

SKRIPSI

PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ, SEDEKAH DAN WAKAF MELALUI BSI MOBILE

**(Studi Pada Nasabah BSI Yang Menggunakan Mobile Banking
Di Kota Banda Aceh)**



Diajukan Oleh:

**PUTRI GEBRINA
NIM. 200602050**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2024 M /1445 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Putri Gebrina

NIM : 200602050

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

AR - RANIRY

Banda Aceh, 05 Juli 2024

Yang Menyatakan



PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan
Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf
Melalui BSI Mobile
(Studi Pada Nasabah BSI Yang Menggunakan Mobile Banking Di
Kota Banda Aceh)**

Disusun Oleh:

Putri Gebrina
NIM: 200602050

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Hafizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E
NIDN. 2006019002

Pembimbing II



Mursalmina, M.E
NIP. 199211172020121011

جامعة الرانيري

AR - RANIRY
Mengetahui,
Ketua Prodi,

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Putri Gebrina
NIM : 200602050
Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi
Syariah
E-mail : 200602050@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf Melalui BSI Mobile
(Studi Pada Nasabah BSI Yang Menggunakan Mobile Banking Di Kota Banda Aceh)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 28 Juni 2024

Mengetahui

Penulis,

Putri Gebrina
200602050

Pembimbing I,

Hafizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E
NIDN. 2006019002

Pembimbing II,

Mursalmma, M.E
NIP. 199211172020121011

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang mana oleh Allah telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat beserta salam kita curahkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf Melalui BSI Mobile”** ditulis dalam rangka melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang diperlukan untuk menyelesaikan pendidikan guna mendapatkan gelar sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan baik dari segi materi maupun teknik penyusunannya. Namun, berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah dengan izin Allah penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan beribu terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Rina Desiana, M.E selaku

Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

3. Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag selaku selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah.
4. Hafiih Maulana, S.P., S. HI., M.E selaku pembimbing I dan Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, yang telah berkenan memberikan bimbingan, meluangkan waktu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
5. Mursalmina, M.E selaku pembimbing II, yang telah berkenan memberikan bimbingan, meluangkan waktu, serta memberikan masukan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, khususnya Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu, pengalaman, arahan, serta perhatiannya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, terutama ibunda saya Juraidah yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang, cinta, do'a, serta motivasi yang

tiada henti-hentinya agar penulis dapat memperoleh yang terbaik dan tidak dapat ternilai bahkan terbalaskan.

8. Kepada sahabat-sahabat saya tercinta Mulia Sarina, Nadia Arifa, Ahmad Fuad Sungkar dan Muhammad Hanif serta teman-teman dari prodi Ekonomi Syariah leting 2020 dan juga beberapa teman lainnya yang telah memberi *support* saya dalam banyak hal mulai dari awal hingga akhir penyusunan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dan mohon maaf atas segala kesalahan yang penulis perbuat baik disengaja maupun tidak sengaja. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna untuk mencapai hasil yang lebih baik.

Banda Aceh, 22 April 2024

Penulis

Putri Gebrina

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R R - R A N I	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ / يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ / يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
رَمَى : *ramā*
قِيلَ : *qīla*
يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah *t*.

- b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah *h*.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul
Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.
Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Putri Gebrina
NIM. : 200602050
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan
Kemudahan Penggunaan Terhadap
Keputusan Membayar ZISWAF di BSI
Mobile
Pembimbing I : Hafiih Maulana, S.P., S.H.I., M.E.
Pembimbing II : Mursalmina, M.E.

Mobile banking merupakan layanan yang diberikan oleh bank dalam melakukan transaksi apapun termasuk untuk membayar ZISWAF yang dapat mempermudah, dan memperlancar. Layanan yang dapat digunakan kapan saja dan di mana saja. Keberadaan layanan mobile banking harus didukung pada aspek manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara parsial terhadap keputusan masyarakat membayar ZISWAF melalui BSI Mobile. Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden menggunakan roscow, metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS (Statistica Product and Service Solutions). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara parsial variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF di BSI Mobile. Namun variabel kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF di BSI Mobile.

Kata Kunci: Manfaat, kepercayaan, kemudahan penggunaan, ZISWAF, BSI Mobile.

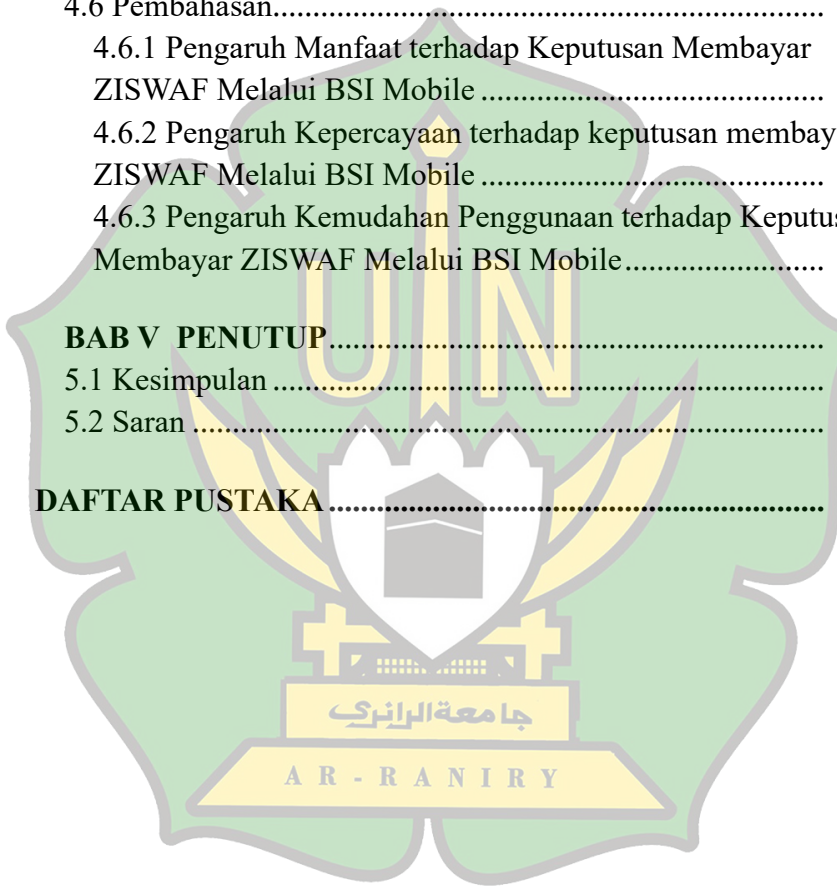
DAFTAR ISI

	Hal
KATA PENGANTAR	iii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Pembahasan	14
 BAB II LANDASAN TEORITIS	 16
2.1 Perbankan Syariah	16
2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah	16
2.1.2 Fungsi Bank Syariah	17
2.1.3 Tujuan Bank Syariah	18
2.2 Mobile Banking	19
2.2.1 Pengertian Mobile Banking	19
2.2.2 Penggunaan Layanan Mobile Banking	20
2.3 ZISWAF	20
2.3.1 Zakat	20
2.3.2 Infaq	24
2.3.3 Sedekah	25
2.3.4 Waqaf	27
2.4 Metode Pembayaran ZISWAF	28
2.5 Pengambilan Keputusan	31

2.5.1 Pengertian Keputusan.....	31
2.5.2 Indikator Keputusan Menyalurkan ZISWAF	33
2.6 Manfaat	35
2.6.1 Pengertian Manfaat	35
2.6.2 Indikator Manfaat.....	36
2.7 Kepercayaan.....	37
2.7.1 Pengertian Kepercayaan.....	37
2.7.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan ...	38
2.7.3 Indikator Kepercayaan	39
2.8 Kemudahan Penggunaan.....	41
2.8.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan.....	41
2.8.2 Indikator Kemudahan Penggunaan	42
2.9 Penelitian Terdahulu	42
2.10 Keterkaitan Antar Variabel.....	55
2.10.1 Hubungan Manfaat Terhadap Keputusan Membayar ZISWAF	55
2.10.2 Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar ZISWAF	56
2.10.3 Hubungan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar ZISWAF	57
2.11 Kerangka Pemikiran.....	57
2.12 Hipotesis	58
BAB III METODE PENELITIAN.....	60
3.1 Jenis Penelitian.....	60
3.2 Populasi dan Sampel	60
3.2.1 Populasi Penelitian	60
3.2.2 Sampel Penelitian.....	61
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.3.1 Sumber Data.....	63
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	64
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	65
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	66

3.5.1 Definisi Variabel.....	66
3.5.2 Operasionalisasi Variabel	69
3.6 Skala Likert.....	71
3.7 Metode Analisis	73
3.7.1 Pengujian Kualitas Instrumen (Kuesioner)	73
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	75
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	77
3.8.1 Uji Parsial (Individu).....	78
3.8.2 Uji Simultan (Bersama-sama).....	78
3.9 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Karakteristik Responden.....	80
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	81
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	82
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Domisili	82
4.2 Deskriptif Variabel Penelitian	83
4.2.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Manfaat (X ₁)	83
4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan (X ₂).....	84
4.2.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan (X ₃)	86
4.2.4 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Membayar ZISWAF di BSI Mobile (Y).....	87
4.3 Analisis Kualitas Instrumen	89
4.3.1 Hasil Uji Validitas	89
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	91
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	92
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	92
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	95

4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	96
4.5.1 Hasil Pembuktian Hipotesis	97
4.5.1.1 Hasil Uji Secara Parsial	97
4.5.1.2 Hasil Uji Secara Simultan	99
4.5.2 Uji Determinasi (R^2)	100
4.6 Pembahasan	101
4.6.1 Pengaruh Manfaat terhadap Keputusan Membayar ZISWAF Melalui BSI Mobile	101
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan membayar ZISWAF Melalui BSI Mobile	103
4.6.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Membayar ZISWAF Melalui BSI Mobile	105
BAB V PENUTUP	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111



DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Data Realisasi Ziswaf Bank Syariah Indonesia	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	69
Tabel 3.2 Skala Likert (Pernyataan Positif)	72
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	80
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Manfaat (X_1)	83
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X_2)	85
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan (X_3)	86
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Membayar ZISWAF di BSI Mobile	88
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	90
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	91
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	94
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	96
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (F)	99
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	101

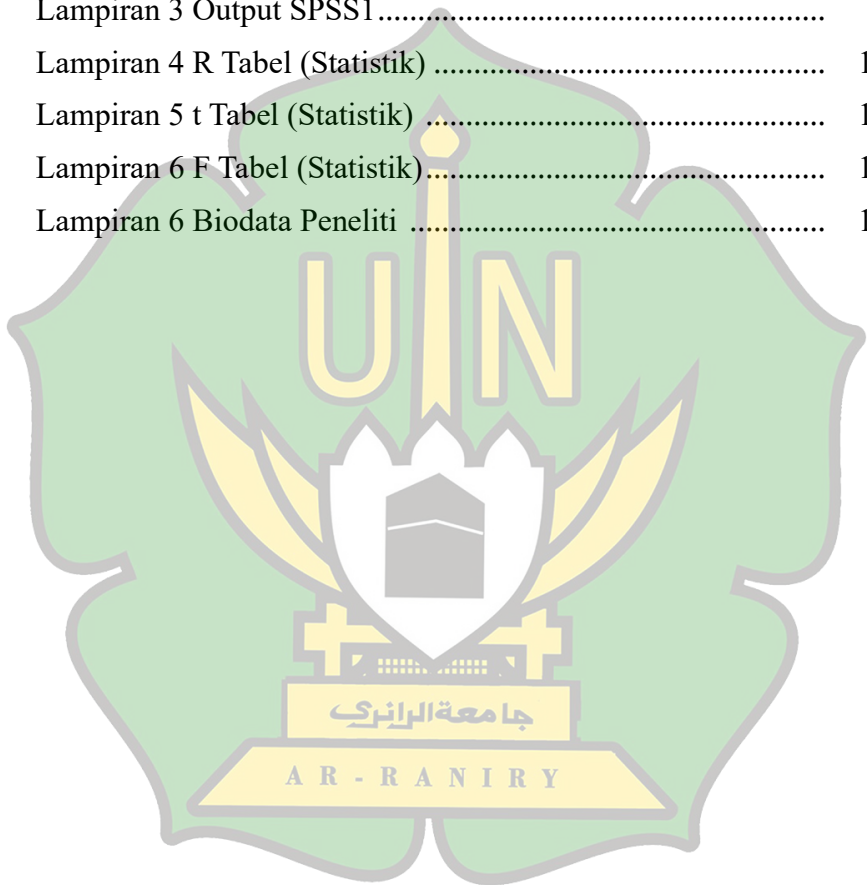
DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	58
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histogram)	.93
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas (P-Plot)	93
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas (Scatterplot)	65



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	117
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	123
Lampiran 3 Output SPSS1.....	28
Lampiran 4 R Tabel (Statistik)	156
Lampiran 5 t Tabel (Statistik)	157
Lampiran 6 F Tabel (Statistik).....	158
Lampiran 6 Biodata Peneliti	159



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan era digital sebagaimana yang terjadi saat ini memberikan kemajuan hampir di seluruh kegiatan masyarakat. Kemajuan teknologi semakin hari juga semakin berkembang yang menghadirkan berbagai inovasi baru. Perkembangan teknologi memberikan perubahan yang sangat cepat untuk segi pendidikan, ekonomi, sosial, maupun budaya. Kemudahan-kemudahan dirasakan oleh pengguna teknologi karena segala sesuatunya ditunjang dengan inovasi baru sehingga kegiatan dapat dilakukan dengan cepat, efisien, serta dengan biaya akses yang terjangkau (Rohmah, Ibdalsyah, & Kosim, 2020).

Adanya perkembangan teknologi seperti ini, haruslah dimanfaatkan dengan optimal untuk mendukung perkembangan teknologi di segala bidang, termasuk bidang ekonomi. Teknologi memberikan manfaat tersendiri terutama di masa pandemi covid 19 yang lalu. Perkembangan teknologi yang mengalami kemajuan dengan sangat pesat juga membawa pengaruh pada industri perbankan. Saat ini, perusahaan apapun dituntut harus mampu menyediakan fasilitas teknologi informasi yang memadai untuk kebutuhan konsumennya sehingga tetap mampu bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya (Miftahuddin & Hendarsyah, 2019).

Menurut Sudarsono (2021) dengan penyediaan pelayanan berbasis teknologi informasi, akan meminimalisir kontak fisik antara nasabah dengan pegawai di lingkungan bank. Salah satu bentuk layanan berbasis teknologi yang disediakan oleh perbankan adalah Internet Banking (mobile banking). Layanan ini dapat diakses dengan smartphone, perangkat komputer, desktop, tablet, atau laptop yang menghubungkan perangkat nasabah dengan sistem bank. Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/PJOK/2018 yang mengatur tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum menyebutkan bahwa:

“Mobile Banking atau Internet Banking merupakan layanan yang disediakan oleh pihak perbankan untuk mendukung berbagai macam jenis transaksi.”

Produk layanan mobile banking menyediakan kemudahan dalam mengakses informasi saldo, transfer dana, mutasi rekening, dan lain sebagainya. Untuk dapat mengakses berbagai transaksi di aplikasi mobile banking, nasabah akan dikenai biaya internet (kuota) dalam pemakaiannya. Bank akan memperoleh imbalan atau fee atas penggunaan layanan mobile banking seperti biaya transfer ke bank lain, biaya pembelian pulsa, dan lain sebagainya (Muammar, 2018). Keuntungan dari menyediakan layanan mobile banking bagi bank adalah dapat menghemat biaya percetakan formulir yang harus diisi nasabah untuk melakukan transaksi. Diantaranya transfer uang, bayar listrik, angsuran kredit, asuransi, dan menggantinya dengan

data elektronik. Bagi nasabah yang menggunakan mobile banking akan mendapatkan informasi dunia perbankan secara cepat, efektif, dan efisien, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan setiap transaksi.

Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Kependudukan (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, Jumlah Penduduk Muslim pada Juni 2021 mencapai 236.530.000. Dari 272.230.000 penduduk, Ini berarti 86,88% Penduduk Indonesia menganut agama Islam. Dengan mayoritas penduduk muslim, potensi penghimpunan dana zakat, infaq, sedekah, dan wakaf di Indonesia sangatlah besar. Meski dengan potensi yang begitu besar, Baznas mengungkapkan bahwa penghimpunan dana ZISWAF masih memiliki banyak celah dengan potensi yang tersedia (BAZNAS, 2023).

Bank Syariah Indonesia adalah bank hasil merger BNI Syariah, BRI Syariah dan Syariah Mandiri. BSI terhitung baru beroperasi selama beberapa bulan sejak disahkan oleh Presiden RI pada tanggal 1 Februari 2021 lalu. 3 Bank Syariah BUMN Sebelum merger BRI Syariah tahun 2020 tercatat sebesar Rp. 49,6 Triliun, BNI Syariah Rp. 50,78 Triliun serta Bank Syariah Mandiri memiliki total aset Rp. 114,4 Triliun. Maka tak heran ketika ketiga Bank Syariah BUMN ini tergabung, Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi bank syariah dengan total aset terbanyak di Indonesia. Sesuai perannya Bank Syariah Indonesia tetap menjadi sebagai lembaga perantara antara pihak yang memiliki kelebihan dana

dengan pihak yang membutuhkan dana. Namun selain itu Bank Syariah Indonesia juga menjalankan peran sosial dengan menghimpun, mengelola, serta menyalurkan dana ziswaf. Dalam rangka meningkatkan potensi zakat di Indonesia yang belum maksimal dan membumikan gerakan cinta zakat, BAZNAS resmi menunjuk Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai salah satu mitra Unit Pengelola Zakat (UPZ) dalam menghimpun, mengelola dan menyalurkan zakat kepada mustahik (penerima zakat).

Faktanya saat ini masyarakat masih banyak yang belum menyalurkan ZISWAF melalui badan resmi, melainkan menyalurkan secara langsung. Kegiatan ini terjadi, didasari oleh banyak dari masyarakat masih kurang percaya terhadap penyaluran zakat jika tidak menyalurkan secara langsung. Menurut Jogiyanto (2019:935), kepercayaan adalah evaluasi seorang individu setelah memperoleh, mengolah, dan mengumpulkan informasi, yang kemudian menghasilkan berbagai penilaian dan asumsi. Kepercayaan dalam melakukan transaksi secara online sangatlah penting karena antara pemberi dan penerima tidak bertemu secara langsung dan hanya melalui internet. Dari segi kepercayaan, sampai saat ini masih banyak masyarakat yang ragu menyalurkan ZISWAF melalui m-banking, hal ini disebabkan karena literasi yang kurang kepada masyarakat (Febiana, dkk, 2022).

Adapun faktor dugaan yang menyebabkan minimnya penghimpunan ZISWAF melalui BSI Mobile yaitu, masyarakat

masih terbiasa dengan penyaluran ZISWAF melalui kiyai atau masjid nasabah belum mengenal adanya fitur berbagi ZISWAF dalam aplikasi BSI Mobile. Demikian berdasarkan pernyataan Teten Kustiawan selaku Direktur Pelaksana BAZNAS. Dalam menyikapi hal ini, BSI sebagai salah satu lembaga yang dapat menghimpun dan menyalurkan ZISWAF, memiliki beberapa strategi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat, yaitu dalam menghimpun dana ZISWAF dengan membentuk unit pengelola zakat nasional. Bank Syariah Indonesia juga berkolaborasi dengan beberapa Lembaga Amil Zakat untuk mengembangkan fitur *smart donation* guna semakin mempermudah, dan mempercepat penyaluran ZISWAF secara digital. Saat ini sebagian besar pembayaran ziswaf dilakukan dengan rekening perbankan. Khusus untuk wakaf, BSI saat ini ditunjuk menjadi Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU).

