan hal yang masih baru di Indonesia . Peluang untuk wakaf uan. 1(1), 43–59.*

- Hasan, S. (2010). Wakaf Uang Dan Implementasinya Di Indonesia. *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar'iah*, 2(2), 162–177. <https://doi.org/10.18860/j-fsh.v2i2.2976>
- Helmi, S. (2021). *Analisis data* (Issue July).
- Hendarsyah, D. (2021). *Peran Ekonomi Digital Dalam Pemulihan Ekonomi Dampak Covid- 19 Di Indonesia.*
- Ichwan, A., & Ghofur, R. A. (2020). *Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay.* 6(02), 129–135.
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>
- Isti Pujihastuti. (2010). Prinsip Penulisan Kuisisioner Penelitian. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*, 2(1), 43–56.
- Jamshidi, D., & Hussein, N. (2016). Forecasting Patronage Factors of Islamic Credits Card as a New E-Commerce Banking Service: an Integration of TAM with Perceived Religiosity dan Trust. *Journal of Islamic Marketing.*
- Jogiyanto. (2008). Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. *Yogyakarta : Andi Offset.*
- Kearsipan, D. P. dan. (2021). *Pengertian Literasi, Jenis, Tujuan, Manfaat, Contoh, dan Prinsipnya.* <http://disperpusip.tegalkab.go.id/berita/?p=228>
- Kock, J. (2014). *The Technology Acceptance Model (TAM). An Overview.*
- Muflih, M. (2022a). *Adopsi layanan seluler Muzakki : mengintegrasikan peran model penerimaan teknologi ( TAM ), kepercayaan dan religiusitas yang dirasakan.*

- Muflih, M. (2022b). Muzakki's adoption of mobile service: integrating the roles of technology acceptance model (TAM), perceived trust and religiosity. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*.  
<https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2021-0273>
- Nasution, S. (2017). Variabel Penelitian. *Jurnal Raudhah*, 5.2.
- Niswah, F. M., Mutmainah, L., & Legowati, D. A. (2019). *Muslim Millennial's Intention For Charity Using Fintech Platform*. 5 no 3.
- Qolbi, A., & Sukmana, R. (2022). Determinan Niatan Mahasiswa Terhadap Wakaf Tunai Secara Online Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(1), 78.  
<https://doi.org/10.20473/vol9iss20221pp78-91>
- Qurrata, V. A., Affandi, M. I., Widiyanto, M. R. B., & Putri, N. A. (2023). *The influence of Sharia education , Waqf management ' s reputation , literacy , and intention to cash Waqf*. *Ismawati 2019*, 97–102.  
<https://doi.org/10.1201/9781003324492-16>
- RI Departemen Agama. (2003). *Himpunan Fatwa Mejalis Ulama*.
- Riadi, M. (2022). *Perceived Usefulness - Pengertian, Dimensi, Aspek dan Indikator*. <https://www.kajianpustaka.com/2022/09/perceived-usefulness.html>
- Schierz, P. G., Schilk, O., & Bernd W. Wirtz. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis, *Electronic Commerce Research and Applications*,. Volume 9, Issue 3.
- Siahaan, M. D. L., & Prihandoko. (2019). Mengukur Tingkat Kepercayaan Sistem Zakat Online Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) Di Kalangan Masyarakat Kampus. *Jurnal Teknik Dan Informatika*, 6(1), 18–24.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*.
- Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis*. ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metdoe Penelitian Pendidikan Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif*.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Alfabeta.

- Suko, F., Sobari, N., & Usman, H. (2018). Pengaruh Attitude , Subjective Norms dan Perceived Behavioral Control terhadap Intensi Kepemilikan Kartu Kredit Syariah. *MEIS : Jurnal Middle East and Islamic Studies*, 5(2), `.
- Syafira Rizma Chaerunnisa. (2018). *Intensi, potensi, preferensi, dan kontribusi wakaf uang secara online pada generasi milenial muslim Indonesia: pendekatan theory of planned behaviour = Intention potency, preference, and contribution of cash waqf through online waqf among Indonesian musli.*
- Syafnidawaty. (2020). *Apa itu Populasi dan Sampel dalam Penelitian.* Universitas Raharja. <https://raharja.ac.id/2020/11/04/apa-itu-populasi-dan-sampel-dalam-penelitian/>
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). *Jurnal Mitra Manajemen ( JMM Online ).* 3(2), 201–214.
- Türker, C., Altay, B. C., & Okumuş, A. (2022). Understanding user acceptance of QR code mobile payment systems in Turkey: An extended TAM. *Technological Forecasting and Social Change*, 184(January). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121968>
- Yulianto, Y. (2016). *MEMBELI , DERAJAT DIFERENSIASI PRODUK DAN CUSTOMER MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK ( Studi pada Pengguna Uang Elektronik e-Money di Kota Semarang )* YANA YULIANTO Augusty Tae Ferdinand dan Harry Soesanto Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universi.
- Yuliawan, K. (2021). Pelatihan SmartPLS 3.0 Untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 43–50.
- Yusuf, H. (2016). Pengelolaan dan Pemanfaatan Wakaf Produktif Dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pada Pesantren Al-Mubarak Kec.Sibulue, Kab.Bone. In *Sifonoforos* (Vol. 1).
- Yusup, F. (2018). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>
- Zulkarnain, M. (2022). “*Analisis Faktor -Faktor yang mempengaruhi terhadap minat Berwakaf uang pada Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor.*”

## LAMPIRAN

### A. Kuisisioner Penelitian

Assalamu'alaikum warahmatullahi Wabarakatauh

Perkenalkan Saya Cikal Rafif Inti Fadha dari prodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Saat ini kami sedang melakukan penelitian terkait “Penerapan TAM (Technology Acceptance Model) Dalam Implementasi Wakaf Uang Secara *Online*” guna menyelesaikan tugas akhir.

Kami sangat berterima kasih jika Anda bersedia menjadi responden kami.

Berikut link kuesioner: <http://form-timer.com/start/91da2a8d>

Kami menjamin bahwa data pribadi akan terjaga dan tidak akan disebarluaskan kecuali data yang berkaitan dengan permasalahan penelitian kami. InsyaAllah bagi responden yang beruntung akan mendapatkan saldo shopeepay/gopay/ovo masing-masing sebesar Rp 50.000

Terima kasih. Semoga kebahagiaan, kesuksesan dan kesehatan selalu menyertai teman-teman.

Wassallamu'alaikum wr.wb.

Hormat,

Peneliti

## Data Responden

1. Nama Lengkap :
2. Domisili :  Sleman  
 Bantul  
 Kulon Progo  
 Daerah lain
3. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  
 Perempuan
4. Usia :  17-19 Tahun  
 20-22 Tahun  
 23-25 Tahun
5. Pernah berwakaf *online*? jika sudah menggunakan apa? :  Belum pernah
6. Pernah berdonasi *online*? jika sudah menggunakan apa? :  Belum pernah
7. No whatsapp (untuk menghubungi pemenang) :

### ***Ethincal Consent***

Jawaban atau tanggapan yang saya isi dalam kuisisioner ini tidak mendapat paksaan dari pihak manapun, menyetujui jawaban kuisisioner saya digunakan dan diikutsertakan dalam penelitian ini.

Setuju     Tidak Setuju

## Literasi Wakaf Uang

1. Wakaf memiliki arti secara bahasa?
  - Menahan
  - Memberi
  - Mengikhhlaskan
2. Wakaf Uang adalah wakaf yang dilakukan seseorang, kelompok orang, lembaga, atau badan hukum dalam bentuk?
  - Uang Tunai dan harus cash
  - Uang Tunai
  - Tanah
3. Hukum berwakaf dalam islam adalah?
  - Wajib
  - Sunnah
  - Mubah
4. Berikut ini merupakan macam wakaf berdasarkan tujuannya yakni?
  - Wakaf sosial
  - Wakaf keluarga
  - Semua benar
5. Dibawah ini merupakan manfaat wakaf uang kecuali?
  - Masyarakat yang memiliki dana terbatas dapat melakukan wakaf
  - Harta benda seperti tanah dapat digunakan menjadi hal yang lebih manfaat
  - Umat muslim hanya dapat memenuhi kebutuhan seharu-hari
6. Dalam berwakaf ada istilah wakif yang berarti?
  - Orang yang berwakaf
  - Orang yang mendapat wakaf
  - Orang yang mengelola wakaf
7. Barang yang diwakafkan memiliki istilah
  - Mauquf alaih
  - Mauquf





2. Orang yang penting bagi saya merasakan manfaat menggunakan layanan wakaf uang *online*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju ○○○○○○○○○○ Sangat Setuju

3. Orang yang penting bagi saya berpendapat bahwa menggunakan layanan wakaf uang *online* adalah ide bagus

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju ○○○○○○○○○○ Sangat Setuju

**Perceived Security (PS)**

1. Resiko intervensi dari pihak tidak berwenang mengawasi proses pembayaran rendah

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju ○○○○○○○○○○ Sangat Setuju

2. Resiko penyalahgunaan informasi penggunaan rendah saat menggunakan layanan wakaf uang *online*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju ○○○○○○○○○○ Sangat Setuju

3. Resiko penyalahgunaan informasi penagihan (misal nomor kartu kredit, data rekening bank, dll) rendah saat menggunakan layanan wakaf uang *online*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju ○○○○○○○○○○ Sangat Setuju

4. Saya merasa aman jika melakukan transaksi menggunakan layanan wakaf uang *online*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju ○○○○○○○○○○ Sangat Setuju

**Perceived Trust (PT)**

1. Saya percaya sistem pembayaran wakaf uang *online* dapat diandalkan

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju ○○○○○○○○○○ Sangat Setuju

2. Saya percaya bahwa sistem pembayaran wakaf uang *online* aman

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju ○○○○○○○○○○ Sangat Setuju

3. Saya yakin bahwa transaksi saya dengan layanan wakaf uang *online* pasti akan disalurkan dan diterima orang yang tepat

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju ○○○○○○○○○○ Sangat Setuju

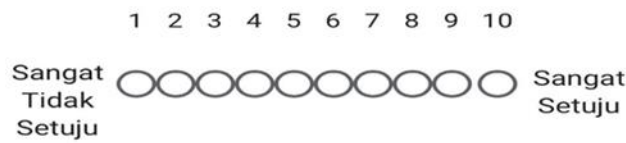
4. Saya yakin layanan wakaf uang *online* kredibel dan bertanggung jawab