Mengikuti perkembangan zaman, dalam menghimpun dana ZISWAF BSI memanfaatkan platform BSI Mobile melalui fitur Berbagi - ZISWAF. Dalam fitur berbagi ZISWAF, para nasabah BSI bisa berbagi Zakat, Infaq, Wakaf, Sedekah dan Fidyah secara mudah melalui ponsel tanpa terikat waktu dan lokasi. Dalam sinergi menghimpun dana ZISWAF, per maret 2021 lalu BSI Mobile terdata telah mengumpulkan 99.000 donatur. Dalam penghimpunan dana ZISWAF melalui BSI Mobile, Bank Syariah Indonesia tak hanya memfasilitasi nasabahnya dengan teknologi penghimpunan dana ZISWAF saja, namun Bank Syariah Indonesia juga menjalankan

fungsinya sebagai Unit Pengelola Zakat yaitu dengan cara memberi akses/fasilitas agar nasabah dapat menyalurkan dana ZISWAF kepada lembaga/organisasi pengelola zakat lain diantaranya sebagai berikut : Jadiberkah.id, Kitabisa.com, Dompot Dhuafa, Rumah Zakat, serta Donasi Bantuan Covid (BSI, 2021).

Tidak dapat dipungkiri, peningkatan teknologi saat ini terus berkembang. Masyarakat saat ini selalu menggantungkan diri pada teknologi dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Hal ini dapat dipahami mengingat teknologi juga memberikan kontribusi yang sangat penting dalam memberikan pengetahuan, hiburan, dan kenyamanan ke berbagai kawasan. Baik dalam skala terbatas seperti komunikasi antara orang-orang, pertukaran perdagangan, hingga ruang lingkup yang sangat besar di tingkat perusahaan dan modern.

Bank Syariah Indonesia dalam menghimpun dana ZISWAF melalui BSI Mobile dilatarbelakangi oleh tujuan BSI untuk menjangkau lebih banyak milenial. Terlebih karena kawula muda memiliki penghasilan tetap yang berpeluang besar untuk membantu banyak masyarakat membutuhkan. Bank Syariah Indonesia meyakini bahwa penyaluran ZISWAF akan membantu banyak masyarakat kelas bawah untuk dapat bertahan dan bangkit pada masa pemulihan ekonomi di masa endemi seperti sekarang.

Tabel 1. 1

Data Realisasi ZISWAF Bank Syariah Indonesia

No	Jenis Data	2022 (Dalam Jutaan Rupiah)	2021 (Dalam Jutaan Rupiah)	2020 (Dalam Jutaan Rupiah)
1	Zakat	315.924	231.813	177.873
2	Infraq/Sedekah	89.902	72.606	53.968
3	Waqaf	3.438	4.307	3.074
TOTAL		409.264	308.726	234.915

Sumber: *Laporan Keuangan BSI (2023)*

Berdasarkan Tabel 1.1, melalui fitur berbagi-ziswaf pengumpulan dana ZISWAF Bank BSI semakin meningkat tiap tahunnya, pada tahun 2020 hanya mencapai Rp. 234.915.000 naik sebesar Rp. 308.726.000 pada tahun 2021 dan meningkat lagi sebesar Rp. 409.264.000 pada tahun 2022. Namun, walaupun setiap tahunnya pengumpulan dana ZISWAF terus mengalami peningkatan, jumlah dana yang terkumpul belum maksimal, jika dilihat dari data yang dikeluarkan oleh situs web resmi Bank BSI, jumlah donatur hanya 3,69% dari 81,5% pengguna mbanking. Hal ini disebabkan rendahnya tingkat kepercayaan Masyarakat terhadap fitur berbagi ZISWAF Bank BSI.

Aceh merupakan provinsi dengan persentase penduduk muslim terbesar di Indonesia. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam

Negeri, jumlah penduduk di Serambi Mekah yang memeluk agama Islam sebanyak 5,24 juta jiwa atau 98,56% dari total populasi 5,33 juta jiwa. Aceh memiliki Qanun yang mengatur penyelenggaraan pemerintahan dan kehidupan masyarakat yang sesuai dengan syariat yang membuat provinsi Aceh dikenal dengan provinsi agamis. Sehingga dalam hal perbankan juga diatur melalui Qanun, yakni Qanun LKS Nomor 11 Tahun 2018. Adanya fitur Berbagi - ZISWAF pada mobile banking Bank BSI justru dapat memudahkan masyarakat dalam menyalurkan dana yakni secara online, dimana masyarakat Aceh cenderung peka terhadap ZISWAF yang dapat dilihat dari adanya pembayaran secara tunai yang dilakukan di masjid terdekat.

Manfaat adalah sejauh mana orang percaya bahwa penggunaan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Tercapainya kemudahan penggunaan merupakan suatu keuntungan yang dapat dicapai individu melalui pemanfaatan teknologi informasi. Harapan seseorang dalam menggunakan teknologi agar dapat bermanfaat baginya dan juga dapat membantunya dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan mudah dan seperti yang dia harapkan. Jadi, semakin besar manfaat yang diterima, seseorang akan menggunakan teknologi tersebut. Penyaluran zakat melalui BSI Mobile ini sangat membantu masyarakat agar lebih mudah menyalurkan dananya sehingga tidak perlu lagi untuk bertatap muka atau membayarnya secara langsung. Penelitian yang dilakukan Srikandi, dkk (2022) menemukan manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan

nasabah bertransaksi menggunakan aplikasi berbagi ZISWAF pada BSI Mobile. Hal ini dapat dijelaskan oleh variabel kemanfaatan dalam meningkatkan penggunaan aplikasi untuk menyalurkan ZISWAF melalui aplikasi tersebut.

Selain manfaat, hal lain yang menjadi bahan pertimbangan menyalurkan ZISWAF melalui m-banking adalah kepercayaan. Menurut Santoso (2019) digitalisasi zakat, infak, dan sedekah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat yang berdampak pada peningkatan pengumpulan dana ZIS. Kepercayaan merupakan sesuatu yang diyakini oleh orang-orang dalam menggunakan sebuah teknologi. Jika suatu hal tidak terbentuk dari kepercayaan, orang juga akan meragukan penggunaan teknologi tersebut, sehingga dampaknya tidak akan menarik perhatian masyarakat dalam menggunakan pembayaran digital. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2021) dimana variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menyalurkan ZIS melalui platform e-wallet.

Kemudahan penggunaan juga merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jadi, kemudahan memberikan gambaran bahwa suatu sistem diciptakan bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dalam arti lain seseorang yang menggunakan sistem akan lebih mudah untuk dipelajari, mudah dikendalikan oleh

pemakainya, penggunaannya fleksibel, dan dapat meningkatkan keterampilan pemakainya dan mudah untuk digunakan dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual (Sitorus, 2022). Tata cara yang dilakukan dalam menyalurkan dana ZISWAF secara online ini sudah sangat mudah, para muzakki dapat melakukan pembayaran sesuai yang diinginkan yaitu dengan masuk ke aplikasi BSI Mobile, lalu pilih menu Berbagi-Ziswaf , kemudian para muzakki dapat memilih badan amil zakat yang dikehendaki.

Astuti dan Prijanto (2021) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat berinfaq atau membayar zakat pada layanan kitabisa.com, penelitian (Rohmah et al., 2020) menemukan kemudahan berpengaruh terhadap minat dalam membayar Zakat infaq/shadaqah, begitu juga hasil temuan Ichwan dan Ghofur (2020) dengan menggunakan Technology Acceptance Model menyatakan bahwa variabel kemudahan dapat mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Srikandi, ddk (2022) yang menyatakan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan fitur Berbagi-ZISWAF pada mobile banking BSI sedangkan kepercayaan dan manfaat memiliki pengaruh terhadap penggunaan aplikasi berbagi ZISWAF pada mobile banking BSI.

Berdasarkan fenomena yang menjadi research gap penelitian, ditemukan perbedaan pendapat antara penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk mengkaji kembali mengenai alasan yang menjadi keputusan nasabah untuk menyalurkan ZISWAF melalui platform BSI Mobile. Kajian ini disajikan dalam bentuk karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan membayar ZISWAF Melalui BSI Mobile (Studi Pada Nasabah BSI Yang Menggunakan Mobile Banking Di Kota Banda Aceh)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah manfaat berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat, infaq, sedekah dan wakaf melalui BSI?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat, infaq, sedekah dan wakaf melalui BSI Mobile?
3. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat, infaq, sedekah dan wakaf melalui BSI Mobile?
4. Apakah manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat, infaq, sedekah dan wakaf melalui BSI Mobile?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh manfaat terhadap keputusan membayar zakat, infaq, sedekah dan wakaf melalui BSI Mobile.
2. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan membayar zakat, infaq, sedekah dan wakaf melalui BSI Mobile.
3. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan membayar zakat, infaq, sedekah dan wakaf melalui BSI Mobile.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat baik untuk kepentingan ilmiah maupun kepentingan terapan. Ketiga manfaat tersebut, yaitu:

1.4.1 Manfaat Secara Akademis (Teoritis)

1.4.1.1 Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi mahasiswa tentang bank syariah mengenai aplikasi dan kemanfaatannya, dan diharapkan juga dapat menambah referensi bacaan untuk para mahasiswa terkhususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di bidang Ekonomi Syariah.

1.4.1.2 Bagi peneliti lainnya

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan referensi bagi peneliti lainnya dalam kepentingan keilmuan dan penelitian lanjutan dalam mengatasi permasalahan yang sama dan terkait dengan kajian yang ditemukan beserta masalah yang akan datang di bidang Ekonomi Syariah.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis (Operasional)

1.4.2.1 Bagi Perbankan Syariah

Dari hasil kajian diharapkan dapat memberi informasi bagi pihak perbankan syariah untuk meningkatkan kualitas perbankannya dan untuk menarik nasabah nasabahnya baik nasabah muslim yang belum memakai jasa perbankan syariah maupun non-muslim lainnya, serta dapat mempertahankan kualitas yang ada saat ini dan meningkatkan kualitasnya untuk masa yang akan datang kedepannya.

1.4.2.2 Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan penjelasan kepada masyarakat khususnya nasabah bank BSI dapat lebih mengenal manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan dalam membayar ZISWAF menggunakan Aplikasi BSI Mobile.

1.5 Sistematika Pembahasan

Agar dapat mempermudah penelitian ini, penyusunan menyajikan sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab di mana setiap bab terdiri dari sub-sub bab :

BAB I: PENDAHULUAN:

Pada bab ini mencakup tentang pendahuluan untuk mengantar skripsi secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari lima sub bab, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat hasil penelitian, serta sistematika pembahasan penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang berkenaan dalam pelaksanaan penelitian ini. Bab ini juga menguraikan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan pada penelitian yang akan dilakukan. Selanjutnya berisi kerangka pemikiran yang menjadi alur penelitian. 

BAB III: METODE PENELITIAN

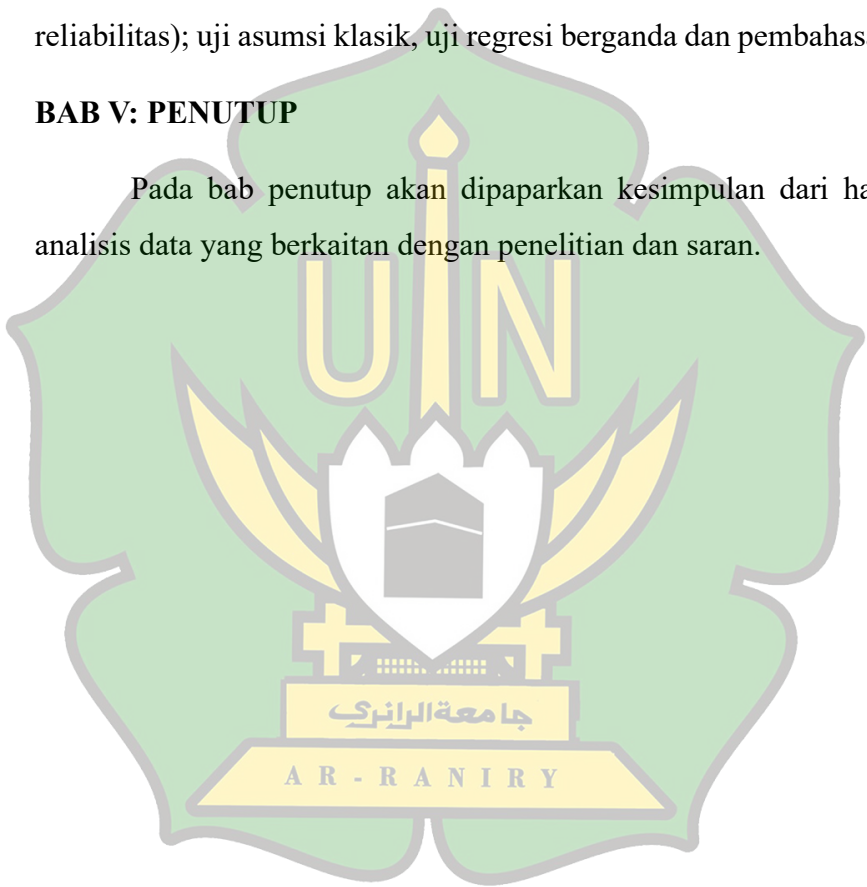
Pada bab ini berisi tentang pendekatan penelitian; waktu dan tempat penelitian; subjek dan objek penelitian; populasi dan sampel penelitian; sumber data teknik pengumpulan data; definisi dan operasionalisasi variabel penelitian; metode analisis data; serta rancangan pembuktian hipotesis atau menguraikan data dan teknik pengujian statistik.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, membahas tentang deskripsi dan analisis data. Deskripsi terdiri dari hasil penyebaran kuesioner, karakteristik responden; kualitas instrumen kuesioner (uji validitas dan reliabilitas); uji asumsi klasik, uji regresi berganda dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Pada bab penutup akan dipaparkan kesimpulan dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORITIS

2.1 Perbankan Syariah

2.1.1 Pengertian Perbankan Syariah

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari Masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada Masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”. Perbankan Indonesia melakukan usahanya berasaskan demokrasi ekonomi dengan menggunakan prinsip kehati-hatian. Demokrasi itu sendiri dilaksanakan berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan Bank Tanpa Bunga adalah lembaga keuangan perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist Nabi SAW. Sesuai (UU No. 21/2008) tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum Islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram.

Bank Syariah pertama yang ada di Indonesia adalah PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang akta pendiriannya ditandatangani pada tanggal 1 November 1991 (UU No. 21/2008). Kemudian dalam perkembangan selanjutnya kehadiran Bank Syariah di Indonesia khususnya cukup menggembirakan (OJK, 2021). Disamping BMI, telah lahir PT Bank Syariah Indonesia merupakan hasil merger atau penggabungan anak Perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya Bank Rakyat Indonesia, Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Tujuan penggabungan bank syariah yaitu untuk mendorong bank syariah lebih besar sehingga dapat masuk ke pasar global dan menjadi katalis pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia. Selain itu, merger bank syariah dinilai dapat lebih efisien dalam penggalangan dana, operasional, dan belanja. Melalui merger bank syariah ini diharapkan perbankan syariah terus tumbuh dan menjadi energi baru untuk ekonomi nasional dan akan menjadi bank BUMN yang sejajar dengan bank BUMN lainnya sehingga bermanfaat dari sisi kebijakan dan transformasi bank.

2.1.2 Fungsi Bank Syariah

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah disebutkan bahwa fungsi dari perbankan syariah adalah sebagai berikut:

1. Bank Syariah dan UUS (Unit Usaha Syariah) wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.
2. Bank Syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infaq, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.
3. Bank Syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
4. Alat transmisi kebijakan moneter sama seperti bank Konvensional (Utomo, 2017).

2.1.3 Tujuan Bank Syariah

Bank Syariah bertujuan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Bank syariah juga memiliki tujuan atau berorientasi tidak hanya pada profit saja tetapi juga didasarkan pada falah (falah oriented). Pada bank konvensional orientasi perbankan hanya pada profit saja (profit oriented). Sedangkan tujuan bank konvensional yaitu menurut (UU No. 10 Tahun 1998) tentang perbankan (Bab 2 Pasal 4), tujuan perbankan adalah untuk menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan

ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan hidup rakyat banyak (Utomo, 2017).

2.2 Mobile Banking

2.2.1 Pengertian Mobile Banking

Digital banking (M-Banking) merupakan seperangkat pelayanan bagi perbankan elektronik yang dikembangkan dalam rangka memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani dan memberikan informasi kepada nasabah secara lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan (customer experience), serta dapat dijalankan dengan mandiri sepenuhnya oleh pihak nasabah dengan mempertimbangkan aspek berbagai pengamanan (PJOK No.12/PJOK.03/2018).

M-Banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan yang digunakan sebagai alat komunikasi bergerak seperti smartphone yang dapat dilakukan melalui aplikasi yang disediakan oleh perbankan. Di era zaman teknologi saat ini, layanan M-Banking memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, pembelian serta pembayaran isi pulsa, token listrik dan sebagainya. Dengan fasilitas ini semua orang yang memiliki smartphone dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja (Annisa, dkk, 2021).

2.2.2 Penggunaan Layanan Mobile Banking

Mobile Banking merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui handphone dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card* (SIM Card) atau biasa dikenal dengan Menu Layanan Data atau SIM Toolkit. Terdapat beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam layanan mobile banking antara lain untuk mengirim uang (*transfer*) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya (Salsabila, 2020).

2.3 ZISWAF

2.3.1 Zakat

Secara etimologi, kata “zakah” tumbuh dan berkembang. Diartikan tumbuh dan berkembang dengan maksud dari sisi muzakki dan mustahiq. Dari sisi muzakki dijamin oleh Allah akan memperoleh harta yang berlipat ganda tidak hanya di dunia tetapi juga di akhirat. Kemudian dari sisi mustahiq dapat mengembangkan hartanya, bahkan dapat berubah status dari yang menerima zakat menjadi mampu berzakat (Salimudin, 2021). Sedangkan menurut istilah, zakat diartikan sebagai kewajiban dalam harta tertentu yang diberikan kepada orang-orang tertentu yang berhak menerimanya (Salimudin, 2021).

Menurut Peraturan perundang-Undangan Tentang Pengelolaan Zakat UU No. 23 Tahun 2011, zakat merupakan harta yang wajib dikeluarkan oleh seorang muslim atau badan usaha untuk diberikan kepada yang berhak menerimanya sesuai dengan syariat Islam.

Selain itu diterangkan pula makna zakka yaitu mensucikan dalam QS: Al-Ala ayat 14 yang berbunyi:

قَدْ أَفْلَحَ مَنْ تَزَكَّى

Artinya: Sesungguhnya beruntunglah orang yang membersihkan diri (dengan beriman).

Zakat salah satu rukun Islam yang keberadaannya menjadi penyangga bagi kesempurnaan Islam. Zakat merupakan ibadah dan kewajiban sosial bagi agniya' (hartawan) serta kekayaannya yang memenuhi batas minimal (nisbah) dan rentang waktu satu tahun (haul) Rofiq (2004:259).

Tafsir dari ayat tersebut yakni, adapun orang yang mendapat manfaat dari peringatan dan menyucikan dirinya lahir dan batin, maka dia akan meraih apa yang dia inginkan, karena telah menyucikan diri, mengambil manfaat dari apa yang Allah turunkan kepada Rasul-Nya, dan mengerahkan segenap kemampuan untuk menyucikan dirinya. Dan jiwa yang suci dan bersih akan mendapat petunjuk, sehingga akan mendatangi apa yang bermanfaat baginya dan berzikir menyebut nama Tuhannya (Fitri & Falikhatun, 2021)

Dapat disimpulkan bahwa zakat merupakan bentuk ketaatan seorang hamba kepada Allah dalam rangka untuk menyucikan dirinya dengan beribadah yaitu dengan mengeluarkan sejumlah hartanya sesuai jumlah yang telah ditentukan, pada waktu-waktu tertentu kepada orang-orang yang menurut syariat berhak menerimanya.