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

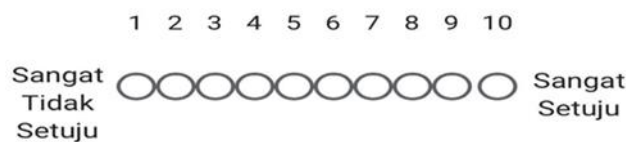
Sangat Tidak Setuju ○○○○○○○○○○ Sangat Setuju

**Perceived Usefulness (PU)**

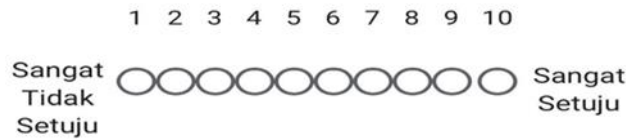
1. Saya merasa sangat terbantu melakukan transaksi dengan adanya wakaf uang *online*



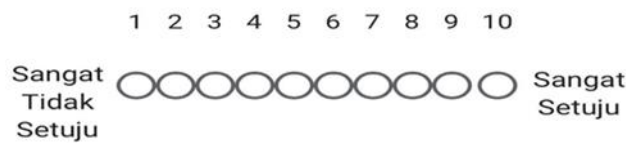
2. Menggunakan layanan wakaf uang *online* membuat penanganan pembayaran lebih mudah



3. Menggunakan layanan wakaf uang *online* akan menghemat waktu saya dalam berwakaf

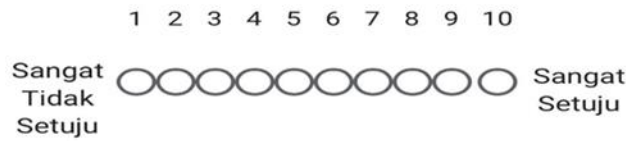


4. Layanan wakaf uang *online* akan meningkatkan produktivitas saya dalam membayar wakaf uang

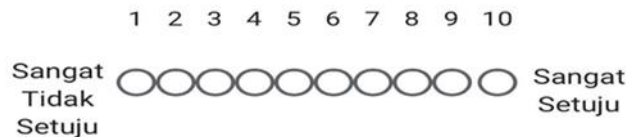


**Perceived Ease of Use (PEOU)**

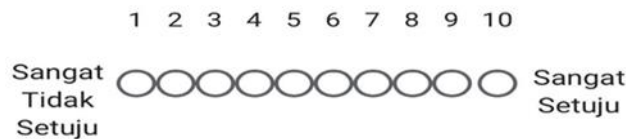
1. Saya pikir akan sangat mudah untuk menjadi ahli dalam menggunakan layanan wakaf uang *online*



2. Interaksi dengan layanan wakaf uang *online* jelas dan dapat dimengerti

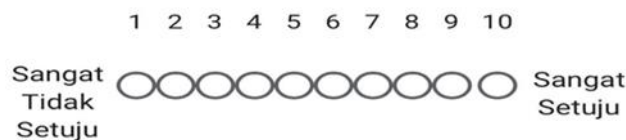


3. Nampaknya adalah hal yang mudah untuk mengakses layanan wakaf uang *online*

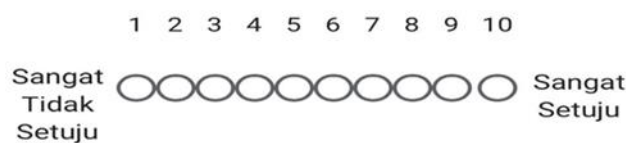


**Intention to Use (ITU)**

1. Jika ada kesempatan saya akan menggunakan layanan wakaf uang *online*



2. Saya kemungkinan akan menggunakan layanan wakaf uang *online* dalam waktu dekat



3. Saya berniat untuk menggunakan layanan wakaf uang *online* ketika ada kesempatan

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Sangat Tidak Setuju           Sangat Setuju



## B. Tabulasi Responden

LW1	LW2	LW3	LW4	LW5	LW6	LW7	LW8	LW9	LW10	LW11	TOTAL	Literari Wakaf Uang
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1.00
1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	9	0.82
0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	3	0.27
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	10	0.91
0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	8	0.73
0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	5	0.45
1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	7	0.64
0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0.18
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1.00
1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0.18
0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	5	0.45
0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0.09
1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	7	0.64
0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	4	0.36
0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0.18
1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	9	0.82
0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0.09
0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	6	0.55
1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	5	0.45
0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	7	0.64
0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0.09
1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	4	0.36
0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	5	0.45
1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	5	0.45
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0.18
0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	5	0.45
1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	9	0.82
1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	8	0.73
0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	4	0.36
0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0.09
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	10	0.91
1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	8	0.73
0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0.91
0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	8	0.73
1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	10	0.91
0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	6	0.55
0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	8	0.73
1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	7	0.64
0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	7	0.64
1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0.91
0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	6	0.55
1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	8	0.73
1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	9	0.82
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1.00
1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	7	0.64
0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	4	0.36