Jenis-jenis zakat dibedakan menjadi dua yaitu, zakat fitrah (penyucian badan) dan zakat mal (penyucian harta) sebagai berikut (Salimudin, 2021):

1. Zakat Fitrah merupakan zakat yang wajib dikeluarkan umat Islam pada bulan ramadhan. Ketentuan besarnya zakat yang harus dikeluarkan adalah sebesar 1 sha atau mendekati 3 kg berupa makanan pokok yang biasa dimakan penduduk setempat. Zakat fitrah ditunaikan sehari atau dua hari sebelum hari raya Idul Fitri.
2. Zakat Mal merupakan zakat yang wajib dikeluarkan oleh umat muslim untuk menyucikan harta dan jiwa agar memberikan keberkahan untuk keduanya. Harta yang wajib dizakatkan ketika telah mencapai nishab (2,5%) yaitu zakat hewan ternak; zakat alat tukar atau yang disifati sebagai alat tukar seperti uang, logam, emas, dan perak; dan zakat barang dagangan.

Seiring berkembangnya zaman, muncullah zakat online yang merupakan metode pembayaran zakat yang dilakukan melalui sistem

digital, dimana dalam menyalurkan dananya muzakki (donatur) tidak bertemu secara langsung dengan amil zakat. Metode ini muncul sebagai dampak adanya perkembangan teknologi yang semakin memberikan kemudahan kepada masyarakat (Ramadhan, 2021).

Secara muamalah, pembayaran zakat berbeda dengan transaksi jual beli yang mewajibkan adanya akad dan ijab qabul. Menurut Yusuf Qardhawi dalam Ramadhan (2021) bahwa pelaksanaan zakat tidak harus menyatakan secara langsung bahwa harta yang diserahkan tersebut adalah zakat. Selama tidak mengandung mudharat pembayaran zakat secara online diperbolehkan karena selain mengikuti perkembangan teknologi, hal ini juga memberikan kemudahan kepada masyarakat baik dalam hal pengumpulan maupun penyaluran dana zakat.

Pelaksanaan zakat harus sesuai dengan syarat wajib dan sah zakat yang sudah ditetapkan oleh kesepakatan ulama. Menurut Gus dalam Ramadhan (2021) menulis dalam bukunya syarat wajib zakat diantaranya:

1. Beragama Islam
2. Aqil, baligh, dan mumayyiz
3. Merdeka
4. Tamlik

2.3.2 Infaq

Infaq dapat diartikan belanja, menghabiskan miliknya, atau mengeluarkan harta. Secara istilah, infaq berarti mengeluarkan hartanya untuk dipergunakan untuk kepentingan agama atau kepentingan umat Islam (Ridwan, 2013). Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat, infaq berarti harta yang dikeluarkan oleh seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan umum.

Infaq berasal dari kata (anfaqa) yang berarti mengeluarkan sesuatu (harta) untuk kepentingan sesuatu. Infaq dapat terbagi, antara lain sebagai berikut (Nurhayati, 2017:304):

1. Infaq wajib

Infaq wajib dapat terdiri atas zakat memenuhi kebutuhan keluarga, kafarat, dan nazar, yang berbentuk dan jumlah pemberiannya telah ditentukan.

2. Infaq sunnah

Infaq yang dilakukan seorang muslim untuk mencari ridha Allah SWT, bisa dilakukan dengan berbagai cara dan bentuk. Infaq yang diberikan kepada para fakir miskin, sesama muslim, infaq karena bencana alam, dan infaq karena kemanusiaan serta memberi makanan bagi orang terkena musibah.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa infak adalah harta yang dikeluarkan oleh seseorang tanpa dibatasi jumlah dan waktunya

yang diberikan kepada orang lain dengan tujuan kebaikan/memberikan manfaat bagi orang lain.

Infaq adalah pemberian sukarela dari seseorang, tidak terdapat nisab di dalamnya, dan pemberian ini dapat dilakukan oleh seseorang saat kondisi ekonominya lapang maupun sempit. Infaq boleh diperbolehkan untuk diberikan kepada siapapun, tidak terbatas kepada kelompok tertentu. Islam mempermudah pemilik harta memiliki kebebasan kepada siapapun memberikan infaq miliknya. Infaq sebagai niatnya mendapatkan pahala dari Allah SWT, bukan sebagai penghormatan. Secara umum dapat diartikan bahwa, infaq suatu pemberian dari seorang muslim secara suka rela tanpa dibatasi waktu dan jumlah (haul dan nisbah) sebagai kebaikan dengan mengharap ridho ilahi. Dalam hal ini, infaq merupakan wujud dari keimanan dan ketaqwaan seseorang kepada sang pencipta, artinya orang yang suka berinfakan hartanya kejalan Allah berarti orang tersebut benar-benar pengakuan keimanannya. Dengan melakukan Infaq atau shodaqoh, seorang tidak akan kehilangan penghasilan dan kekayaannya, karena Allah SWT telah memberikan jaminan dan setidaknya jumlah yang akan dikembalikan kepadanya insyallah dua hingga 700 kali dari apa yang dia infaqkan (Aliman, dkk, 2020).

2.3.3 Sedekah

Sedekah berasal dari kata shidq yang berarti benar, dalam arti sejalan antara ucapan, perbuatan, dan keyakinan. Menurut Yusuf Qardawi, makna sedekah dalam Al-Qur'an dikaitkan dengan kata

memberi, membenarkan, ketakwaan, kikir dan dusta (BI, 2016). Sedekah memiliki makna luas, sedekah dapat berarti zakat, infak, dan kebaikan non materi. Oleh karena itu dalam sebuah hadits Rasulullah SAW bersabda (BI, 2016):

عن ابي ذر رضي هلا عنه: ان ناسا من اصحاب رسول هلا صلى هلا عليه وسلم قالوا للنبي صلى هلا عليه وسلم يارسول هلا, ذهب اهل الدثور بالجور يصلون كما نصلى ويصومون كما نصوم, ويتصدقون بفضول اموالهم, قال: اوليس قد جعل هلا لكم ما تصدقون ؟ ان لكم بكل تسبيحة صدقة, وكل تكبيرة صدقة وكل تحميدة صدقة, وكل تهليل صدقة, وامر بالمعروف صدقة ونهى عن منكر

“setiap tasbih adalah shodaqoh, setiap takbir shodaqoh, setiap tahmid shodaqoh, setiap tahlil shodaqoh, amar ma’rufshodaqoh, nahi munkar shodaqoh...”

Adapun kandungan dari hadits tersebut ialah berlomba-lomba untuk mendapatkan kebaikan dan melakukan amal shalih adalah diperintahkan. Karena itu setiap muslim hendaknya berlomba-lomba untuk mendapatkan kebaikan dan melakukan amal shalih. Rasulullah benar-benar memahami keinginan mereka yang begitu kuat untuk bisa mencapai derajat yang paling tinggi di sisi Tuhannya. Dengan sikap bijaksana yang dimilikinya, ia kemudian menenangkan kegelisahan mereka. Yaitu dengan memberitahukan,

bahwa pintu kebaikan sangat luas. Ada beberapa amalan yang menyamai pahala orang yang berinfak, bahkan ia melebihinya. Namun semuanya itu tentu sesuai dengan usaha masing-masing. Jika tidak memiliki kelebihan harta, maka untuk dapat mendapatkan pahala sedekah dapat dilakukan dengan mengucapkan zikir seperti subhanallah, Allahu Akbar, Alhamdulillah dan Lailahailallah. Pintu untuk melakukan amar makruf dan nahi munkar senantiasa terbuka lebar. Orang yang melakukan kewajiban tersebut, akan mendapatkan pahala yang tidak kalah dengan pahala orang yang berinfak (BI, 2016).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa sedekah merupakan bentuk pemberian dari seseorang kepada orang lain baik itu harta maupun non harta yang diniatkan sebagai bentuk ibadah dengan harapan dapat mencapai derajat yang paling tinggi di sisi Allah.

2.3.4 Waqaf

Waqaf dapat diartikan sebagai pemberian harta seseorang yang zatnya bersifat tahan lama kepada nadzir wakaf dengan ketentuan bahwa pemberian tersebut harus digunakan kepada hal yang bermanfaat, dan sesuai dengan ketentuan yang terdapat dalam ajaran Islam. Harta yang diberikan itu telah menjadi pemberian kepada Allah, dalam artian untuk kepentingan umum (Sudarsono, 2018).

Wakaf adalah perbuatan hukum wakif (pihak yang melakukan wakaf) untuk memisahkan dan/atau menyerahkan

sebagian harta benda miliknya untuk dimanfaatkan selamanya atau untuk jangka waktu tertentu sesuai dengan kepentingannya guna keperluan ibadah dan/atau kesejahteraan umum sesuai syariah (Salsabila, 2020).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), wakaf adalah benda bergerak atau tidak bergerak yang disediakan untuk kepentingan umum (Islam) sebagai pemberian yang ikhlas. Instrumen yang dipandang sangat urgen dan dapat mengetuk rasa empati kehidupan bermasyarakat kita kepada sesama. Hal tersebut ditengarai bila wakaf dapat dimaksimalkan perannya, niscaya akan dapat menjadi alternatif solusi masalah di Tengah masyarakat seperti mengurangi kesenjangan dan menjembatani kalangan bawah untuk dapat mengakses perekonomian.

2.4 Metode Pembayaran ZISWAF

Konsep zakat digital merupakan sebuah inovasi yang signifikan dalam pengumpulan, distribusi, dan pengelolaan zakat dengan memanfaatkan teknologi digital. Menurut mazhab Syafi'i, zakat ialah sebuah ungkapan untuk keluarnya harta atau tubuh sesuai dengan cara khusus, dan diberikan kepada delapan 8 golongan yang berhak menerima zakat (Asegaf, 2020).

Tradisionalnya, zakat dikumpulkan dan didistribusikan melalui proses manual yang melibatkan pihak-pihak terkait secara langsung. Namun, dengan perkembangan teknologi, zakat digital mengadopsi pendekatan yang lebih modern dan efisien. Zakat digital

memanfaatkan platform online, aplikasi mobile, dan sistem pembayaran elektronik untuk memungkinkan para donatur membayar zakat dengan mudah melalui perangkat digital, hal ini menghilangkan hambatan fisik dan administratif yang sering kali terkait dengan metode zakat tradisional. Para donatur dapat berpartisipasi dalam pengumpulan zakat tanpa harus datang ke tempat khusus atau mengurus proses administratif yang rumit (Asegaf, 2020).

Tujuan primer dari zakat dalam ajaran Islam adalah memberikan bantuan kepada mereka yang kurang mampu, seperti fakir miskin dan dhuafa. Tujuan ini juga merujuk pada pengurangan kesenjangan sosial, mempromosikan persatuan, serta menjaga stabilitas sosial dalam masyarakat. Selain itu, zakat juga berperan dalam memupuk semangat kebersamaan dan solidaritas antara sesama umat Muslim dalam menjaga kesejahteraan bersama. Dengan kata lain, zakat menjadi bukti konkret dari nilai-nilai sosial dalam Islam yang mengajarkan empati dan perhatian terhadap sesama yang membutuhkan (Faizin, 2023).

Perbedaan mendasar antara zakat digital dan metode tradisional terletak pada efisiensi dan transparansi. Dalam zakat digital, seluruh proses tercatat secara elektronik, mulai dari pembayaran, penyaluran, hingga pelaporan penggunaan dana zakat. Hal ini menciptakan tingkat transparansi yang lebih tinggi, di mana para donatur dapat melihat langsung bagaimana dana zakat mereka

digunakan. Selain itu, zakat digital juga memungkinkan pendistribusian dana zakat yang lebih cepat dan tepat sasaran. Melalui sistem digital, lembaga zakat dapat dengan lebih akurat mengidentifikasi penerima manfaat yang berhak dan mendistribusikan dana langsung kepada mereka. Hal ini membantu mengurangi birokrasi dan potensi kesalahan dalam proses distribusi (Atabik, 2016).

Kehadiran zakat digital menciptakan fleksibilitas dalam memilih metode pembayaran yang sesuai dengan preferensi masing-masing individu. Ini dapat berupa transfer bank, pembayaran melalui dompet digital, atau bahkan pengaturan otomatis untuk memudahkan pembayaran berkala. Kemudahan ini membantu masyarakat lebih sadar akan kewajiban zakat mereka dan memudahkan mereka untuk berkontribusi dalam pengentasan kemiskinan. Dana zakat yang terkumpul secara lebih efisien dapat lebih cepat disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan, membantu memenuhi kebutuhan dasar mereka seperti pangan, pendidikan, dan layanan kesehatan. Sehingga, zakat digital berperan sebagai alat yang kuat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat miskin, mengurangi ketidaksetaraan sosial, dan memberikan peluang untuk perubahan positif yang lebih besar (Atabik, 2016).

2.5 Pengambilan Keputusan

2.5.1 Pengertian Keputusan

Keputusan pada hal dasarnya adalah jawaban dari sebuah masalah atau hasil dari pemecahan masalah yang ditindak secara tegas. Keputusan juga merupakan tindakan terhadap perencanaan yang telah disusun namun mengalami penyimpangan dari perencanaan awal. Jadi keputusan berarti berupa 2 pilihan yang harus dipilih yang kemungkinan menjadi alternatif. (Pasolong, 2023).

Menurut Morgan & Cerullo menyatakan bahwa Keputusan adalah sebuah kesimpulan yang dibuat setelah mempertimbangkan suatu hal atau setelah memilih satu kemungkinan dari banyak pilihan (Salusu, 2016). Sedangkan Stoner, dkk (2016) mengemukakan Keputusan adalah pemilihan dari antara alternatif-alternatif. Pengambilan keputusan dapat diambil dengan berbagai macam dasar sebuah keputusan tergantung dari permasalahannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pengambilan keputusan adalah mempertimbangkan beberapa pilihan untuk menentukan salah satu pilihan setelah melakukan evaluasi. Dalam hal ini hubungan keputusan membayar zakat adalah pertimbangan Muzakki yang dilakukan untuk menyeleksi beberapa pilihan hal yang berhubungan dengan zakat serta menentukan alternatif untuk membayar zakat yang menurutnya hal tersebut tepat.

Menurut George Terry dalam Pasolong (2023) menyebutkan bahwa dasar-dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Intuisi yaitu pengambilan keputusan yang mudah terpengaruh karena dalam hal ini pengambilan keputusan memiliki sifat subjektif dan sangat memperhatikan apa yang terjadi dalam diri manusia. Kelebihan dari dasar pengambilan keputusan dengan intuisi ini adalah dalam mengambil keputusan waktu yang digunakan relatif lebih cepat dan pada umumnya akan memberikan kepuasan ketika keputusan itu telah diambil. Namun ada kekurangan hal intuisi ini adalah keputusan yang dihasilkan cenderung kurang baik dan belum adanya alat perbandingan sehingga sulit untuk menentukan kebenarannya.
2. Pengalaman, Pengambilan keputusan Pengalaman sangat bermanfaat untuk pengetahuan yang efektif. Karena pengalaman seseorang akan memprediksikan keadaan suatu hal, dan dapat memperkirakan sesuatu yang terjadi jika keputusan yang akan diambil berdasarkan pengalaman yang sudah dilalui. Dengan pengalaman seseorang dapat menduga cara menyelesaikan masalah tersebut walaupun dengan melihat sepiintas.
3. Fakta, Pengambilan keputusan yang didasarkan dengan fakta bisa memberikan keputusan yang baik, sehat dan solid sehingga dapat membuat kepercayaan terhadap keputusan tersebut lebih tinggi.

4. Wewenang, pengambilan keputusan ini biasanya dilaksanakan oleh para pimpinan yang tujuannya untuk bawahannya. Pengambilan keputusan ini dapat bertahan lama dan kebanyakan diterima oleh yang kedudukannya lebih rendah. Untuk kelemahan dari pengambilan keputusan ini adalah sering terjadi praktik diktator karena kewenangan yang diberikan dan bisa memunculkan rasa rutinitas terhadap keputusan tersebut.
5. Rasional, Pengambilan keputusan berdasarkan rasionalitas memiliki sifat objektif, logis dan lebih transparan serta konsisten untuk memaksimalkan hasil sehingga menjadi salah satu pengambilan keputusan yang bisa mendekati kebenaran atau sesuai apa yang ingin dicapai.

2.5.2 Indikator Keputusan Menyalurkan ZISWAF

Adapun indikator dari keputusan menurut (Ramayani, dkk, 2023) sebagai berikut:

1. *Problem recognition* merupakan proses yang dimulai saat menyadari suatu kebutuhan masalah. Konsumen menyadari bahwa ada perbedaan antara situasi yang sebenarnya dan yang diinginkan. Penyebab dari Kebutuhan ini karena pemicu internal pada *case* pertama dan kebutuhan standar seseorang.
2. Pencarian informasi adalah konsumen yang mengembangkan minat dan menjadi termotivasi untuk

mencari informasi lebih lanjut. Hal ini dibagi menjadi dua yaitu kondisi untuk mencari informasi tingkat sedang yang dinamakan peningkatan perhatian. Umumnya, aktivitas mencari informasi pelanggan mengalami peningkatan ketika konsumen beralih dari situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang luas.

3. Evaluasi pilihan adalah ketika konsumen mengevaluasi pilihan yang ada setelah memiliki informasi yang cukup lengkap. Dalam mengevaluasi, konsumen dapat menggunakan perhitungan yang teliti dan berpikir untuk membeli barang.
4. Evaluasi dalam keputusan, membentuk rekomendasi pada merek yang terdapat dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk tujuan pembelian untuk merek yang paling disukai. Namun, ada dua faktor yang dapat mempengaruhi tujuan pembelian dan keputusan pembelian. Faktor utamanya adalah sikap orang lain. Sikap orang lain akan mengurangi pilihan alternatif seseorang akan bergantung pada dua hal: (1) Intensitas sikap negatif orang lain terhadap pilihan konsumen. (2) Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain tersebut. Semakin tinggi intensitas sikap negatif orang lain, semakin besar kemungkinan konsumen menyesuaikan tujuan pembeliannya.

5. Kepuasan adalah situasi ketika konsumen setelah menggunakan suatu produk, dapat mendeteksi cacat pada produk tersebut. Beberapa pembeli tidak menginginkan produk yang cacat, yang lain akan netral, dan beberapa bahkan mungkin melihat cacat sebagai peningkatan nilai produk. Konsumen akan senang, cukup puas, atau tidak puas dengan pembelian. Kepuasan pembelian merupakan fungsi dari kedekatan antara harapan dan pembeli tentang produk dan kemampuannya. Perlakuan terhadap kepuasan atau tidaknya konsumen terhadap suatu produk yang akan mempengaruhi perilaku mereka. Jika pelanggan puas dengan produk tersebut, mereka akan lebih cenderung untuk bertransaksi kembali.

2.6 Manfaat

2.6.1 Pengertian Manfaat

Pengertian Manfaat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah guna atau faedah, laba atau untung. Dari pengertian diatas maka dapat dikatakan bahwa manfaat-manfaat yang diperoleh itu tentunya akan menyebabkan perubahan terhadap suatu fungsi tertentu dalam suatu pranata (Nurdin, dkk, 2023)

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berpikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini

individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi (Nurdin, dkk, 2023).

Manfaat merupakan sebuah tolak ukur bagi seseorang yang menggunakan teknologi, apakah teknologi itu dapat memberikan kemudahan baginya. Kemampuan subjektif pengguna dimasa yang akan datang dimana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja. Layanan mobile banking akan memberikan manfaat jika pengguna mobile banking tersebut mengerti untuk mengoperasikannya karena lebih menghemat waktu dan secara tidak langsung mendefinisikan bahwa nasabah tidak perlu mengunjungi bank setiap waktu jika ingin melakukan aktivitas perbankan, karena akses yang diberikan *mobile banking* 24 jam (Al Aziz, dkk, 2022).

Berdasarkan definisi tersebut diartikan bahwa manfaat dari penggunaan mobile banking dapat meningkatkan kinerja dan kinerja orang yang menggunakannya. Manfaat dalam mobile banking merupakan manfaat yang diperoleh atau diharapkan oleh para nasabah dalam melaksanakan tugas pekerjaannya. Karenanya, tingkat manfaat mobile banking mempengaruhi sikap para nasabah terhadap sistem tersebut (Salsabila, 2020).

2.6.2 Indikator Manfaat

Menurut Beberapa indikator manfaat penggunaan teknologi yang meliputi yaitu sebagai berikut (Melati, 2023):

1. Efisiensi waktu, sistem teknologi mempermudah seseorang untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan. Segala bentuk pekerjaan yang sebelumnya dilakukan secara manual akan dapat dilakukan dengan mudah dengan bantuan teknologi.
2. Keterjangkauan akses, teknologi dapat diakses dimana saja dan seseorang dapat melakukannya dengan lebih mudah dan praktis.
3. Informasi akurat, sebuah informasi yang dapat dipercaya dan dapat dipertanggungjawabkan.

2.7 Kepercayaan

2.7.1 Pengertian Kepercayaan

Menurut Gunawan dalam Jefryansyah et.al. (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai sikap yang menunjukkan rasa suka serta kemauan untuk tetap bertahan dalam menggunakan suatu produk atau merek tertentu. Husein Umar dalam Sari (2019) mendefinisikan kepercayaan konsumen sebagai segala pengetahuan yang konsumen miliki serta kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut, dan manfaat dari suatu produk.

Kepercayaan merupakan sikap atau perilaku yang menunjukkan kecintaan seseorang terhadap sesuatu, sehingga ia mau menggunakan produk tersebut secara terus-menerus (konsisten). Menurut Tjini & Baridwan (2013) mendefinisikan persepsi kepercayaan sebagai kesediaan seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu (Linardi & Nur, 2021).

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Dalam hal penggunaan mobile banking, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari mobile banking, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari mobile banking. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan (Salsabila, 2020)

2.7.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan

Menurut Winardi (2011:55) dalam (Linardi & Nur, 2021) ada beberapa hal yang digunakan untuk membangun kepercayaan yaitu:

1. Kejujuran merupakan item paling penting dalam membangun sebuah kepercayaan dengan orang lain, hal ini dimaksudkan untuk menghindari sifat kecurangan yang dapat merugikan orang lain. Dalam penerapan sehari-hari, sikap kejujuran ini sangat susah untuk diterapkan dan pada pandangan hukum, tingkat kejujuran seseorang dinilai dari ketetapan pengakuan atau apa yang dibicarakan dengan kebenaran yang terjadi.

2. Kompeten merupakan kemampuan untuk melaksanakan tugas dalam membangun suatu pengetahuan yang didasarkan pada pengalaman yang telah dialami. Hal ini dianggap oleh masyarakat telah mampu dalam melaksanakan tugas tertentu dengan baik.
3. Keterbukaan merupakan tidak menyukai terhadap kerahasiaan dan kurangnya transparan dalam melaksanakan tugasnya, dengan demikian diperlukan sikap keterbukaan dan transparansi antara kedua belah pihak agar terciptanya kepercayaan yang relevansi.

2.7.3 Indikator Kepercayaan

Berikut beberapa indikator kepercayaan yang dikemukakan oleh Maharani dalam Fudaili dan Azis (2022):

1. Kehandalan

Pengukuran konsistensi organisasi atau perusahaan untuk melaksanakan usahanya dari dulu sampai sekarang, dalam pengertian ini adalah pengukuran kekonsistenan Bank BSI dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang. Pada dasarnya pelaksanaan program dari Lembaga sesuai dengan rencana, berdasarkan pada acuan, dan berdasarkan pada prosedur yang telah ditetapkan. Namun, diperlukan antisipasi untuk melaksanakannya sesuai dengan kebutuhan lapangan.

2. Kejujuran

Menawarkan suatu barang atau jasa sesuai dengan informasi, pelayanan Lembaga kepada Muzakki (Masyarakat) dibuktikan dengan memberikan informasi berupa laporan keuangan dalam bentuk media cetak atau media online secara rutin, hal ini dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan kepercayaan Muzakki atau Masyarakat.

3. Kepedulian

Melayani pelanggan dengan baik, menerima keluhan, serta menjadikan konsumen sebagai prioritas, yang dimaksud konsumen dalam penelitian ini adalah Muzakki. Mengenai kepedulian Lembaga kepada masyarakat atau Muzakki berdasarkan pada pengakuan informan bahwasanya aspirasi Muzakki atau masyarakat belum sepenuhnya menyampaikan keinginan, aspirasi, memberikan masukan, dan kritik, serta menyampaikan keluhannya kepada Lembaga. Hal ini disebabkan karena masyarakat (Muzakki) tidak ingin ikut terlibat dalam pelaksanaan programnya, sehingga berdampak pada pelaksanaan program yang tidak sesuai dengan keinginan Muzakki atau masyarakat.

4. Kredibilitas

Kredibilitas merupakan kekuatan atau kualitas yang dimiliki perusahaan atau pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya. Seperti yang dikemukakan oleh tokoh di Lembaga

bahwasanya untuk meningkatkan kepercayaan kepada Muzakki atau masyarakat Lembaga selalu melakukan perbaikan dan meningkatkan kualitas, baik kualitas sumber daya manusia ataupun kualitas pelayanan. Dengan demikian dapat memberikan citra yang baik bagi Lembaga sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat (Muzakki) kepada Lembaga.

2.8 Kemudahan Penggunaan

2.8.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan

Menurut Davis dalam Ali (2018) kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.

Menurut Andriyanto dalam Nurdin et.al. (2020) mendefinisikan kemudahan sebagai keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak membutuhkan usaha yang besar atau merepotkan dalam penggunaannya. Kemudahan dapat diartikan sebagai mengurangi usaha (baik waktu maupun tenaga) seseorang dalam mempelajari teknologi (Sulisdika, Syahrizal, & Nurlina, 2022).

Menurut Amijaya (2010) mengatakan Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dalam menggunakan Internet Banking mempengaruhi seseorang untuk memiliki minat ulang untuk

menggunakannya. Hal ini didasari atas efisiensi waktu yang dirasakan, kemampuan melakukan transaksi, kemudahan operasional internet banking dan fleksibilitas yang dirasakan ketika menggunakannya.

Dari beberapa definisi mengenai kemudahan di atas, dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu sikap dimana seseorang berpikir bahwa dalam menggunakan teknologi akan bebas dari usaha. Apabila pengguna beranggapan bahwa suatu teknologi mudah dipelajari maka ia akan menggunakannya, begitu pula sebaliknya.

2.8.2 Indikator Kemudahan Penggunaan

Menurut teori yang dikemukakan oleh Davis dalam Ichwan et.al. (2020) mengungkapkan beberapa indikator sebuah teknologi dapat dikatakan memiliki tingkat kemudahan dalam penggunaannya jika (Ichwan & Ghofur, 2020):

1. Teknologi yang digunakan sangat mudah dalam pengoperasiannya.
2. Fitur teknologi mudah dipahami.
3. Teknologi cepat digunakan.

2.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi kajian atau temuan empiris sebagai acuan dan perbandingan telaah agar relevansi maupun ketidak konsistenan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan

daripada hasil kajian, berikut beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis, adalah sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan oleh Ichwan dan Ghofur (2020) tentang “pengaruh technology acceptance model terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui fintech Gopay”. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian asosiatif (hubungan) kuantitatif. Sumber data primer dengan teknik kuesioner dengan populasi adalah muzakki pada wilayah DKI Jakarta yaitu berjumlah 38.5 ribu dalam pengambilan sampel dengan menggunakan metode Slovin dan penentuan pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Menggunakan metode analisis data regresi linier berganda dengan pengolahan data bantuan aplikasi SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Technology Acceptance Model (persepsi manfaat dan persepsi kemudahan) secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui Fintech Gopay. Selain persamaan menggunakan variabel manfaat dan kemudahan dan keputusan membayar zakat, yang membedakan adalah tidak ada variabel kepercayaan dan penelitian terdahulu berfokus membayar zakat melalui fintech gopay sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan berfokus membayar ZISWAF di BSI mobile.

Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Srikandi, dkk (2022) tentang “determinan bertransaksi menggunakan aplikasi

berbagi ZISWAF pada BSI mobile”. Metode penelitian kuantitatif, dengan data primer dan data sekunder, serta menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner dan wawancara. Teknik random sampling dalam pengambilan sampel berjumlah 30 responden yang merupakan dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Metode analisis data digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik serta uji hipotesis dan koefisien determinasi (R Square) diolah dengan SPSS atau regresi linier berganda. Hasil penelitian variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi berbagi ZISWAF pada mobile banking BSI sedangkan kepercayaan dan manfaat memiliki pengaruh terhadap penggunaan aplikasi berbagi ZISWAF pada mobile banking BSI. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan variabel kemudahan, kepercayaan, dan manfaat sebagai variabel independen. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah pada penelitian sebelumnya yang menjadi sampel adalah mahasiswa IAIN Padangsidimpuan sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan sampelnya adalah nasabah yang menggunakan BSI Mobile.

Selanjutnya, Astuti dan Prijanto (2021) meneliti “faktor yang mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat melalui kitabisa.com: pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior”. Penelitian menganalisis pola

hubungan perspektif kemudahan, kegunaan, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap minat muzakki. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Alat analisis yang digunakan yaitu software SmartPLS versi 3. Teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebesar 180 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat muzakki dalam membayar zakat melalui Kitabisa.com dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Kemudian persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap. Sedangkan persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan zakat digital. Di samping itu, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan zakat digital. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah ada pada model penelitian pada penelitian sebelumnya menggunakan SmartPLS (Partial Least Square) sedangkan pada penelitian yang akan dilaksanakan hanya model OLS (Ordinary Least Square).

Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Azizah, dkk. (2020) meneliti tentang “pengaruh brand awareness, transparansi, dan kepercayaan terhadap keputusan menyalurkan zis di kitabisa.com”. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan yaitu masyarakat yang menggunakan Kitabisa.com secara tetap dan masyarakat yang pernah menggunakan platform Kitabisa.com di Jabodetabek. Sampel yang didapatkan melalui judgement sampling atau dikenal dengan purposive sampling. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 121 orang berdasarkan pada syarat yang sudah ditentukan. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa brand awareness, transparansi dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan masyarakat di Jabodetabek dalam menyalurkan ZIS di Kitabisa.com. Faktor yang muncul pada ketiga variabel bebas tersebut memiliki pengaruh dalam setiap pengambilan keputusan masyarakat Jabodetabek saat memilih tempat untuk menyalurkan ZIS secara online. Sehingga dapat diartikan bahwa potensi perkembangan teknologi atau media digital khususnya pada sektor keuangan bersifat positif dan sangat baik berkembang ditengah masyarakat. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilaksanakan adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan pada penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilaksanakan adalah pada penelitian terdahulu populasinya adalah Masyarakat yang menggunakan platform

Kitabisa.com sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan populasinya merupakan masyarakat pengguna Mobile Banking BSL.

Selanjutnya, penelitian Kurniawati, dkk (2020) mengenai “intensi perilaku dan religiusitas generasi milenial terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital”. Populasi penelitian adalah muzakki dan munfiq yang termasuk generasi millennial (1981-2000) dengan usia 19-38 tahun dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling dimana karakter dari jenis sampel tersebut didasarkan pada kebutuhan penelitian dengan kriteria yang ditentukan. Metode analisis PLS-SEM melalui software SmartPLS 3.0, metode yang memiliki karakteristik data tidak harus berdistribusi normal, dapat menganalisis semua jenis data, serta jumlah sampel yang digunakan kecil, pada model SEM variabel endogen dipengaruhi oleh eksogen. Hasil pemaparan yang dapat ditarik tiga kesimpulan yakni intensi perilaku millennial di Jabodetabek memiliki pengaruh yang signifikan atas keputusan untuk membayar ZIS melalui platform online. Indikator tertinggi yang membuktikannya adalah dengan kemudahan yang diberikan oleh platform online sehingga kaum millennial berminat untuk mengeluarkan ZIS. Indikator lainnya yang mempengaruhi keputusan membayar ZIS melalui platform online adalah lingkungan sosial serta faktor lain seperti reputasi lembaga amal yang mampu memberikan rangsangan pada millennial Jabodetabek untuk berzakat, infaq, dan sedekah. Reputasi lembaga sangat mempengaruhi keputusan millennial dalam membayar ZIS melalui

platform online. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan yang akan dilaksanakan, ada pada model penelitian sebelumnya menggunakan SmartPLS (Partial Least Square) sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan hanya model OLS (Ordinary Least Square).

Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Handinisari, dkk (2023) terkait “Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking”. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian asosiasi. Penelitian asosiasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode analisis data ini menggunakan regresi berganda. Dalam analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, mengolah dan membahas data yang diperoleh. Persamaan penelitian terdahulu dengan yang akan dilanjutkan adalah sama-sama menggunakan metode analisis regresi berganda, sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian.

Selanjutnya, Ramayani, dkk (2020) tentang “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking”. Jenis penelitian pada penelitian ini ialah pendekatan penelitian kuantitatif yaitu data yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk angka dengan menggunakan analisis analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program

SPSS. Jenis data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Penelitian ini dilakukan pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kuala simpang Kabupaten Aceh Tamiang dan pada nasabah bank mandiri syariah cab Kuala Simpang yang menggunakan aplikasi mobile banking. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Mandiri Syariah cabang Kuala Simpang yang menggunakan aplikasi mobile banking yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel menurut Juliandi (2013, p.50) merupakan wakil-wakil populasi. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu Non probability sampling. Yaitu teknik pengambilan yang dengan cara mencari objek yang akan diteliti. Metode Non probability sampling yang di pakai dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu yakni (1) nasabah pengguna aplikasi mobile banking BSM, (2) nasabah yang sudah menggunakan aplikasi tersebut selama 1 tahun atau lebih, (3) nasabah memiliki pendidikan minimal SMA. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah memiliki variabel dependen yang sama dan menggunakan metode penelitian yang sama, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.

Kemudian, Febiana, dkk (2022) mengenai “Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Kepercayaan, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat Dan Donasi Melalui Tokopedia: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn

Khaldun Bogor Pada Angkatan 2017-2018”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif memiliki arti sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, metode discovery dan metode ilmiah sebab metode ilmiah memiliki hasil konkrit, terukur, obyektif, sistematis dan rasional. Metode ini menguji hipotesis dengan menggunakan instrumen analisis data statistik dan berupa angka (sugiyono, 2013: 18). Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian berupa data primer yang dikumpulkan melalui lembar kuesioner secara online pada google form yang dibagikan kepada responden penelitian. Populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa fakultas agama islam universitas ibn khaldun Bogor sebanyak 1,767 mahasiswa aktif pada tahun 2020-2021. Metode pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling yaitu penarikan contoh tidak berpeluang dari sebuah populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan teknik purposive sampling yaitu dilakukan berdasarkan karakteristik yang telah ditetapkan terhadap elemen target populasi yang disesuaikan dengan masalah atau tujuan penelitian (tanjung dan devi, 2018: 113). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini merupakan responden yang memiliki aplikasi Tokopedia. Teknik analisis Structural Equation Model (SEM) pendekatan Partial Least Square (PLS) menggunakan software statistic smartpls 3.0. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilaksanakan adalah sama-sama menggunakan metode pengambilan sample non-probability dengan

teknik purposive sampling, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian dan model penelitian, penelitian sebelumnya menggunakan model SmartPLS (Partial Least Square) sedangkan penelitian yang akan dilaksanakan hanya model OLS (Ordinary Least Square).

Tabel 1. 2
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Ichwan dan Ghofur. (2020) meneliti tentang “Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay”.	a. Metode kuantitatif. b. Analisis regresi linear berganda. c. Teknik purposive sampling.	Hasil penelitian bahwa Technology Acceptance Model (persepsi manfaat dan persepsi kemudahan) berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui Fintech Gopay. Selain itu, variabel persepsi manfaat dapat mempengaruhi persepsi kemudahan muzakki membayar zakat melalui Fintech Gopay.
2	Srikandi, dkk. (2022) meneliti tentang “Determinan Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Berbagi Ziswaf Pada BSI Mobile”.	a. Metode kuantitatif. b. Analisis regresi linear berganda. c. Teknik random sampling.	Hasil penelitian ini tidak terdapat pengaruh kemudahan terhadap penggunaan aplikasi berbagi ZISWAF pada mobile banking BSI. Namun, terdapat pengaruh kepercayaan dan manfaat terhadap penggunaan aplikasi berbagi ZISWAF pada mobile banking BSI. Secara simultan, terdapat pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan manfaat terhadap penggunaan aplikasi berbagi

			ZISWAF pada mobile banking BSI.
3	Astuti dan Prijanto (2021) “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzaki Dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory of Planned Behavior”.	a. Metode kuantitatif. b. Analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan software SmartPLS versi 3.	Hasil penelitian minat muzaki dalam membayar zakat melalui Kitabisa.com dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku. Bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Kemudian persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap. Sedangkan persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat pengguna layanan zakat digital. persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan zakat digital Kitabisa.com.
4	Azizah, dkk. (2021) meneliti tentang “Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan ZIS Di Kitabisa.com”.	a. Metode kuantitatif. b. Analisis regresi linear berganda. c. Teknik purposive sampling.	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa brand awareness, transparansi dan kepercayaan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan masyarakat di Jabodetabek dalam menyalurkan ZIS di Kitabisa.com. Faktor yang muncul pada ketiga variabel bebas tersebut memiliki pengaruh dalam setiap pengambilan keputusan masyarakat Jabodetabek saat memilih tempat untuk menyalurkan ZIS secara online. Sehingga dapat

			diartikan bahwa potensi perkembangan teknologi atau media digital khususnya pada sektor keuangan bersifat positif dan sangat baik berkembang ditengah masyarakat.
5	Kurniaputri, dkk (2020) “Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Milenial Terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital”.	a. Metode kuantitatif. b. Analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan Software SmartPLS versi 3. c. Teknik purposive sampling.	Hasil pemaparan dapat ditarik tiga kesimpulan yakni intensi perilaku millennial di Jabodetabek memiliki pengaruh yang signifikan atas keputusan untuk membayar ZIS melalui platform online. Indikator lainnya yang mempengaruhi keputusan membayar ZIS melalui platform online adalah lingkungan sosial serta faktor lain seperti reputasi lembaga amal yang mampu memberikan rangsangan pada millennial Jabodetabek untuk berzakat, infaq, dan sedekah. Reputasi lembaga sangat mempengaruhi keputusan millennial dalam membayar ZIS melalui platform online.
6	Handinisari, dkk (2023) “Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking”.	a. Metode kuantitatif. b. Analisis regresi linear berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Keamanan dan Kepentingan Transaksi, ada pengaruh yang signifikan antara Kenyamanan dan Kepentingan Transaksi, dan ada pengaruh antara Kepercayaan dan Kepentingan Transaksi. Berdasarkan hasil analisis simultan menunjukkan bahwa Security, Ease, Trust secara parsial berpengaruh terhadap Minat Bertransaksi

			menggunakan layanan mobile banking.
7	Ramayani, dkk (2020) “Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking”.	a. Metode kuantitatif. b. Analisis regresi linear berganda. c. Teknik probability sampling.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, keamanan ($0,016 < 0,05$), manfaat ($0,10 < 0,05$) dan kemudahan ($0,003 < 0,05$) berarti semua variabel pada penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan fasilitas mobile banking Bank Syariah Mandiri. Kemudian secara simultan variabel kepercayaan, keamanan, manfaat dan kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan fasilitas mobile banking Bank Syariah Mandiri dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
8	Febiana, dkk (2022) “Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Kepercayaan, Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat Dan Donasi Melalui Tokopedia: Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Pada Angkatan 2017-2018”.	a. Metode kuantitatif. b. Analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan Software SmartPLS versi 3. c. Teknik purposive sampling.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi zis berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia. Variabel brand awareness berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia. Variabel literasi zis, kepercayaan, brand

			awareness berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi sebesar 66,4%. Sedangkan sisanya sebesar 33,6% dijelaskan oleh variabel eksogen lain diluar penelitian ini.
--	--	--	---

2.10 Keterkaitan Antar Variabel

2.10.1 Hubungan Manfaat Terhadap Keputusan Membayar ZISWAF

Manfaat merupakan suatu ukuran sejauh mana seseorang akan percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya dan mendatangkan manfaat bagi dirinya. Harapan seseorang dalam menggunakan teknologi agar dapat bermanfaat baginya dan juga dapat membantunya dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan mudah dan seperti yang dia harapkan. Jadi, semakin besar manfaat yang diterima, seseorang akan menggunakan teknologi tersebut (Afifah, 2018). Hasil penelitian yang dilakukan Ramayani, dkk (2020) tentang pengaruh kepercayaan, keamanan, manfaat dan kemudahan terhadap penggunaan mobile banking menunjukkan hasil bahwa variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking di bank syariah mandiri, Kuala Simpang.