1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	8	0.73
0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	9	0.82
0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	7	0.64
1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	9	0.82
0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	6	0.55
0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	7	0.64
0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0.91
0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	7	0.64
0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	8	0.73
0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	9	0.82
0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	8	0.73
1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	10	0.91
1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	9	0.82
1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	4	0.36
1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0.91
1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	7	0.64
1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	8	0.73
0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	7	0.64
0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	6	0.55
1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	7	0.64
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	3	0.27
0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	6	0.55
1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	7	0.64
0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0.09
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	10	0.91
0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	5	0.45
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1.00
0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	6	0.55
0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0.91
0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	3	0.27
0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	5	0.45
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	10	0.91
1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	5	0.45
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	10	0.91
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1.00
0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	5	0.45
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	10	0.91
0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	7	0.64
1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	6	0.55
1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	7	0.64
0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	7	0.64
0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	8	0.73
0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	9	0.82
0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	5	0.45

الجمهورية اللبنانية  
الجامعة اللبنانية  
الكلية الهندسية

1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	0.82
0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	6	0.55	
0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	9	0.82	
0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	4	0.36	
1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	6	0.55	
1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	9	0.82	
1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	8	0.73	
1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0.91	
1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	3	0.27
0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	4	0.36	
0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	6	0.55	
1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	9	0.82	
1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0.91	
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	9	0.82	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1.00	
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	9	0.82	
0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	8	0.73	
1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	10	0.91	
0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	4	0.36	
0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	6	0.55	
1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	5	0.45	
0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	4	0.36	
1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	9	0.82	
0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	7	0.64	
1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	6	0.55	
1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	7	0.64	
1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	8	0.73	
1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	9	0.82	
1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	7	0.64	
1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	9	0.82	
0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	4	0.36	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	1.00	
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	0.91	
0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	8	0.73	
0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	9	0.82	
0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	4	0.36	
0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	8	0.73	
0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	1	5	0.45	
0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	5	0.45	
1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	9	0.82	
0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	5	0.45	

SH1	SH2	SH3	TOTAL Subsites Name	PE1	PE2	PE3	PE4	TOTAL Prescribed Events	PUM	PUM2	PUM4	TOTAL Prescribed Workhours	PT1	PT2	PT3	PT4	TOTAL Prescribed Trust	PEOU1	PEOU2	PEOU3	TOTAL Prescribed Effort Use	ITU1	ITU2	ITU3	TOTAL Invention Table				
10	10	10	10.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	40	10.00	10	10	10	40	10.00	10	10	10	40	10.00	10	10	10	40	10.00
10	9	9	9.33	6	10	8	8	32	9.00	10	9	10	39	9.75	9	9	10	38	9.50	9	9	10	38	9.00	10	10	10	39	10.00
7	6	6	6.33	7	8	8	8	32	6.00	8	8	8	32	6.00	7	7	8	32	6.25	10	10	9	29	6.47	6	7	7	28	6.47
9	10	9	9.33	9	9	10	10	39	9.50	10	9	10	39	9.75	10	10	10	40	10.00	10	10	10	40	10.00	10	10	10	40	10.00
5	6	6	5.67	5	7	8	8	32	5.75	6	6	8	32	7.00	6	6	7	28	6.25	6	6	7	28	6.00	6	6	7	28	6.33
9	9	9	9.00	9	9	9	9	36	9.25	10	10	10	40	10.00	9	9	9	36	9.75	9	9	9	36	9.00	9	9	9	36	9.00
9	8	8	8.33	8	8	8	8	32	8.00	8	8	8	32	8.00	8	8	8	32	8.00	9	9	9	36	9.00	9	9	9	36	9.00
8	8	8	8.00	8	8	8	8	32	8.00	8	8	8	32	8.00	8	8	8	32	8.00	8	8	8	32	8.00	8	8	8	32	8.00
8	8	8	8.00	8	8	8	8	32	8.00	8	8	8	32	8.00	8	8	8	32	8.00	8	8	8	32	8.00	8	8	8	32	8.00
7	7	7	7.00	7	7	7	7	28	7.00	7	7	7	28	7.00	7	7	7	28	7.00	7	7	7	28	7.00	7	7	7	28	7.00
8	9	9	8.33	8	9	9	9	36	8.75	9	9	9	36	9.00	8	9	9	36	9.00	8	9	9	36	8.00	8	9	9	36	8.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.00	7	8	8	32	7.00
7	8	8	7.67	7	8	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.25	7	8	8	32	7.75	7	8	8	32	7.0					



8	8	9	28	6.33	5	5	6	7	23	5.79	8	8	8	8	32	6.00	7	7	7	7	20	7.00	6	7	8	21	7.00	8	9	8	25	8.33	
10	10	10	20	10.00	10	8	6	10	24	8.50	8	9	8	10	22	8.25	10	10	10	10	40	10.00	8	8	8	24	8.00	8	8	9	29	8.33	
10	10	9	20	9.25	5	4	5	6	23	5.75	9	10	9	10	24	9.50	10	10	10	10	40	10.00	10	6	8	10	24	9.67	10	10	9	24	9.67
7	7	7	21	7.00	3	4	5	6	10	4.50	7	6	8	7	24	6.00	8	9	7	7	21	7.75	7	8	9	24	8.00	6	6	6	20	6.67	
7	8	7	22	7.33	6	6	8	6	23	6.79	5	5	5	5	20	5.00	6	5	4	4	19	4.79	6	5	5	16	5.33	7	9	7	23	7.67	
6	6	6	25	6.33	3	5	5	6	19	4.75	10	10	10	10	40	10.00	6	6	6	6	24	6.00	7	7	7	21	7.00	9	9	9	24	9.67	
10	10	10	30	10.00	4	3	4	3	14	3.50	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	10.00	10	10	10	10	10.00	
6	6	5	17	5.67	7	7	7	7	22	7.47	6	6	5	6	23	6.75	10	10	10	10	40	10.00	5	5	6	16	5.33	6	6	6	10	6.00	
10	9	9	29	9.33	10	9	10	10	39	9.75	9	9	10	10	39	9.50	7	7	2	5	25	4.50	6	6	7	19	6.33	10	10	10	10	10.00	
5	5	7	17	5.33	5	3	7	7	22	5.50	5	6	6	6	23	5.75	7	8	9	7	21	7.75	5	4	4	12	4.33	5	5	5	15	5.00	
10	8	8	24	8.67	8	8	7	5	23	7.00	8	8	9	9	34	8.50	9	10	10	10	39	9.75	6	10	10	24	6.67	10	10	10	29	9.67	
5	5	7	22	7.33	2	5	5	8	20	5.00	8	7	8	7	30	7.50	10	7	9	7	33	8.25	8	8	9	25	8.33	8	9	9	24	8.67	
7	7	7	21	7.00	6	7	6	7	24	6.50	8	8	9	8	23	8.25	6	7	7	7	27	6.75	7	7	7	21	7.00	9	9	9	27	9.00	
8	7	7	22	7.33	7	5	6	8	23	6.79	8	7	7	7	24	7.25	9	6	6	6	24	6.00	4	7	7	18	4.66	7	8	8	23	7.67	
7	6	9	22	7.33	8	8	8	8	32	8.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	40	10.00	7	8	8	23	7.67	9	9	9	27	9.00	
9	10	10	29	9.67	9	10	10	10	39	9.75	8	9	8	8	33	8.25	9	10	9	9	37	9.25	9	9	8	24	8.67	9	10	9	29	9.33	
6	7	5	18	6.00	6	5	4	6	21	5.25	7	7	7	6	24	7.00	5	5	4	5	21	5.25	8	7	8	23	7.67	7	7	8	22	7.33	
8	7	8	23	7.67	5	7	4	6	22	5.50	7	7	8	8	30	7.50	7	7	8	8	30	7.50	6	8	8	21	7.00	6	8	8	24	8.00	
6	6	7	19	6.33	6	6	6	7	25	6.25	7	7	7	7	28	7.00	7	6	7	7	27	6.75	7	7	7	21	7.00	5	8	8	21	7.00	
8	8	9	26	8.67	8	8	8	8	32	8.00	6	6	6	7	27	6.75	6	7	2	9	29	7.25	7	5	8	20	6.67	9	7	8	25	8.33	
7	7	7	21	7.00	8	8	9	9	34	8.50	8	8	8	8	32	8.00	7	7	7	7	23	7.00	7	7	7	21	7.00	9	9	9	27	9.00	
8	7	8	23	7.67	8	8	8	7	31	7.79	8	9	9	9	34	8.50	4	5	4	5	18	4.50	4	4	4	12	4.00	8	9	8	25	8.33	
1	2	1	4	1.50	1	1	1	1	4	1.00	1	1	1	1	4	1.00	1	1	1	1	4	1.00	1	1	1	3	1.00	1	2	1	4	1.33	
5	8	7	22	7.33	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	40	10.00	9	10	10	24	9.67	10	10	10	20	10.00	
5	6	8	19	6.33	8	8	7	8	31	7.79	7	7	8	7	29	7.25	6	4	4	5	19	4.75	8	8	9	23	7.67	8	8	9	24	8.00	
7	7	9	23	7.67	6	6	6	8	24	6.50	8	9	9	9	34	8.50	8	8	9	9	34	8.50	8	8	9	25	8.33	9	9	9	24	9.00	
6	6	8	25	6.33	8	8	6	8	31	7.75	9	8	9	9	35	8.75	10	8	8	10	24	8.00	7	7	8	23	7.67	7	7	7	21	7.00	
5	5	9	23	6.00	6	6	7	6	25	6.25	9	9	10	7	34	8.50	7	8	9	8	32	8.00	5	5	6	16	5.33	5	6	6	17	5.67	
8	8	8	24	8.00	4	7	9	6	24	6.00	6	6	6	5	23	6.75	5	6	4	6	21	5.25	6	6	5	17	6.67	5	6	6	17	6.33	
5	7	7	19	5.33	5	5	5	6	21	5.25	6	7	7	6	24	6.50	5	7	5	6	23	6.75	5	6	4	15	5.00	6	7	6	19	6.33	
8	10	9	28	8.33	8	9	8	8	31	7.75	10	10	10	9	39	9.75	9	6	7	6	29	7.25	7	7	7	21	7.00	7	7	8	23	7.33	
9	9	9	27	9.00	7	8	7	7	27	7.47	9	9	9	9	36	9.00	8	8	7	7	30	7.50	8	9	9	24	8.67	9	9	9	27	9.00	
5	9	9	27	5.00	7	8	8	8	31	7.75	9	9	9	9	36	9.00	9	9	9	9	36	9.00	9	9	8	24	8.67	8	9	8	25	8.33	
8	9	8	25	8.33	10	10	10	9	39	9.75	10	10	10	9	39	9.75	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	10.00	10	10	10	10	10.00	
5	5	5	15	5.00	5	6	6	6	23	5.75	5	5	5	5	20	5.00	5	5	5	5	20	5.00	5	5	5	15	5.00	6	6	6	10	6.00	
5	4	7	16	5.33	5	5	5	5	20	5.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	40	10.00	9	9	10	23	9.33	10	10	10	10	10.00	
10	10	10	30	10.00	6	5	6	6	24	6.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	10.00	10	10	10	10	10.00	
8	7	7	22	7.33	9	10	9	9	37	8.25	8	8	8	9	33	8.25	9	8	7	9	33	8.25	9	8	8	22	7.33	9	10	9	29	9.67	
5	5	5	15	5.00	5	5	5	5	20	5.00	5	5	5	5	20	5.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	10.00	10	10	10	10	10.00	
8	7	8	23	7.67	8	8	8	8	32	8.00	8	8	8	8	32	8.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	10.00	10	10	10	10	10.00	
9	8	7	24	8.00	8	9	8	7	30	7.50	8	8	8	8	32	8.00	9	9	9	9	36	9.00	9	9	9	27	9.00	9	9	9	27	9.00	