2.10.2 Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar ZISWAF

Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan penyedia jasa, karena perusahaan menjanjikan produk yang tidak perlu dilihat. Kepercayaan menjadi suatu yang penting ketika seseorang melakukan transaksi menggunakan sistem teknologi *e-banking*. Kepercayaan ini didukung oleh pihak perbankan yang mampu menyediakan sistem yang baik. Sehingga kepercayaan dalam menggunakan fasilitas yang telah disediakan dapat memberikan minat dan loyalitas bagi pemakaiannya, (Jasfar, 2009, p. 165). Jadi, kepercayaan ialah kepercayaan suatu pihak pada pihak lainnya untuk melakukan hubungan antar kedua pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang akan dipercayainya akan mampu memenuhi segala kewajiban yang sesuai dengan harapannya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Febiana, dkk (2022) tentang pengaruh literasi zakat, infaq, shadaqah (ZIS), kepercayaan, dan brand awareness terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia: studi pada mahasiswa fai universitas ibn khaldun Bogor pada angkatan 2017-2018 menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui tokopedia.

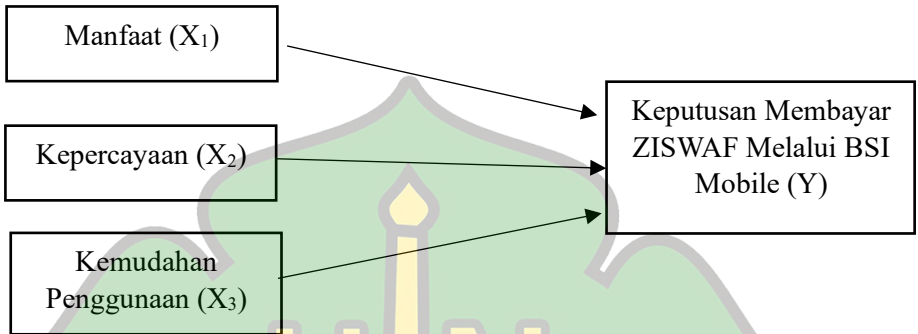
2.10.3 Hubungan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar ZISWAF

Kemudahan penggunaan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jadi, kemudahan memberikan gambaran bahwa suatu sistem diciptakan bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dalam arti lain seseorang yang menggunakan sistem akan lebih mudah untuk dipelajari, mudah dikendalikan oleh pemakainya, penggunaannya fleksibel, dan dapat meningkatkan keterampilan pemakainya dan mudah untuk digunakan dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual (Davis, 1989). Penelitian yang dilakukan Ichwan dan Ghofur (2020) meneliti tentang pengaruh *technology acceptance model* terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui fintech gopay menunjukkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menyalurkan zakat membayar Fintech Gopay.

2.11 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran sebagai alur dari kajian yang akan diteliti seperti desain atau model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2014). Maka dari itu kerangka pemikiran dapat dilihat dari pada gambar skema pemikiran penelitian adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



Keterangan:

1. Variabel terikat (variabel dependen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau akibat dari variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan membayar ziswaf di BSI mobile (Y).
2. Variabel bebas (variabel independen) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau variabel yang menjadi sebab timbul variabel terikat. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah manfaat (X_1), kepercayaan (X_2), kemudahan penggunaan (X_3).

2.12 Hipotesis

Berdasarkan penjabaran dan kerangka berfikir diatas, dapat dikembangkan hipotesis dari penjabaran diatas. Hipotesis adalah dugaan atau pernyataan terhadap suatu permasalahan yang

kebenarannya masih lemah atau belum dapat dipastikan kebenarannya karena dugaan tersebut masih bersifat sementara dan harus masih diuji kebenarannya (Misbahuddin & Hasan, 2013:34).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho₁ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan manfaat terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI mobile.

Ha₁ : Terdapat pengaruh yang signifikan manfaat terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI mobile.

Ho₂ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI mobile.

Ha₂ : Terdapat pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI mobile.

Ho₃ : Tidak terdapat pengaruh signifikan kemudahan penggunaan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI mobile.

Ha₃ : Terdapat pengaruh signifikan kemudahan penggunaan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI mobile.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah, Dan Wakaf Melalui BSI Mobile. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih berdasar pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran. Penelitian kuantitatif biasa dikenal dengan penelitian yang bersifat angka-angka. Pendekatan penelitian dilakukan dengan pendekatan lapangan (*field research*) dan pendekatan kepustakaan (*library research*). Pendekatan penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan cara melihat langsung objek atau data yang diteliti melalui kunjungan lapangan melalui penyebaran kuesioner. Peneliti ingin mengetahui pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan sebagai variabel independen (X) dan keputusan membayar zakat, infaq, sedekah, wakaf sebagai variabel dependen (Y).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang

mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditunjuk oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditambah kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI di 9 kecamatan Kota Banda Aceh.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel yaitu untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018), alasan dari pemilihan teknik nonprobability sampling dikarenakan untuk mengurangi bias sampel, mengatasi populasi konsumen yang beragam, dan untuk mendapatkan hasil penelitian yang dapat diandalkan. Penentuan jumlah sampel menggunakan purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016: 85).

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan saran dari Roscoe, yaitu:

1. Banyaknya sampel yang layak digunakan di penelitian adalah antara 30- 500.
2. Jika sampel memiliki beberapa kelompok, maka jumlah sampel dalam tiap kelompok adalah 30.
3. Jika suatu penelitian terdiri dari 2 variabel atau lebih (variabel bebas dan terikat), maka jumlah sampel minimum $10 \times$ dari jumlah variabel yang ada dalam penelitian.
4. Jika penelitian sederhana yang menggunakan kelompok kontrol dan kelompok eksperimen, maka sampel yang digunakan pada tiap kelompok yaitu 10-20 sampel.

Dari uraian penentuan sampel yang disarankan Roscoe tersebut peneliti menentukan sampel dalam penelitian ini dengan jumlah 50 sampel. Jumlah sampel ini telah layak digunakan untuk penelitian karena memenuhi kriteria penentuan sampel dari Roscoe yaitu antara 30-500 dan jumlah variabel dalam penelitian adalah 4. Apabila 4 variabel dikali dengan 10 adalah jumlah minimum dari jumlah yang diteliti yaitu 40 maka sampel dengan jumlah 50 telah layak untuk digunakan dalam penelitian ini (Ibrahim, 2021).

Berdasarkan hasil penentuan jumlah sampel yang telah dilakukan, ditemukan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 orang dari 9 kecamatan di Kota Banda Aceh.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data merupakan informasi yang mempunyai arti bagi penggunaannya. Data yang dikumpulkan dapat berupa keterangan tertulis, angka, informasi lisan, informasi tertulis dan beragam fakta yang berkaitan dengan riset yang diteliti (Ridwan dan Kuncoro, 2014:213). Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data, diantaranya data primer sebagai data pokok dan data sekunder sebagai data pendukung, penjelasan.

3.3.1 Sumber Data

3.3.1.1 Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari seseorang atau responden yang dipilih oleh peneliti untuk mendapatkan data atau informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Data primer adalah data mentah yang diperoleh dan didapatkan langsung dari sumbernya yaitu responden dengan cara wawancara ataupun melalui hasil pengisian kuesioner sehingga data primer ini harus diolah lagi oleh peneliti (Sujarweni, 2020:89). Teknik yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data primer melalui wawancara, pengamatan secara langsung, dan penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari nasabah BSI yang menggunakan mobile banking.

3.3.1.2 Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang dikumpulkan atau diperoleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti

sebagai tangan kedua). Data ini biasanya didapatkan dari catatan, buku, majalah ataupun sumber lainnya (Sujarweni, 2020: 89). Untuk memperoleh data ini penulis mengambil sejumlah buku-buku, jurnal, website resmi lembaga yang terkait dengan tema penelitian ini.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberikan probabilitas yang sama kepada setiap unsur populasi dalam pemilihan anggota sampel (Sugiyono, 2016). Jenis teknik nonprobability sampling yang digunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono (2016:85). Oleh sebab itu, peneliti telah menentukan sampel yang dipilih dengan sengaja untuk mendapatkan sampel yang representative. Untuk mendapatkan data yang valid peneliti telah menentukan kriteria yang dijadikan untuk pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan nasabah yang menggunakan BSI Mobile
2. Responden yang berdomisili di Kota Banda Aceh
3. Responden bekerja sebagai wirausaha/pelaku usaha dan Aparatur Sipil Negara (ASN)

4. Responden pernah melakukan pembayaran ZISWAF melalui BSI Mobile

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode berikut ini untuk mengumpulkan data, antara lain sebagai berikut:

1. Metode *library research*, yaitu mengumpulkan data dengan membaca buku-buku yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas.
2. Metode *field research*, yaitu metode yang dilakukan untuk lapangan dengan menggunakan cara sebagai berikut:
 - a. Observasi yaitu metode pengumpulan data dengan cara menggunakan pengamatan langsung lapangan dengan mengenal dan mengetahui objek yang akan diteliti, dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung pada Nasabah yang menggunakan BSI Mobile.
 - b. Kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang dimuat dalam angket.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.5.1 Definisi Variabel

Variabel penelitian didefinisikan sebagai atribut, sifat atau nilai orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:39). Berdasarkan objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, ada dua jenis variabel penelitian ini digunakan. Variabel terikat (*dependent variable*) atau sering disingkat/dilambangkan “Y” yakni pengaruh hubungan variabel terikat disebabkan oleh variabel bebas (*independent variable*). Selanjutnya variabel bebas (*independent variable*) dari setiap variabel independen dilambangkan “X” variabel tersebut dapat mempengaruhi variabel terikat. Secara umum penelitian ini, menggunakan dua variabel yang dapat mengidentifikasi:

3.5.1.1 Dependent Variable (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu, variabel keputusan membayar ZISWAF melalui BSI mobile (Y). Keputusan pada hal dasarnya adalah jawaban dari sebuah masalah atau hasil dari pemecahan masalah yang ditindak secara tegas. Keputusan juga merupakan tindakan terhadap perencanaan yang telah disusun namun mengalami penyimpangan dari perencanaan awal. Jadi

keputusan berarti berupa 2 pilihan yang harus dipilih yang kemungkinan menjadi alternatif. (Pasolong, 2023). Menurut Morgan & Cerullo menyatakan bahwa Keputusan adalah sebuah kesimpulan yang dibuat setelah mempertimbangkan suatu hal atau setelah memilih satu kemungkinan dari banyak pilihan (Salusu, 2016). Adapun indikator dari keputusan yakni, a) Problem recognition, b) Pencarian evaluasi, c) Evaluasi pilihan, d) Evaluasi dalam Keputusan, e) Kepuasan.

3.5.1.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang berdiri sendiri dan tidak tergantung pada variabel lain atau disebut juga variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel terikat (*dependent variable*), baik secara positif maupun secara negatif. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah: sebagai berikut:

1. Manfaat (X₁)

Manfaat merupakan sebuah tolak ukur bagi seseorang yang menggunakan teknologi, apakah teknologi itu dapat memberikan kemudahan baginya. Kemampuan subjektif pengguna dimasa yang akan datang dimana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja. Layanan mobile banking akan memberikan manfaat jika pengguna mobile banking tersebut mengerti untuk mengoperasikannya karena lebih menghemat waktu dan secara tidak langsung mendefinisikan bahwa nasabah tidak perlu

mengunjungi bank setiap waktu jika ingin melakukan aktivitas perbankan, karena akses yang diberikan mobile banking 24 jam (Al Aziz, dkk, 2022). Indikator manfaat penggunaan teknologi yang meliputi yaitu, a) Efisiensi waktu b) Keterjangkauan akses c) Informasi akurat.

2. Kepercayaan (X_2)

Menurut Gunawan dalam Jefryansyah et.al. (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai sikap yang menunjukkan rasa suka serta kemauan untuk tetap bertahan dalam menggunakan suatu produk atau merek tertentu (Jefryansyah & Muhajirin, 2020). Husein Umar dalam Sari (2019) mendefinisikan kepercayaan konsumen sebagai segala pengetahuan yang konsumen miliki serta kesimpulan yang dibuat oleh konsumen mengenai objek, atribut, dan manfaat dari suatu produk. Berikut beberapa indikator kepercayaan yaitu, a) Keandalan, b) Kejujuran, c) Kepedulian, d) Kredibilitas.

3. Kemudahan Penggunaan (X_3)

Kemudahan sebagai keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak membutuhkan usaha yang besar atau merepotkan dalam penggunaannya) atau usaha mengurangi baik waktu maupun tenaga seseorang dalam mempelajari teknologi (Nurdin dkk, 2020). Indikator sebuah teknologi dapat dikatakan memiliki tingkat kemudahan dalam penggunaannya (Ichwan dan Ghofur, 2020). Beberapa indikator sebuah teknologi dapat dikatakan memiliki tingkat kemudahan

dalam penggunaannya apabila; a) Teknologi yang digunakan sangat mudah dalam pengoperasiannya, b) Fitur teknologi mudah dipahami, c) Teknologi cepat digunakan.

3.5.2 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini, keputusan membayar ziswaf melalui BSI Mobile menjadi sebagai variabel dependen (Y), selanjutnya dari setiap variabel independen (X) akan dilakukan proses analisis deskriptif dari data yang berhasil dihimpun dari berbagai sumber yang didapatkan di lapangan melalui pengisian kuesioner yang kemudian dilakukan penyajian hasil analisis terkait pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan kegunaan membayar infaq melalui BSI mobile.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep	Indikator	Item	Skala
1.	Manfaat (X ₁)	Manfaat merupakan sebuah tolak ukur bagi seseorang yang menggunakan teknologi, apakah teknologi itu dapat memberikan kemudahan baginya. Kemampuan subjektif pengguna dimasa yang akan datang dimana	a. Efisiensi waktu. b. Keterjangkauan akses c. Informasi akurat	1 2 3	Likert

		dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja. Layanan mobile banking akan memberikan manfaat jika pengguna mobile banking tersebut mengerti untuk mengoperasikannya karena lebih menghemat waktu dan secara tidak langsung mendefinisikan bahwa nasabah tidak perlu mengunjungi bank setiap waktu jika ingin melakukan aktivitas perbankan, karena akses yang diberikan mobile banking 24 jam (Al Aziz, dkk, 2022).			
2.	Kepercayaan (X ₂)	Menurut Gunawan dalam Jefriansyah et.al. (2020) bahwa kepercayaan sebagai sikap yang menunjukkan rasa suka serta kemauan untuk tetap bertahan dalam menggunakan suatu produk atau merek tertentu.	a. Kehandalan b. Kejujuran c. Kepedulian d. Kredibilitas	4 5-6 7 8-9	Likert
3.	Kemudahan Penggunaan (X ₃)	Kemudahan sebagai keyakinan individu bahwa menggunakan	a. Teknologi yang digunakan mudah	10-11	Likert

		sistem teknologi informasi tidak membutuhkan usaha yang besar atau merepotkan dalam penggunaannya) atau usaha mengurangi baik waktu maupun tenaga seseorang dalam mempelajari teknologi (Nurdin dkk, 2020).	pengoperasian nya. b. Fitur teknologi mudah dipahami. c. Teknologi cepat digunakan.	12-13 14-15	
4.	Keputusan Menyalurkan Ziswaf di BSI Mobile (Y)	Keputusan pada hal dasarnya adalah jawaban dari sebuah masalah atau hasil dari pemecahan masalah yang ditindak secara tegas. Keputusan juga merupakan tindakan terhadap perencanaan yang telah disusun namun mengalami penyimpangan dari perencanaan awal. Jadi keputusan berarti berupa 2 pilihan yang harus dipilih yang kemungkinan menjadi alternatif. (Pasolong, 2023).	a. Problem recognition. b. Pencarian informasi. c. Evaluasi pilihan. d. Evaluasi dalam keputusan. e. Kepuasan.	16-17 18-19 20-21	Likert

3.6 Skala Likert

Cara untuk menemukan dan mengukur variabel-variabel dengan merumuskan secara singkat dan jelas pernyataan -

pernyataan dalam kuesioner untuk setiap variabel-variabelnya dengan menggunakan skala likert yang berisi 1-5 tingkat preferensi jawaban. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval, banyak juga yang menyebut dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan kedalam beberapa sub variabel. Yang mana subvariabel dijabarkan menjadi komponen-komponen yang terukur ini kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang kemudian dijawab oleh responden. Skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert positif:

Tabel 3.2

Skala Likert (Pernyataan Positif)

No	Skala Likert	Keterangan	Skor
1	STS	Sangat Tidak Setuju	1
2	TS	Tidak Setuju	2
3	N	Netral	3
4	S	Setuju	4
5	SS	Sangat Setuju	5

Dimana:

STS : Sangat tidak setuju, apabila responden memilih sangat tidak setuju maka akan diberi skor 1.

TS : Tidak Setuju, apabila responden memilih tidak setuju diberi skor 2.

N : Netral, apabila responden memilih ini akan diberi skor 3.

S : Setuju, apabila responden memilih setuju maka akan diberi skor 4.

SS : Sangat setuju, apabila responden memilih sangat setuju ini akan diberi skor 5.

3.7 Metode Analisis

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil kuesioner, catatan lapangan observasi, dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan dan membuat kesimpulan yang dapat di pahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS (*Statistica Product and Service Solutions*).

3.7.1 Pengujian Kualitas Instrumen (Kuesioner)

3.7.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dari alat ukur yang digunakan yaitu kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah kuesioner. Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan

item. Uji validitas membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk mencari degree of freedom (df)= $n-2$ dengan α 0,05. Jika r hitung lebih besar r tabel dan nilai r positif maka butiran pernyataan tersebut dikatakan valid. Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka butir pernyataan atau variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka butiran pernyataan atau variabel tersebut tidak valid.

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah dengan mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach alpha $>$ 0.60. Menurut Sunyoto, (2013:141) kriteria dalam penilaian uji reliabilitas adalah sebagai berikut: 1. Apabila hasil koefisien alpha lebih besar dari taraf signifikan 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut reliabel. 2. Apabila hasil koefisien alpha lebih kecil dari taraf signifikan 60% atau 0,60 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, dan uji autokorelasi.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independent dan keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan normal probability plot (P-P Plot). Suatu variabel dapat dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal (Ghozali, 2016:154). Pengujian normalitas pada model regresi yang dibuat menggunakan nilai error term. Pada prinsipnya deteksi normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal probability plot. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut: 1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. 2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram maka tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas menguji korelasi antar variabel bebas (manfaat, kepercayaan, dan kemudahan) pada model regresi.

Uji multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Adapun kriteria dari uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai Tolerance $> 0,1$ dan Variance Inflation Factors (VIF) < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.
2. Bila nilai Tolerance $< 0,1$ dan Variance Inflation Factors (VIF) > 10 , maka dapat disimpulkan terjadi gejala multikolinieritas antar variabel independen pada model regresi.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan menggunakan uji glejser dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2016:137). Kriteria pengambilan keputusan untuk uji glejser antara lain sebagai berikut:

1. Bila nilai signifikansi $> 0,05$ dapat disimpulkan data homoskedastisitas.
2. Bila nilai signifikansi $< 0,05$ dapat disimpulkan data homoskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yang terdiri manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap variabel dependen yaitu keputusan membayar ziswaf melalui BSI Mobile pada model regresi penelitian.

Adapun rumus yang digunakan pada regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan membayar ZISWAF melalui BSI mobile

X1 = Manfaat

X2 = Kepercayaan

X3 = Kemudahan

a = Konstan

b1, b2, b3, b4 = Koefisien regresi variabel bebas

e = standard error

3.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji statistik t, dan uji koefisien determinasi.

3.8.1 Uji Parsial (Individu)

Uji parsial atau uji statistic t ini, digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dari hipotesis yang telah dirumuskan, maka dalam penelitian ini uji signifikan parameter individual (uji t) menggunakan pengujian dua arah (two tail test). Peneliti disini menggunakan pengujian dua arah karena H_a merupakan hipotesis komposit dua arah yang bisa menunjukkan bahwa variabel independen dapat berpengaruh negatif atau positif terhadap variabel dependen. Maka dari itu untuk menunjukkan masing-masing variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, ditetapkan kriteria pengambilan keputusannya, adapun kriteria pengambilan keputusannya yaitu:

1. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka berarti semua variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau $T_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Maka berarti semua variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

3.8.2 Uji Simultan (Bersama-sama)

Uji simultan atau uji Statistik F, dilakukan untuk melihat apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam

model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh manfaat (X1), kepercayaan (X2), kemudahan penggunaan (X3) terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI mobile. Untuk menguji hipotesis ini maka menggunakan kriteria dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak, dapat diartikan bahwa semua variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima, dapat diartikan bahwa semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam memerankan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1. Jika nilai R^2 yang kecil maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:95).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi BSI Mobile platform bank BSI yang pernah melakukan transaksi ZISWAF, nasabah yang dipilih merupakan masyarakat kota Banda Aceh di 9 kecamatan. Penyebaran kuesioner secara langsung kepada mereka dengan menggunakan aplikasi platform google android atau mengirimkan link pada masing-masing smartphone dengan jumlah 50 pengguna yang memenuhi kriteria sampel penelitian untuk dijadikan responden. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu menjelaskan data responden seperti: karakteristik responden seperti jenis kelamin, umur, pekerjaan, alamat domisili.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	- Laki-Laki	20	40.0
	- Perempuan	30	60.0
	Jumlah	50	100.0
2	Umur		
	- 21-25 Tahun	17	34.0
	- 26-30 Tahun	26	52.0
	- >30 Tahun	7	14.0
	Jumlah	50	100.0
3	Pekerjaan		
	- ASN	23	46.0
	- Wirausaha	27	54.0

	Jumlah	50	100.0
4	Alamat Domisili		
	- Baiturrahman	7	14.0
	- Kuta Alam	3	6.0
	- Meuraxa	4	8.0
	- Syiah Kuala	17	34.0
	- Lueng Bata	4	8.0
	- Kuta Raja	4	8.0
	- Banda Raya	1	2.0
	- Jaya Baru	4	8.0
	- Ulee Kareng	6	12.0
	Jumlah	50	100.0

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 50 responden penelitian terdapat karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terdiri atas dua yakni laki-laki dan perempuan. Responden laki-laki 20 (40,0%) dan responden perempuan 30 (60,0%). Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini didominasi oleh perempuan.

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan umur dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 50 responden terdapat karakteristik responden berdasarkan umur yakni berkisar 21-25 tahun sebanyak 17 orang (34,0%), umur antara 26-30 tahun sebanyak 26 orang (52,0%), umur responden diatas 31 tahun

sebanyak 7 orang (14,0%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa kategori umur 26-30 tahun yang lebih dominan di antara yang lain. Sehingga dapat diidentifikasi bahwa banyak kalangan milenial yang mengisi angket penelitian.

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 50 responden terdapat karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan responden yakni Aparatur Sipil Negara (ASN) sebanyak 23 orang (46,0%), dan sebagai wirausaha sebanyak 27 orang (54,0%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa jenis pekerjaan kalangan milenial di kota Banda Aceh yang melakukan transaksi ziswaf di BSI Mobile adalah banyak yang bekerja sebagai wirausaha.

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Domisili

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan Alamat domisili dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 50 responden terdapat karakteristik responden berdasarkan alamat domisili responden yakni kecamatan Baiturrahman sebanyak 7 orang (14,0%), Kuta Alam sebanyak 3 orang (6,0%), Meuraxa sebanyak 4 orang (8,0%), Syiah Kuala sebanyak 17 orang (34,0%), Lueng Bata sebanyak 4 orang (8,0%), Kuta Raja sebanyak 4 orang (8,0%), Banda Raya hanya seorang (2,0%), Jaya Baru sebanyak 4

orang (8,0%), dan Ulee Kareng sebanyak 6 orang (12,0%). Hal ini dapat disimpulkan bahwa dominan kalangan milenial di kota Banda Aceh yang melakukan transaksi ZISWAF di BSI Mobile berasal dari domisili Syiah Kuala.

4.2 Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membayar ZISWAF di BSI Mobile pada masyarakat milenial kota Banda Aceh. Berdasarkan hasil jawaban dari 50 responden terhadap variabel penelitian yang dikelompokkan menjadi satu kategori yang digunakan dalam jawaban yang diberikan dalam skala likert. Dari 21 pertanyaan yang diajukan menghasilkan skor paling sering muncul (modus) untuk setiap pertanyaan.

4.2.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Manfaat (X₁)

Deskriptif analisis jawaban responden mengenai variabel manfaat yang digunakan dalam model penelitian ini pada Tabel 4.2:

Tabel 4.2

Tanggapan Responden terhadap Variabel Manfaat (X₁)

No	Item Pernyataan	Penilaian					
		STS	TS	N	S	SS	Mean
1	Saya merasa dengan adanya Fitur Berbagi-Ziswaf dapat menyalurkan ZISWAF lebih cepat	0	2	2	28	18	4,24

	daripada ke kantor cabang.						
2	Dengan adanya Aplikasi BSI Mobile, menyalurkan ZISWAF dapat dilakukan dimanapun.	0	1	1	14	34	4,62
3	Informasi yang disampaikan jelas dan saya dapat memahami cara penyaluran ZISWAF melalui BSI Mobile.	0	0	9	26	15	4,12
Mean							4,32

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa perhitungan rata-rata variabel manfaat adalah bernilai 4 maknanya bahwa responden merasakan “Setuju” pada pernyataan variabel manfaat. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan pada variabel manfaat pada umumnya responden menjawab setuju.

4.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan (X₂)

Deskriptif analisis jawaban responden mengenai variabel kepercayaan yang digunakan dalam model penelitian ini pada Tabel 4.3:

Tabel 4.3

Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan (X₂)

No	Item Pernyataan	Penilaian					
		STS	TS	N	S	SS	Mean
1	Saya yakin penyaluran ZISWAF pada BSI Mobile tepat sasaran.	1	1	9	19	20	4,12
2	BSI Mobile merupakan salah satu aplikasi yang memiliki fitur untuk mengumpulkan dan menyalurkan ZISWAF yang terpercaya.	0	0	6	20	24	4,36
3	Penyampaian informasi dalam pengumpulan dan penyaluran dana ZISWAF pada Aplikasi BSI Mobile sangat baik.	0	1	3	19	26	4,18
4	Aplikasi BSI Mobile merupakan bentuk kepedulian Bank BSI kepada Masyarakat atau muzakki untuk memudahkan penyaluran ZISWAF.	0	2	3	19	26	4,38
5	Aplikasi BSI mobile memberikan panduan yang jelas melalui fitur yang tersedia.	0	1	5	26	18	4,22
6	Aplikasi BSI Mobile memiliki citra yang baik di Masyarakat.	1	4	12	16	17	3,88
Mean							4,19

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa perhitungan rata-rata untuk variabel kepercayaan adalah sebesar 5 maknanya bahwa responden merasakan “Sangat Setuju” pada pernyataan variabel kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan pada kepercayaan pada umumnya responden menjawab sangat setuju.

4.2.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan (X₃)

Deskriptif analisis jawaban responden mengenai variabel kemudahan penggunaan yang digunakan dalam model penelitian ini pada Tabel 4.4:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden terhadap Variabel Kemudahan Penggunaan (X₃)

No	Item Pernyataan	Penilaian					
		STS	TS	N	S	SS	Mean
1	Penyaluran ZISWAF melalui aplikasi BSI Mobile sangat mudah dan aksesnya cepat.	0	0	8	21	21	4,26
2	Aplikasi BSI Mobile mudah dipahami penggunaannya untuk menyalurkan ziswaf pada fitur Berbagi-Ziswaf.	1	0	8	19	22	4,22
3	Penyaluran ZISWAF melalui aplikasi BSI	1	0	8	22	19	4,16

	Mobile mudah dipahami.						
4	Penyaluran ZISWAF dapat meningkatkan pemahaman mengenai teknologi.	0	1	4	20	25	4,38
5	Penyaluran ZISWAF melalui aplikasi BSI mobile tidak memerlukan banyak usaha.	0	1	3	23	23	4,36
6	Menyalurkan ZISWAF pada fitur Berbagi-Ziswaf di BSI mobile dapat dilakukan kapan dan dimana saja.	0	1	2	15	32	4,56
Mean							4,32

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa perhitungan rata-rata untuk variabel kemudahan penggunaan adalah sebesar 5 maknanya bahwa responden merasakan “Sangat Setuju” pada pernyataan variabel kemudahan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan pada kemudahan penggunaan pada umumnya responden menjawab sangat setuju.

4.2.4 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Membayar ZISWAF di BSI Mobile (Y)

Deskriptif analisis jawaban responden mengenai variabel keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile yang digunakan dalam model penelitian ini pada Tabel 4.5:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden terhadap Keputusan Membayar
ZISWAF
di BSI Mobile (Y)

No	Item Pernyataan	Penilaian					
		STS	TS	N	S	SS	Mean
1	BSI Mobile menawarkan Fitur Berbagi-Ziswaf untuk mengatasi kesulitan Masyarakat dalam menyalurkan ZISWAF.	0	1	5	24	20	4,26
2	Nasabah memahami informasi yang terdapat pada Fitur Berbagi-Ziswaf.	1	2	8	21	18	4,06
3	Fitur Berbagi-Ziswaf menyediakan pilihan lembaga untuk menyalurkan dana ZISWAF.	0	0	11	17	22	4,22
4	Nasabah setuju untuk menyalurkan ZISWAF melalui BSI Mobile.	0	0	9	19	22	4,26
5	Aplikasi BSI mobile salah satu sarana yang menjadi pilihan saya dalam menyalurkan ZISWAF.	0	0	7	19	24	4,34
6	Saya merasa puas setelah menyalurkan ZISWAF melalui aplikasi BSI mobile.	0	1	12	14	23	4,18
Mean							4,22

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa perhitungan rata-rata untuk variabel keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile adalah sebesar 5 maknanya bahwa responden merasakan “Sangat Setuju” pada pernyataan variabel keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile. Hal ini menunjukkan bahwa item pernyataan pada umumnya responden menjawab sangat setuju.

4.3 Analisis Kualitas Instrumen

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan atau keabsahan suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dari hasil output dengan r tabel yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23, dimana suatu pernyataan kuesioner dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dinyatakan valid, namun, sebaliknya jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel atau responden dengan $df = 50-2$ atau $df = 48$ dan taraf signifikan adalah 0,05 sehingga diperoleh hasil untuk r tabel = 0,278.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan Valid
1	Manfaat (X ₁)	1	0,812	0,278	0,000
		2	0,784	0,278	0,000
		3	0,787	0,278	0,000
2	Kepercayaan (X ₂)	1	0,725	0,278	0,000
		2	0,808	0,278	0,000
		3	0,789	0,278	0,000
		4	0,638	0,278	0,000
		5	0,759	0,278	0,000
		6	0,744	0,278	0,000
3	Kemudahan Penggunaan (X ₃)	1	0,810	0,278	0,000
		2	0,791	0,278	0,000
		3	0,762	0,278	0,000
		4	0,802	0,278	0,000
		5	0,764	0,278	0,000
		6	0,729	0,278	0,000
4	Keputusan Membayar ZISWAF (Y)	1	0,768	0,278	0,000
		2	0,766	0,278	0,000
		3	0,756	0,278	0,000
		4	0,776	0,278	0,000
		5	0,757	0,278	0,000
		6	0,814	0,278	0,000

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil yang diberikan kepada 50 responden dengan 21 pernyataan yang terbagi menjadi 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat yaitu variabel manfaat (X₁) sebanyak 3 pernyataan, variabel kepercayaan (X₂) sebanyak 6 pernyataan, variabel kemudahan penggunaan (X₃) sebanyak 6 pernyataan, dan

sebanyak 6 pernyataan untuk variabel keputusan membayar ZISWAF melalui aplikasi BSI Mobile (Y). Hasil uji validitas setiap indikator variabel untuk nilai r hitung $> r$ tabel yaitu 0,278, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan untuk variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y dinyatakan valid atau sah.

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menentukan seberapa konsisten hasil dari pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih pada kelompok yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Butir pertanyaan kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach'alpha $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach' alpha $< 0,60$. Adapun hasil uji reliabilitas instrument pertanyaan menggunakan SPSS 23 dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach' Alpha	Keterangan
1	Manfaat (X_1)	0,707	Handal
2	Kepercayaan (X_2)	0,828	Handal
3	Kemudahan Penggunaan (X_3)	0,866	Handal
4	Keputusan Membayar ZISWAF di BSI Mobile (Y)	0,863	Handal

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

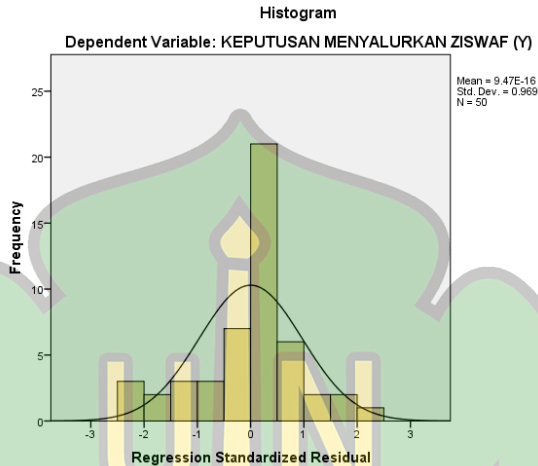
Dari keterangan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa seluruh variabel manfaat, kepercayaan, kemudahan penggunaan terhadap keputusan membayar ZISWAF di BSI Mobile memiliki nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pernyataan pada setiap variabel dinyatakan reliabel (handal) karena memiliki nilai Alpha Cronbach $> 0,60$.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Hasil Uji Normalitas

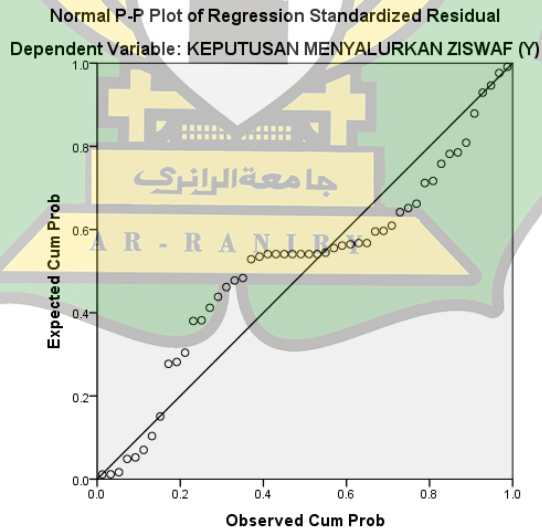
Uji Normalitas, untuk menilai apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal pada sebuah kelompok data atau variabel (Riyanto & Hatmawan, 2020:137). Menurut Sufren dan Natanael (2013:102) uji normalitas sebagai suatu usaha untuk menentukan apakah data yang kita miliki mempunyai kurva normal atau tidak. Data yang terdistribusi normal yaitu data yang mempunyai kurva normal pada Gambar 4.1 Histogram berbentuk lonceng terbalik begitu juga pada Gambar 4.2 P-Plot juga mengidentifikasikan bahwa data terdistribusi normal dengan data tidak menjauhi garis diagonal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas (Histogram)



Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas (P-Plot)



Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi diantara variabel bebas (independen) pada model regresi yang ditentukan. Penelitian ini dilakukan pengujian dengan melihat nilai toleran dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel. Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Jadi hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.8.

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Manfaat (X ₁)	0,469	2,131	Non Multikolinearitas
Kepercayaan (X ₂)	0,254	3,935	Non Multikolinearitas
Kemudahan Penggunaan (X ₃)	0,226	4,418	Non Multikolinearitas

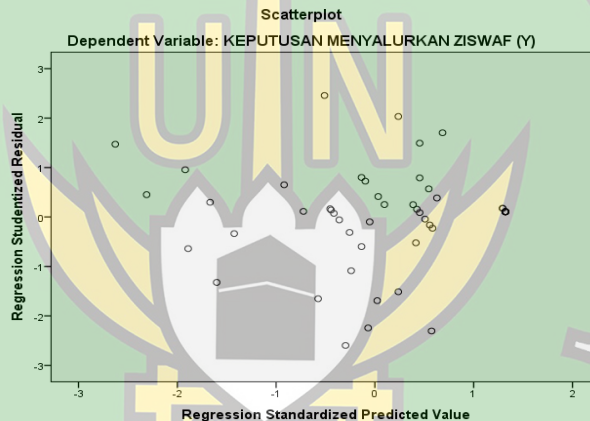
Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.8 menunjukkan bahwa seluruh nilai tolerance $> 0,10$ (dengan X₁ = 0,469; X₂ = 0,254; X₃ = 0,226) maka dapat dikatakan diantara variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas dan begitu juga untuk hasil pengujian nilai VIF dari seluruh variabel X < 10 (dengan X₁ = 2,131; X₂ = 3,935; X₃ = 4,418), baik nilai tolerance maupun nilai VIF menunjukkan hasil variabel tidak terjadinya multikolinearitas.

4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil pengujian uji heteroskedastisitas, digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain atau dinamakan dengan homoskedastisitas. Model regresi dikatakan dapat memenuhi ketentuan, hal ini membuktikan bahwa data dari semua variabel terdistribusi secara normal.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)



Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Heteroskedastisitas merupakan indikasi bahwa varian antar residual tidak homogen yang mengakibatkan nilai taksiran yang diperoleh tidak lagi efisien. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat data terdistribusi dengan menjauhi atau distribusi merata tidak mendekati satu sama lain antar data distribusi (Gambar 4.3).

4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan membayar ZISWAF di BSI mobile pada kalangan masyarakat kota Banda Aceh, serta untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Hasil pengujian dari analisis regresi linear berganda ditunjukkan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabl e	Coeffic ient	t- Stati stic	Si g.
Constant	-0.413	- 0.23 8	0. 81 3
Manfaat (X1)	0.097	0.52 3	0. 60 4
Keperca yaan (X2)	0.546	4.82 3	0. 00 0
Kemuda han Penggun aan (X3)	0.415	3.35 0	0. 00 2

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.9 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS 23 maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = - 0,413 + 0,097 X1 + 0,546 X2 + 0,415 X3 + e$$

Model persamaan pada Tabel 4.5 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta yaitu $-0,413$, angka ini menunjukkan bahwa jika variabel manfaat (X_1), kepercayaan (X_2) dan kemudahan (X_3) bernilai nol, maka nilai variabel keputusan masyarakat membayar ZISWAF melalui BSI Mobile (Y) sebesar $-0,413$.
- b. Besarnya koefisien regresi b_1 yaitu $0,097$, hal ini menunjukkan bahwa jika meningkatnya variabel manfaat (X_1) sebesar 1 satuan maka keputusan membayar ZISWAF di BSI Mobile akan meningkat pula sebesar $0,097$ ($9,7\%$).
- c. Besarnya koefisien regresi b_2 yaitu $0,546$, hal ini menunjukkan bahwa jika meningkatnya variabel kepercayaan (X_2) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan membayar ZISWAF di BSI Mobile sebesar $0,546$ ($54,6\%$).
- d. Besarnya koefisien regresi b_3 adalah $0,415$, hal ini menunjukkan bahwa jika meningkatnya variabel kemudahan penggunaan (X_3) sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan membayar ZISWAF di BSI Mobile $0,415$ ($41,5\%$).