7	7	7	21	7.00	5	6	5	7	23	5.79	9	8	9	9	35	8.79	9	7	7	6	24	7.25	8	7	7	22	7.33	8	10	8	26	8.67
8	8	9	19	8.00	5	6	6	6	23	5.75	5	5	5	5	20	5.00	5	5	5	5	20	5.00	9	9	9	18	9.00	6	6	6	10	6.00
10	10	10	20	10.00	9	9	10	10	39	9.75	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	40	10.00	9	9	9	24	9.67	10	10	10	10	10.00
7	7	7	21	7.00	6	6	6	6	24	6.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	40	10.00	9	8	9	24	9.67	9	9	9	27	9.00
10	10	10	30	10.00	6	6	6	6	24	6.00	5	5	5	5	20	5.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	10.00	10	10	10	10	10.00
7	7	9	23	7.67	5	10	10	2	27	4.75	4	5	5	5	19	4.75	7	6	7	6	24	6.50	7	7	7	21	7.00	7	8	7	22	7.33
8	7	8	23	7.67	8	9	8	9	34	8.50	6	6	6	6	24	6.00	10	10	9	10	39	9.75	9	9	9	27	9.00	9	9	9	27	9.00
5	5	5	15	5.00	6	6	6	6	24	6.00	5	5	5	5	20	5.00	5	5	5	5	20	5.00	5	5	5	15	5.00	6	6	6	10	6.00
5	9	10	23	9.33	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	40	10.00	10	10	10	10	40	10.00	9	10	10	29	9.67	10	10	10	10	10.00
3	4	4	13	4.33	9	4	6	8	23	6.79	6	6	6	6	24	6.00	5	7	9	4	23	6.79	9	9	9	14	9.67	9	9	9	19	9.00
2	4	5	12	4.00	5	6	7	8	20	5.50	5	5	5	5	20	5.00	7	7	8	7	24	7.25	8	8	8	23	8.00	8	8	9	25	8.33
3	5	6	14	4.67	4	9	9	4	24	4.50	5	8	8	5	24	4.50	7	3	8	9	27	4.75	4	6	9	19	4.33	7	7	8	23	7.33
3	2	2	7	2.33	8	7	7	7																								

### C. Laporan hasil output SPSS

#### UJI VALIDITAS

#### Literasi Wakaf Uang

#### Correlations

		LW1	LW2	LW3	LW4	LW5	LW6	LW7	LW8	LW9	LW10	LW11	TOTAL LW
LW1	Pearson Correlation	1	.082	.206*	.019	.033	.236**	.260**	.089	.303**	.187*	.274**	.498**
	Sig. (2-tailed)		.349	.018	.829	.711	.007	.003	.315	.000	.032	.002	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
LW2	Pearson Correlation	.082	1	.114	-.007	.187*	.197*	.123	.017	.180*	.145	.150	.397**
	Sig. (2-tailed)	.349		.195	.940	.033	.024	.163	.849	.040	.098	.087	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
LW3	Pearson Correlation	.206*	.114	1	.234**	.025	.296**	.129	.184*	.142	.251**	.284**	.511**
	Sig. (2-tailed)	.018	.195		.007	.774	.001	.142	.036	.105	.004	.001	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
LW4	Pearson Correlation	.019	-.007	.234**	1	.073	.283**	.114	.172*	.058	.132	.197*	.403**
	Sig. (2-tailed)	.829	.940	.007		.409	.001	.195	.050	.508	.134	.024	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
LW5	Pearson Correlation	.033	.187*	.025	.073	1	.084	.083	.193*	.094	.127	.061	.357**
	Sig. (2-tailed)	.711	.033	.774	.409		.339	.344	.027	.284	.147	.488	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
LW6	Pearson Correlation	.236**	.197*	.296**	.283**	.084	1	.303**	.310**	.290**	.221*	.407**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.007	.024	.001	.001	.339		.000	.000	.001	.011	.000	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
LW7	Pearson Correlation	.260**	.123	.129	.114	.083	.303**	1	.075	.294**	.282**	.232**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.003	.163	.142	.195	.344	.000		.394	.001	.001	.008	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
LW8	Pearson Correlation	.089	.017	.184*	.172*	.193*	.310**	.075	1	.228**	.090	.184*	.450**
	Sig. (2-tailed)	.315	.849	.036	.050	.027	.000	.394		.009	.309	.036	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
LW9	Pearson Correlation	.303**	.180*	.142	.058	.094	.290**	.294**	.228**	1	.125	.356**	.560**
	Sig. (2-tailed)	.000	.040	.105	.508	.284	.001	.001	.009		.154	.000	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
LW10	Pearson Correlation	.187*	.145	.251**	.132	.127	.221*	.282**	.090	.125	1	.356**	.533**

	Sig. (2-tailed)	.032	.098	.004	.134	.147	.011	.001	.309	.154		.000	.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
LW11	Pearson Correlation	.274**	.150	.284**	.197*	.061	.407**	.232**	.184*	.356**	.356**	1	.629**
	Sig. (2-tailed)	.002	.087	.001	.024	.488	.000	.008	.036	.000	.000		.000
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131
TOTAL LW	Pearson Correlation	.498**	.397**	.511**	.403**	.357**	.651**	.534**	.450**	.560**	.533**	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131	131

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

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

### Subjective Norms

#### Correlations

		SN1	SN2	SN3	TOTALSN
SN1	Pearson Correlation	1	.862**	.810**	.946**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	131	131	131	131
SN2	Pearson Correlation	.862**	1	.835**	.952**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	131	131	131	131
SN3	Pearson Correlation	.810**	.835**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	131	131	131	131
TOTALSN	Pearson Correlation	.946**	.952**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	131	131	131	131

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

### Perceived Security

#### Correlations

		PS1	PS2	PS3	PS4	TOTALPS
PS1	Pearson Correlation	1	.636**	.617**	.615**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	131	131	131	131	131

PS2	Pearson Correlation	.636**	1	.798**	.566**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	131	131	131	131	131
PS3	Pearson Correlation	.617**	.798**	1	.621**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	131	131	131	131	131
PS4	Pearson Correlation	.615**	.566**	.621**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	131	131	131	131	131
TOTALPS	Pearson Correlation	.839**	.877**	.886**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	131	131	131	131	131

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

### Perceived Usefulness

#### Correlations

		PU1	PU2	PU3	PU4	TOTALPU
PU1	Pearson Correlation	1	.852**	.869**	.882**	.953**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	131	131	131	131	131
PU2	Pearson Correlation	.852**	1	.905**	.831**	.947**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	131	131	131	131	131
PU3	Pearson Correlation	.869**	.905**	1	.823**	.948**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	131	131	131	131	131
PU4	Pearson Correlation	.882**	.831**	.823**	1	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	131	131	131	131	131
TOTALPU	Pearson Correlation	.953**	.947**	.948**	.937**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	131	131	131	131	131

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

Perceived Trust

		Correlations				
		PT1	PT2	PT3	PT4	TOTALPT
PT1	Pearson Correlation	1	.822**	.828**	.801**	.928**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	131	131	131	131	131
PT2	Pearson Correlation	.822**	1	.834**	.793**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	131	131	131	131	131
PT3	Pearson Correlation	.828**	.834**	1	.832**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	131	131	131	131	131
PT4	Pearson Correlation	.801**	.793**	.832**	1	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	131	131	131	131	131
TOTALPT	Pearson Correlation	.928**	.928**	.941**	.921**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	131	131	131	131	131

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

Perceived Ease of Use

		Correlations			
		PEOU1	PEOU2	PEOU3	TOTALPEU
PEOU1	Pearson Correlation	1	.730**	.640**	.877**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	131	131	131	131
PEOU2	Pearson Correlation	.730**	1	.767**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	131	131	131	131
PEOU3	Pearson Correlation	.640**	.767**	1	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	131	131	131	131
TOTALPEU	Pearson Correlation	.877**	.925**	.895**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	131	131	131	131

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

## Intention To Use

		Correlations			
		ITU1	ITU2	ITU3	TOTALITU
ITU1	Pearson Correlation	1	.696**	.666**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	131	131	131	131
ITU2	Pearson Correlation	.696**	1	.692**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	131	131	131	131
ITU3	Pearson Correlation	.666**	.692**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	131	131	131	131
TOTALITU	Pearson Correlation	.883**	.894**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	131	131	131	131

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

## UJI RELIABILITAS Literasi Wakaf Uang

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	11

## Subjective Norms

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	3

## Perceived Security

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	4

### Perceived Usefulness

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	4

### Perceived Trust

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	4

### Perceived Ease of Use

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	3

### Intention To Use

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	3

## STATISTIK DESKRIPTIF

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Wakaf Uang	131	.09	1.00	.6322	.23748
Subjective Norms	131	1.33	10.00	7.6105	1.64378
Perceived Security	131	1.00	10.00	7.0496	1.67946
Perceived Usefulness	131	1.00	10.00	7.8607	1.61488
Perceived Trust	131	1.00	10.00	7.5706	1.66562
Perceived Ease of Use	131	1.00	10.00	7.5268	1.56809
Intention To Use	131	1.33	10.00	7.9824	1.49688
Valid N (listwise)	131				





## UJI NORMALITAS

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		131
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.91478676
	Absolute	.072
Most Extreme Differences	Positive	.035
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.822
Asymp. Sig. (2-tailed)		.510