4.5.1 Hasil Pembuktian Hipotesis

4.5.1.1 Hasil Uji Secara Parsial

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari perhitungan didapatkan nilai t tabel sebesar $2,013$ yang diperoleh dari $df = n - k = 50 - 4 = 46$ (dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah sampel). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung $< t$ tabel atau nilai probabilitas (signifikansi) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika nilai t hitung $> t$ tabel atau nilai probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

Berdasarkan Tabel 4.9 diperoleh nilai t hitung manfaat (X_1) sebesar 0,523 yang berarti lebih kecil dari t tabel 2,013 dengan nilai probabilitas signifikan $0,604 > 0,05$, artinya variabel manfaat secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF di BSI Mobile. Maka dalam penelitian ini H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar ZISWAF melalui BSI Mobile.

Nilai t hitung kepercayaan (X_2) sebesar 4,823 yang lebih besar dari t tabel 2,013 dengan probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, artinya variabel kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan membayar ZISWAF di BSI Mobile. Maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga tingkat kepercayaan masyarakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile.

Nilai t hitung kemudahan penggunaan (X_3) sebesar 3,350 yang lebih besar dari t tabel 2,013 dengan probabilitas signifikan $0,002 < 0,05$, artinya variabel kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan membayar ZISWAF di BSI

Mobile. Maka dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga tingkat kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar ZISWAF melalui BSI Mobile.

4.5.1.2 Hasil Uji Secara Simultan

Uji bersama-sama (simultan) pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau bebas yang secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji simultan dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan untuk degree of freedom (df)= $n-k-1$ dengan tingkat signifikan 5% (0,05) yang memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (signifikan) $< 0,05$ atau nilai F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti berpengaruh secara simultan.
2. Jika probabilitas (signifikan) $> 0,05$ atau nilai F hitung $< F$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan.

Tabel 4.10
Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	576.487	3	192.162	91.703	.000 ^b
	Residual	96.393	46	2.095		
	Total	672.880	49			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)

b. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X3), MANFAAT (X1), KEPERCAYAAN (X2)

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 yang diperoleh dari hasil uji simultan dapat dilihat nilai F hitung sebesar 91,703 dan F tabel sebesar 2,810 yang diperoleh dari $df = n - k - 1 = 50 - 3 - 1 = 46$ (dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah sampel), dengan nilai signifikan 0,000. Bahwa nilai F hitung $>$ F tabel atau $91,703 > 2,810$ dan pada nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$, maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya semua variabel independent atau variabel manfaats (X1), kepercayaan (X2) dan kemudahan (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan masyarakat membayar ZISWAF melalui BSI Mobile (Y).

4.5.2 Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi atau dapat menjelaskan varian variabel dependen. Dengan demikian hasil uji determinasi (R²) dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.857	.847	1.448

a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X3), MANFAAT (X1), KEPERCAYAAN (X2)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)

Sumber: Data Primer, 2024 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi Adjusted R Square (R^2) sebesar 0,847 yang masuk dalam kategori (R^2) sebesar $> 0,84$ substansial (Chin, 1998). Hal ini berarti 84,0% variabel dependen berupa keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile dapat dipengaruhi oleh variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan, sedangkan sisanya sebesar 16,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam kajian model penelitian ini.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Manfaat terhadap Keputusan Membayar ZISWAF Melalui BSI Mobile

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda pada pengujian hipotesis menunjukkan hasil bahwa manfaat (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF di BSI Mobile (Y). Variabel manfaat memperoleh nilai t hitung 0,523 lebih kecil dari nilai t tabelnya 2,013 dan tingkat signifikansi yang lebih besar dari alpha 0,05 ($0,604 >$

0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel manfaat yang signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar ZISWAF melalui BSI Mobile. Maka hipotesis pertama yang diajukan berupa hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan sebaliknya menerima hipotesis nol (H_o) berdasarkan ketentuan. Temuan penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Febriyanti, dkk (2024). Dalam mengambil keputusan, manfaat merupakan salah satu komponen penting yang menjadi pertimbangan, namun pada kenyataannya manfaat tidak selalu memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile. Pada umumnya, faktor kepercayaan, pemahaman dan kemudahan penggunaan lebih berpengaruh terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile. Pada penelitian ini hasil yang tidak berpengaruh secara signifikan juga dapat disebabkan oleh manfaat yang dirasakan dapat dipengaruhi karena responden tidak bisa menikmati kegunaan atau penggunaan suatu aplikasi atau karena responden ketika menggunakan aplikasi cukup mengikutinya saja tren tanpa melihat manfaat dari sistem tersebut.

Adanya fenomena ini tentunya tidak dapat dibiarkan begitu saja, diharapkan dari pihak lembaga keuangan agar dapat mencari solusi untuk meningkatkan sistem *Mobile Banking* agar dapat bermanfaat bagi nasabah. Kurangnya manfaat dapat menyebabkan minimnya penyaluran ZISWAF melalui BSI Mobile. Hal ini, dikhawatirkan akan menimbulkan perselisihan dimasa depan. Karena pada dasarnya hadirnya BSI Mobile demi mendukung

segala transaksi secara online, dimana para nasabah bisa dengan tenang menitipkan kepercayaannya kepada lembaga keuangan untuk menyalurkan ZISWAF.

Berdasarkan kajian tersebut dapat diketahui bahwa masyarakat kota Banda Aceh masih banyak yang menganggap membayar ZISWAF melalui BSI Mobile tidak bermanfaat. Hal ini disebabkan oleh preferensi untuk menyalurkan secara langsung melalui lembaga amil yang lebih dikenal. Selain itu, bagi sebagian orang, pengalaman menggunakan aplikasi tersebut mungkin kurang memuaskan atau kurang praktis dibandingkan dengan cara lain untuk menyalurkan ZISWAF.

4.6.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Membayar ZISWAF Melalui BSI Mobile

Menurut Gunawan dalam Jefryansyah & Muhajirin (2020) mendefinisikan kepercayaan sebagai sikap yang menunjukkan rasa suka serta kemauan untuk tetap bertahan dalam menggunakan suatu produk atau merek tertentu. Peneliti mengartikan kepercayaan sebagai sikap atau perilaku yang menunjukkan kecintaan seseorang terhadap sesuatu, sehingga ia mau menggunakan produk tersebut secara terus-menerus.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda pada pengujian hipotesis, uji statistik secara parsial yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan memperoleh nilai t hitung sebesar $4.823 > t$ tabelnya $2,013$ dengan nilai sig. $0,000$. Maka hipotesis kedua yang diajukan berupa

hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima dan sebaliknya menolak hipotesis nol (H_o) berdasarkan ketentuan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel kepercayaan secara signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile pada masyarakat milenial kota Banda Aceh pada 9 kecamatan. Dalam memutuskan melakukan pembayaran ZISWAF melalui BSI Mobile kepercayaan merupakan salah satu komponen penting yang menjadi pertimbangan, namun pada kenyataannya kepercayaan tidak selalu memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile.

Berdasarkan kajian tersebut dapat diketahui bahwa tingkat kepercayaan masyarakat kota Banda Aceh kalangan milenial lebih cenderung melakukan menunaikan ZISWAF melalui aplikasi BSI Mobile sehingga dapat dikatakan meningkatkan penyaluran dana ZISWAF atau termasuk tinggi. Banyak kalangan masyarakat di kota Banda Aceh lebih sering membayar atau menyalurkan sendiri, secara kepercayaan konsumen terhadap internet pada *mobile banking* terjadi karena konsumen yang mulai terangsang kebutuhan dan rasa ingin tahu semakin banyak dalam pencarian informasi, untuk mendapatkan yang diinginkan. Yang menjadi perhatian utama pemasar adalah sumber-sumber informasi yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh yang kuat tiap sumber tersebut terdapat keputusan. Sehingga dengan begitu dapat menjaga kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan dan terus meningkat.

Kajian ini konsisten dengan sebelumnya yang diteliti oleh Muzdalipah dan Mahmudi (2023) menemukan bahwa secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan membayar infaq melalui BSI Mobile terhadap kalangan milenial di Yogyakarta. Bahri, Suhaeti, dan Nasution (2021) menemukan menunjukkan bahwa kepercayaan, religiusitas, dan pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan muzakki untuk menyalurkan zakat melalui LAZ Zakat Sukses, langsung melalui platform bank BSI karena aplikasi yang ada menyediakan rekening badan amil, sehingga nasabah percaya terhadap apa yang diputuskan terhadap pilihan alternative. Sehingga kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui aplikasi BSI Mobile di kota Banda Aceh.

4.6.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Membayar ZISWAF Melalui BSI Mobile

Kemudahan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Faktor kemudahan akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat dan pelayanannya. Davis dalam Agustiningrum dan Anjarwati, (2021) menyatakan kemudahan sebagai pengoperasian suatu sistem yang memiliki tingkat kemudahan untuk dilakukan seseorang dalam melakukan berbagai hal. Sehingga kemudahan pengguna dapat menjaga keunggulan produk dan layanan aplikasi BSI Mobile untuk masyarakat

menyampaikan keinginannya menyalurkan ZISWAF di jalan Allah untuk umat yang membutuhkan iuran tangan sesama. Mayoritas Kemudahan penggunaan yang tinggi menghasilkan kenyamanan yang lebih besar dan kemampuan pengguna untuk menggunakannya.

Berdasarkan hasil penelitian uji statistik secara parsial yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan memperoleh nilai t hitung $3.350 > t$ table $2,013$ dan nilai sig. $0,002$. Maka hipotesis ketiga yang diajukan berupa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima dan sebaliknya menolak hipotesis nol (H_o) berdasarkan ketentuan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel kemudahan penggunaan secara signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile pada masyarakat milenial kota Banda Aceh pada 9 kecamatan.

Berdasarkan kajian tersebut dapat diketahui bahwa tingkat kemudahan penggunaan masyarakat kota Banda Aceh lebih mudah menunaikan ZISWAF melalui aplikasi BSI Mobile sehingga dapat dikatakan meningkatkan penyaluran dana ZISWAF atau termasuk tinggi. Nasabah milenial lebih cenderung membayar atau menyalurkan sendiri secara langsung melalui platform bank BSI karena aplikasi yang ada menyediakan rekening badan amal, sehingga nasabah lebih mudah untuk mengakses pilihan yang akan disalurkan. Tingkat kemudahan pengguna dapat meningkatkan keputusan masyarakat menyalurkan ZISWAF melalui aplikasi BSI Mobile.

Kajian ini konsisten dengan sebelumnya yang diteliti oleh Muzdalipah dan Mahmudi (2023) menemukan bahwa secara parsial kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan menyalurkan ZISWAF melalui BSI Mobile, sedangkan penelitian Srikandi, dkk (2022) tentang determinan bertransaksi menggunakan fitur berbagi-ziswaf pada BSI mobile, tidak menemukan pengaruh variabel kemudahan penggunaan terhadap penggunaan fitur berbagi-ziswaf pada mobile banking BSI.

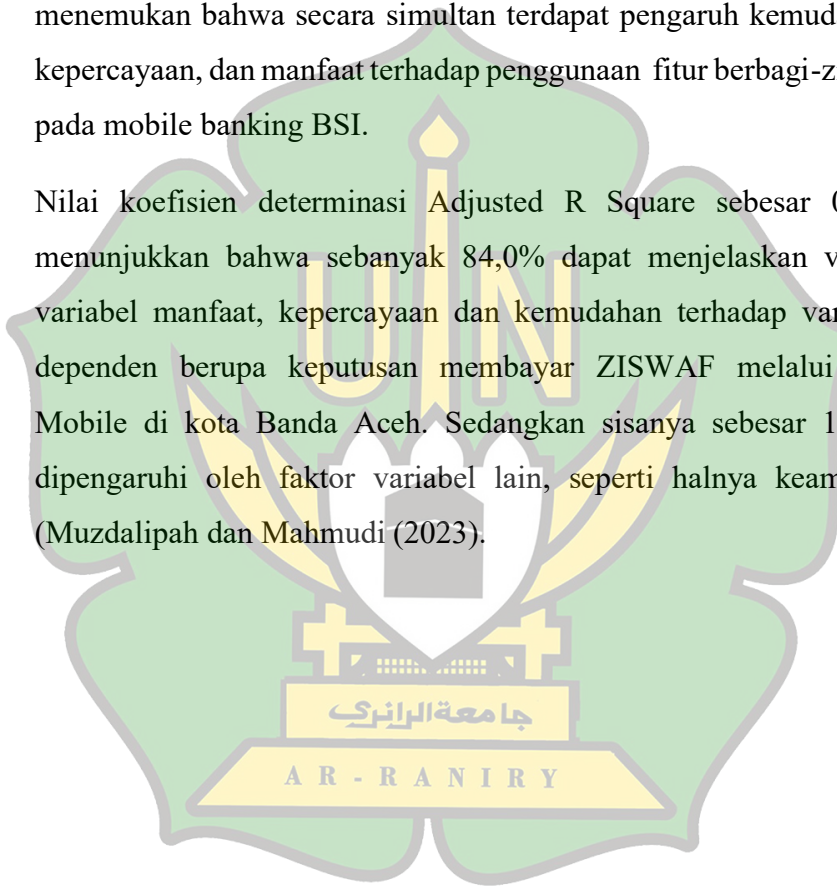
4.6.4 Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Secara Bersama-sama terhadap Keputusan Membayar ZISWAF Melalui BSI Mobile

Hasil perhitungan uji simultan (Uji f) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 91,703. Nilai F tabel dalam penelitian ini adalah sebesar 2,810. Nilai signifikan yang diperoleh dari hasil uji f adalah 0,000. Oleh karena itu maka dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk membayar ZISWAF melalui BSI Mobile.

Jadi, keputusan masyarakat untuk membayar ZISWAF melalui BSI Mobile sangat berpengaruh dan menjadi lebih mudah dikarenakan tidak banyak menyita waktu dan tenaga masyarakat untuk membayar ZISWAF. Kepercayaan masyarakat yang ingin membayar ZISWAF melalui BSI Mobile tersebut juga besar karena tingkat privasi dan pengamanan yang tidak diketahui orang banyak

melainkan kita sendiri yang ingin membayar ZISWAF. Sehingga banyak memberikan hal-hal positif bagi masyarakat yang ingin membayar ZISWAF melalui BSI Mobile. Kajian ini konsisten dengan sebelumnya yang diteliti oleh Srikandi, dkk (2022) menemukan bahwa secara simultan terdapat pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan manfaat terhadap penggunaan fitur berbagi-ziswaf pada mobile banking BSI.

Nilai koefisien determinasi Adjusted R Square sebesar 0,847 menunjukkan bahwa sebanyak 84,0% dapat menjelaskan varian variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan terhadap variabel dependen berupa keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile di kota Banda Aceh. Sedangkan sisanya sebesar 16,0% dipengaruhi oleh faktor variabel lain, seperti halnya keamanan (Muzdalipah dan Mahmudi (2023)).



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh temuan hipotesis, maka kesimpulan dari jawaban perumusan masalah sebelumnya mengenai pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan masyarakat menyalurkan ZISWAF melalui platform BSI Mobile, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile pada kalangan masyarakat kota Banda Aceh.
2. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile pada kalangan masyarakat kota Banda Aceh.
3. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile pada kalangan masyarakat kota Banda Aceh.
4. Manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar ZISWAF melalui BSI Mobile pada kalangan masyarakat kota Banda Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran Akademisi (Teoritis)

- a. Pihak akademisi dan peneliti selanjutnya dapat memberikan kontribusi mengenai pengembangan teori dan pengetahuan tentang ZISWAF dan kemudahan penggunaan aplikasi online berkaitan dengan perbankan syariah.
- b. Hasil kajian empiris dapat meningkatkan perilaku dan praktik-praktik ZISWAF secara online di Indonesia.

2. Saran Praktis (Operasional)

- a. Pihak instansi terkait diharapkan dapat lebih meningkatkan layanan dan membangun tingkat kepercayaan masyarakat agar senantiasa menyalurkan ZISWAF melalui BSI Mobile agar merata untuk menurunkan angka kemiskinan di Indonesia.
- b. Masyarakat lebih mudah memahami manfaat fasilitas ZISWAF BSI Mobile memberi makna kepuasan dalam meningkatkan keputusan menyalurkan ZISWAF di aplikasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiful Ichwan, R. A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 129-135.
- Agustiningrum, D., & Anjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3),896-906.
- Aliman Syahuri Zein, Delima Sari Lubis, Yuli Rahmadani Harahap. (2020). Efektivitas Kontribusi Ekonomi Islam Dalam Menghadapi Pandemi Virus Corona-19. *Journal Of Islamic Sosial Finance Management*, 80-81.
- Alfian, Mohammad dan Widodo, Nova Maulud. (2022). Faktor Penentu Keberhasilan Penggunaan Fintech dalam Pembayaran Zakat, Infaq, Shodaqoh (ZIS). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03),2651-2656.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya, Kementerian Agama RI, Jakarta: PT. Syamil Cipta Media.
- Ana Musta'anah, R. A. (2023). Studi Literatur: Hubungan Digitalisasi Zakat Terhadap Intensi. *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 1-14.
- Asegaf, M. M. (2020). Analisis Fatwa MUI Tahun 1982 tentang Mentasharufkan Dana Zakat untuk Kegiatan Produktif dan Kemaslahatan Umum (Perspektif Yusuf Qardhawi). *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 2(1), 1-20.
- Atabik, A. (2016). Peranan zakat dalam pengentasan kemiskinan. *ZISWAF: Jurnal Zakat Dan Wakaf*, 2(2), 339-361.

Badan Amil Zakat Nasional. (2023). Potensi Zakat Republik Indonesia.

Bahri, E. S., Suhaeti, A., & Nasution, N. (2021). Trust, Religiosity, Income, Quality of Accounting Information, and Muzaki Decision to Pay Zakat. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 9(1),39-58. <https://doi.org/10.35836/jakis.v9i1.217>.

BSI. (2021). bsi.co.id. Dipetik April 15, 2022, dari bankbsi web site: www.bankbsi.co.id

Devi Srikandi, N. S. (2022). Determinan Bertransaksi Menggunakan Aplikasi Berbagi Ziswaf Pada Bsi Mobile. *JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management*, 53 - 68.

Fadillah Nur Syafira, R. T. (2020). The Effect Of Religiosity And Trust On Intention To Pay In Ziswaf Collection Through Digital Payments. *JEBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 98 – 115.

Faizin, Rel. (2023). Makna dan Fungsi Zakat Dalam Islam.

Febiana, dkk (2022). Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah (ZIS), Kepercayaan, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia: Studi pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor pada Angkatan 2017-2018. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*.

Febriyanti, N., Wicaksana, R. S., Sahira, A. J., Susetyo, A. B., Nursyahidin, R., & Luthfiana, N. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Membayar Zakat Profesi Menggunakan Sistem Pembayaran Zakat Digital. *JURNAL ECONOMINA*, 3(4), 522–535. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i4.1280>

Fitriana Novi Ekacahyati, (2020). Analisis Preferensi Muzzaki Dalam Membayar Zakat Secara Online, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, Universitas Brawijaya, 8(2),12-20.