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



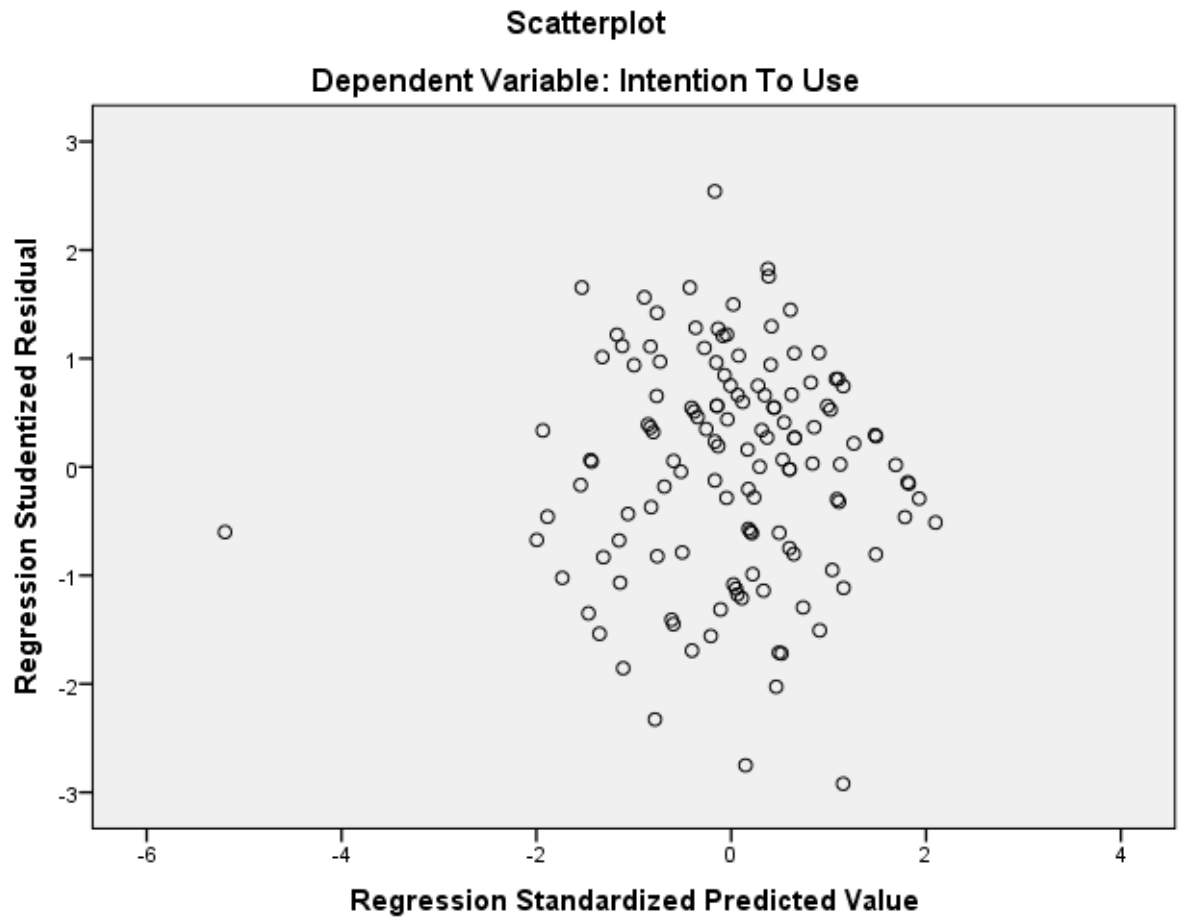
## UJI MULTIKOLINEARITAS

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.822	.515		1.596	.113		
Literasi Wakaf Uang	.942	.384	.149	2.453	.016	.812	1.2
Subjective Norms	.147	.068	.162	2.164	.032	.538	1.8
1 Perceived Security	.160	.056	.179	2.874	.005	.775	1.2
Perceived Usefulness	.209	.078	.226	2.697	.008	.429	2.3
Perceived Trust	.182	.070	.203	2.587	.011	.491	2.0
Perceived Ease of Use	.172	.071	.180	2.411	.017	.541	1.8

a. Dependent Variable: Intention To Use



UJI HETEROSKEDASTISITAS



## ANALISIS REGRESI BERGANDA

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 <sup>a</sup>	.627	.608	.93666

a. Predictors: (Constant), Perceived Ease of Use, Literasi Wakaf Uang, Perceived Security, Subjective Norms, Perceived Trust, Perceived Usefulness

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182.496	6	30.416	34.669	.000 <sup>b</sup>
	Residual	108.789	124	.877		
	Total	291.285	130			

a. Dependent Variable: Intention To Use

b. Predictors: (Constant), Perceived Ease of Use, Literasi Wakaf Uang, Perceived Security, Subjective Norms, Perceived Trust, Perceived Usefulness

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.822	.515		1.596	.113
	Literasi Wakaf Uang	.942	.384	.149	2.453	.016
	Subjective Norms	.147	.068	.162	2.164	.032
	Perceived Security	.160	.056	.179	2.874	.005
	Perceived Usefulness	.209	.078	.226	2.697	.008
	Perceived Trust	.182	.070	.203	2.587	.011
	Perceived Ease of Use	.172	.071	.180	2.411	.017

a. Dependent Variable: Intention To Use