- Fitri, L., & Falikhatun, F. (2021). Religiosity, Literacy, Income and Accessibility to Awareness in Professional Zakah Payment: A Quantitative Study. *International Journal of Zakat*, 6(1), 39–48.
- Fudaili, & Azis. (2022) Analisis Tingkat Kepercayaan Muzakki Dalam Berzakat di LAZISNU Kecamatan Sambit. *JOIPAD : Journal of Islamic Philanthropy and Disaster*, 23-33.
- Handinisari, dkk (2023). Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking (BSI KCP Jalan Baru). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Ichwan, Afiful dan Ghofur. Ruslan Abdul. (2020). Pengaruh TAM Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Melalui Fintech Gopay, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2),129-135.
- Jaya, I.M.L.M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Jeffryansyah, & Muhajirin. (2020). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Secara Online. *TARGET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 2 No. 1, 85-94.
- Khairunnisa, Aziza Hanifa., Ningrum, Jahtu Widya., Huda, Nurul., & Nova Rini. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2),284-293.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),
- Linardi, Celine & Nur, Triasesiarta. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding, *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(2),249-267.

- Melati, A. N (2023). Pengaruh Kemudahan Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzakki Baznas Boyolali Menggunakan Layanan Zakat Online.
- Miftahuddin, & Hendarsyah, D. (2019). Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP Bengkalis dengan Bank Mandiri KC.Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8 (1), 16-32, 16-32.
- Muammar, A. Y. (2018). Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori ke Praktik. (Yogyakarta: Deepublish CV. Budi Utama).
- Muksal, H. F. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Aceh Syariah. *EKOBIS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH*, 26-33.
- Muzdalipah dan Mahmudi. (2023). Digitalisasi Perbankan Syariah: Penggunaan BSI Mobile di Era Generasi Milenial di Kota Yogyakarta. *Equilibrium* 12(1),12-21.
- Nurdin, Azizah, W. N., & Rusli. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah*. Vol. 2, No. 2, 199-222.
- Nurdin, dkk (2023). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 03(01).
- Pasolong, H. (2023). Teori Pengambilan Keputusan. CV ALFABETA.
- Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perbankan Digital oleh Bank Umum.

- Ramayani, dkk (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Ramayani, Kismawadi, Early Ridho., & Chalil, Rifyal Dahlawy Chalil. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *JIM*, 2(2),1-12
- Ramayani, S., Hadi, T. S., & Zulkifly, M. U. (2023). The Influence Of Religiosity, Knowledge, And Income On The Decision Of Muzakki Pay Zakat Mal In Baitul Mal Aceh Tamiang. *Journal of economic welfare, philanthropy, zakat and waqf*, 02(01).
- Riayu Putri Annisaa' & Susanto Romi. (2021). Penerapan M-Banking Dalam Meningkatkan Jasa Dan Layanan Perbankan Di PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Siteba. *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2013–2015.
- Ridwan, Ahmad Hasan. (2013). *Manajemen Baitul Mal Wa Tamwil*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rivani, A. (n.d.). Optimization of Zakat, Infaq, and Alms Collection through Fintech Crowdfunding in Indonesia. 318-325.
- Rofiq, Ahmad. (2014). *Fiqih Kontekstual: Dari Normative Ke Pemaknaan Social*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Rohmah, I., Ibdalsyah, & Kosim, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, dan Efektivitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqoh. *Jurnal Ekonomi Islam*, (13) 1, 42-51, 42-51.
- Siregar, A. (2021). *Determinan Membayar Zakat Melalui Mobile Banking Syariah*.
- Sitorus, Ropesta. (2022). Penyebab Pengumpulan Dana Zakat Masih Rendah, *Bisnis.com*.

- Srikandi, Devi., Nofinawati., dan Batubara, Sarmiana. (2022). Determinan bertransaksi Menggunakan Aplikasi Berbagi Ziswaf Pada BSI Mobile. *JISFIM: Journal of Islamic Social Finance Management*, 3(1),53-66.
- Sucy Ilhami Ali. (2018). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi.
- Sudarsono, Heri (2018). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta; Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2020). Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sulisdika, S. D., Syahrizal, T. M., & Nurlina, E. (2022). Determinasi Intensi Perilaku Muslim Kota Banda Aceh Berdonasi Melalui Digital Payment. *AT-TASRI' Jurnal Ilmiah Prodi Muamalah*. Vol. 14, No. 2, 87-99.
- Ummy Khaira Ramadhan. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan, Transparansi Terhadap Keputusan Donatur Dan Muzaki Dalam Membayar Zakat, Infak, Sedekah Melalui Platform E- Wallet.
- Windi Astuti, Budi P. (2021). Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior. *AL-MUZARA'AH*, 21-44.
- Yudin, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Syariah Indonesia Kc 3 Palangka Raya.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT, INFAQ, SEDEKAH DAN WAKAF MELALUI BSI MOBILE

Kepada Yth,

Bapak/Ibu Responden

Di Tempat,

Dengan Hormat

Saya mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (UINAR) Banda Aceh, yang sedang menyusun skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE). Diharapkan kesedian dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner yang terlampir.

Informasi yang diperoleh melalui kuesioner ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian (riset) dan tidak untuk kepentingan diluar riset, sehingga kerahasiaannya akan tetap terjaga sesuai dengan aturan etika penelitian. Responden diharapkan membaca setiap pertanyaan dengan baik dan menjawab dengan lengkap. Tidak ada jawaban yang salah atau benar dalam pilihan Bapak/Ibu/Saudara/i yang penting adalah memilih jawaban sesuai dengan pendapat anda rasakan dalam menggunakan Berbagi-Ziswaf pada Platform BSI Mobile.

Demikianlah permohonan saya, atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam meluangkan waktu untuk mengisi dan menyatakan pendapat dalam penelitian ini saya ucapkan terima kasih. Hormat peneliti, Putri Gebrina 200602050

A. Petunjuk

1. Bacalah dengan seksama pernyataan yang sudah disediakan, kemudian pilihlah salah satu dari lima pilihan sesuai dengan pendapat dan sikap anda terhadap pernyataan tersebut dengan memberi tanda ceklist (√) pada salah satu dari 5 (lima) pilihan jawaban yang tersedia.
 - a. Sangat Tidak Setuju (STS)
 - b. Tidak Setuju (TS)
 - c. Netral (N)
 - d. Setuju (TS)
 - e. Sangat Setuju (SS)
 2. Angket ini bukan merupakan tes. Tidak ada jawaban yang benar dan salah terhadap pernyataan yang anda jujur
 3. Diharapkan angket diisi dengan jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas partisipasinya dan kerja sama, saya ucapkan terima kasih.
- B. Identitas**

Nama (Boleh Inisial) :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pekerjaan :

Alamat :

C. Daftar Pernyataan

1. Manfaat (X_1)

No	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa dengan adanya Fitur Berbagi-Ziswaf dapat menyalurkan ziswaf lebih cepat daripada ke kantor cabang.					
2	Dengan adanya Aplikasi BSI Mobile, menyalurkan ziswaf dapat dilakukan dimanapun.					
3	Informasi yang disampaikan jelas dan saya dapat memahami cara penyaluran ziswaf melalui BSI Mobile.					

2. Kepercayaan (X_2)

4	Saya yakin penyaluran ziswaf pada BSI Mobile tepat sasaran.					
5	BSI Mobile merupakan salah satu aplikasi yang memiliki fitur untuk mengumpulkan dan menyalurkan ziswaf yang terpercaya.					

6	Penyampaian informasi dalam pengumpulan dan penyaluran dana ziswaf pada Aplikasi BSI Mobile sangat baik.					
7	Aplikasi BSI Mobile merupakan bentuk kepedulian Bank BSI kepada Masyarakat atau muzakki untuk memudahkan penyaluran ziswaf.					
8	Aplikasi BSI mobile memberikan panduan yang jelas melalui fitur yang tersedia.					
9	Aplikasi BSI Mobile memiliki citra yang baik di Masyarakat.					

3. Kemudahan Penggunaan (X_3)

10	Penyaluran ziswaf melalui aplikasi BSI Mobile sangat mudah dan aksesnya cepat.					
11	Aplikasi BSI Mobile mudah dipahami penggunaannya untuk menyalurkan ziswaf pada fitur Berbagi-Ziswaf.					
12	Penyaluran ziswaf melalui aplikasi BSI Mobile mudah dipahami.					

13	Penyaluran ziswaf dapat meningkatkan pemahaman mengenai teknologi.					
14	Penyaluran ziswaf melalui aplikasi BSI mobile tidak memerlukan banyak usaha.					
15	Menyalurkan ziswaf pada fitur Berbagi-Ziswaf di BSI mobile dapat dilakukan kapan dan dimana saja.					

4. Keputusan menyalurkan ZISWAF melalui BSI Mobile (Y)

16	BSI Mobile menawarkan Fitur Berbagi-Ziswaf untuk mengatasi kesulitan Masyarakat dalam menyalurkan ziswaf.					
17	Nasabah memahami informasi yang terdapat pada Fitur Berbagi-Ziswaf.					
18	Fitur Berbagi-Ziswaf menyediakan pilihan lembaga untuk menyalurkan dana ziswaf.					
19	Nasabah setuju untuk menyalurkan ziswaf melalui BSI Mobile.					

20	Aplikasi BSI mobile salah satu sarana yang menjadi pilihan saya dalam menyalurkan ziswaf.					
21	Saya merasa puas setelah menyalurkan ziswaf melalui aplikasi BSI mobile.					



Lampiran 2

Tabulasi Data

No	Karakteristik Responden			
	K1	K2	K3	K4
1	2	3	2	9
2	1	3	1	1
3	1	2	1	8
4	2	1	2	5
5	1	2	1	3
6	1	1	1	4
7	2	1	2	1
8	2	1	2	4
9	2	2	1	1
10	2	2	2	2
11	1	2	1	5
12	1	3	2	3
13	2	2	1	7
14	2	2	1	4
15	2	2	2	8
16	2	2	2	8
17	2	1	2	4
18	1	2	2	4
19	1	1	2	6
20	1	1	1	8
21	2	1	2	4
22	1	2	2	5
23	2	2	2	4
24	2	1	1	4
25	2	1	1	4
26	2	2	2	9
27	1	2	2	9
28	2	2	1	3
29	1	2	1	6
30	2	1	2	1
31	1	2	1	4
32	2	2	1	4

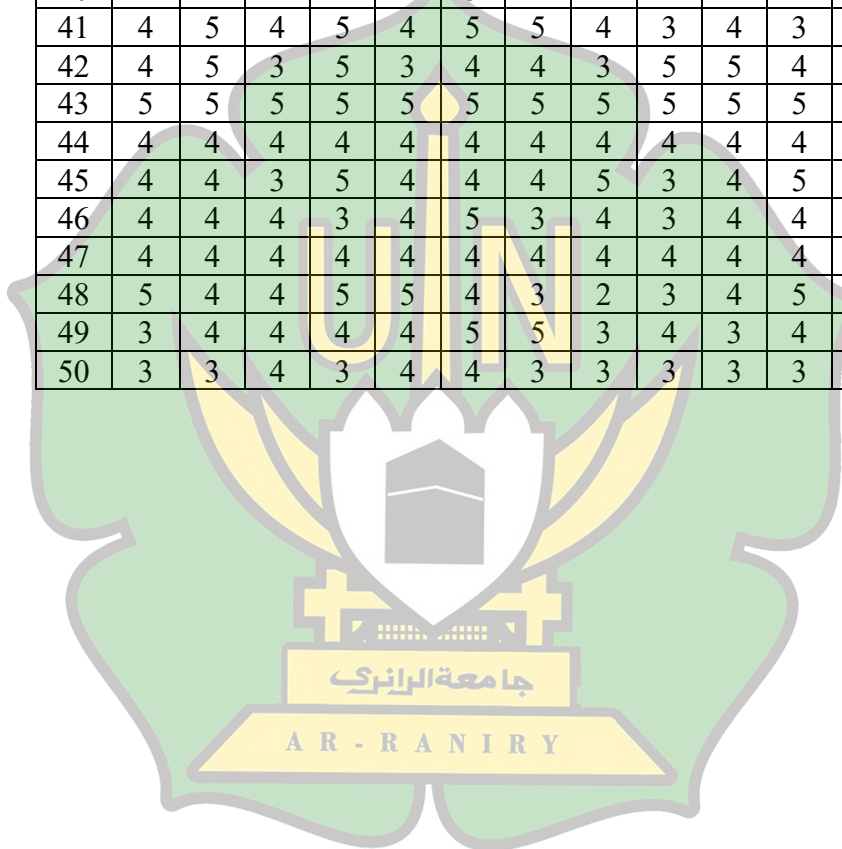
33	2	2	1	4
34	1	1	2	4
35	2	1	2	4
36	1	2	2	9
37	2	3	2	4
38	2	2	2	2
39	1	1	1	1
40	1	3	1	1
41	2	3	1	1
42	2	3	1	3
43	1	1	2	9
44	1	2	1	6
45	2	2	2	2
46	2	2	2	4
47	2	1	1	4
48	1	2	1	6
49	2	2	2	9
50	2	1	2	5

No	Manfaat(X ₁)			Kepercayaan (X ₂)					
	1	2	3	1	2	3	4	5	6
1	4	4	3	5	4	2	5	4	3
2	4	5	4	3	5	4	5	4	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	2	2	3	4	3	3	2	2	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	3	3	3	3	3	3	3	4	4
8	4	5	4	3	4	4	5	5	5
9	4	5	3	4	4	4	4	4	3
10	4	4	5	4	4	5	5	4	4
11	4	4	4	5	5	5	5	4	4
12	5	5	4	4	5	5	5	4	4
13	4	5	4	4	5	4	5	4	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5

16	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	4	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	1	5	5	5	5	1
20	4	4	4	4	4	4	4	4	3
21	4	5	5	5	5	4	5	4	3
22	4	5	5	5	4	5	4	5	4
23	4	5	5	5	4	4	5	5	4
24	4	5	4	4	5	5	4	5	4
25	5	5	5	4	4	4	5	5	4
26	4	5	4	4	4	4	4	4	5
27	4	5	4	5	5	4	4	4	4
28	4	5	4	4	5	4	5	4	4
29	4	5	4	4	5	4	4	4	4
30	4	5	4	4	5	4	4	4	3
31	4	4	4	5	5	5	4	4	3
32	4	5	4	5	5	4	5	5	4
33	2	5	4	3	3	3	2	3	3
34	4	5	5	5	4	4	4	5	5
35	4	4	4	3	4	4	5	4	3
36	5	5	4	3	4	3	4	3	2
37	4	4	4	2	3	3	4	3	2
38	4	4	3	3	3	3	4	3	2
39	5	5	4	5	5	5	5	5	5
40	4	5	4	4	4	4	4	4	3
41	4	5	3	5	4	5	3	4	5
42	5	4	3	4	5	4	5	4	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	5	4	4	4	4	4	3	5	5
46	5	5	3	4	4	4	4	4	3
47	4	5	4	4	4	4	4	4	4
48	3	4	3	3	4	4	5	4	3
49	5	5	4	5	5	5	5	3	3
50	4	4	4	3	3	3	4	4	2

No	Kemudahan Penggunaan (X ₃)						Keputusan Menyalurkan ZISWAF (Y)					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
2	4	3	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	3
5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
9	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3
10	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
11	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4
12	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
13	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	1	1	5	5	5	5	1	5	5	5	2
20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
21	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
22	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5
23	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
24	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
28	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
29	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4
30	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
31	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
32	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

34	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5
35	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4
36	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	3	3
37	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
38	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
41	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	3	5
42	4	5	3	5	3	4	4	3	5	5	4	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	3	5	4	4	4	5	3	4	5	3
46	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	4	3
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	5	4	4	5	5	4	3	2	3	4	5	4
49	3	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3
50	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3



Lampiran 3

Output SPSS

Frequencies

[K] Karakteristik Responden

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	LAKI-LAKI	20	40.0	40.0	40.0
	PEREMPUAN	30	60.0	60.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		Umur			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	21-25 Tahun	17	34.0	34.0	34.0
	26-30 Tahun	26	52.0	52.0	86.0
	>31 Tahun	7	14.0	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		Pekerjaan			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	ASN	23	46.0	46.0	46.0
	WIRAUSAHA	27	54.0	54.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Alamat Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BAITURRAHMAN	7	14.0	14.0	14.0
	KUTA ALAM	3	6.0	6.0	20.0
	MEURAXA	4	8.0	8.0	28.0
	SYIAH KUALA	17	34.0	34.0	62.0
	LUENG BATA	4	8.0	8.0	70.0
	KUTA RAJA	4	8.0	8.0	78.0
	BANDA RAYA	1	2.0	2.0	80.0
	JAYA BARU	4	8.0	8.0	88.0
	ULEE KARENG	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Frequencies

[x1] Manfaat

Saya merasa dengan adanya Fitur Berbagi-Ziswaf dapat menyalurkan ziswaf lebih cepat daripada ke kantor cabang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIDAK SETUJU	2	4.0	4.0	4.0
	NETRAL	2	4.0	4.0	8.0
	SETUJU	28	56.0	56.0	64.0
	SANGAT SETUJU	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Dengan adanya Aplikasi BSI Mobile, menyalurkan ziswaf dapat dilakukan dimanapun

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
NETRAL	1	2.0	2.0	4.0
SETUJU	14	28.0	28.0	32.0
SANGAT SETUJU	34	68.0	68.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Informasi yang disampaikan jelas dan saya dapat memahami cara penyaluran ziswaf melalui BSI Mobile

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NETRAL	9	18.0	18.0	18.0
SETUJU	26	52.0	52.0	70.0
SANGAT SETUJU	15	30.0	30.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Frequencies

[x2] Kepercayaan

Saya yakin penyaluran ziswaf pada BSI Mobile tepat sasaran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	4.0
NETRAL	9	18.0	18.0	22.0
SETUJU	19	38.0	38.0	60.0
SANGAT SETUJU	20	40.0	40.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

BSI Mobile merupakan salah satu aplikasi yang memiliki fitur untuk mengumpulkan dan menyalurkan ziswaf yang terpercaya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NETRAL	6	12.0	12.0	12.0
SETUJU	20	40.0	40.0	52.0
SANGAT SETUJU	24	48.0	48.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Penyampaian informasi dalam pengumpulan dan penyaluran dana ziswaf pada Aplikasi BSI Mobile sangat baik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
NETRAL	7	14.0	14.0	16.0
SETUJU	24	48.0	48.0	64.0

SANGAT SETUJU	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Aplikasi BSI Mobile merupakan bentuk kepedulian Bank BSI kepada Masyarakat atau muzakki untuk memudahkan penyaluran ziswaf

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	2	4.0	4.0	4.0
NETRAL	3	6.0	6.0	10.0
SETUJU	19	38.0	38.0	48.0
SANGAT SETUJU	26	52.0	52.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Aplikasi BSI mobile memberikan panduan yang jelas melalui fitur yang tersedia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
NETRAL	5	10.0	10.0	12.0
SETUJU	26	52.0	52.0	64.0
SANGAT SETUJU	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Aplikasi BSI Mobile memiliki citra yang baik di Masyarakat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
TIDAK SETUJU	4	8.0	8.0	10.0
NETRAL	12	24.0	24.0	34.0
SETUJU	16	32.0	32.0	66.0
SANGAT SETUJU	17	34.0	34.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Frequencies

[x3] Kemudahan Penggunaan

Penyaluran ziswaf melalui aplikasi BSI Mobile sangat mudah dan aksesnya cepat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NETRAL	8	16.0	16.0	16.0
SETUJU	21	42.0	42.0	58.0
SANGAT SETUJU	21	42.0	42.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Aplikasi BSI Mobile mudah dipahami penggunaannya untuk menyalurkan ziswaf pada fitur Berbagi-Ziswaf

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0

NETRAL	8	16.0	16.0	18.0
SETUJU	19	38.0	38.0	56.0
SANGAT SETUJU	22	44.0	44.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Penyaluran ziswaf melalui aplikasi BSI Mobile mudah dipahami

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
NETRAL	8	16.0	16.0	18.0
SETUJU	22	44.0	44.0	62.0
SANGAT SETUJU	19	38.0	38.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Penyaluran ziswaf dapat meningkatkan pemahaman mengenai teknologi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
NETRAL	4	8.0	8.0	10.0
SETUJU	20	40.0	40.0	50.0
SANGAT SETUJU	25	50.0	50.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Penyaluran ziswaf melalui aplikasi BSI mobile tidak memerlukan banyak usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
NETRAL	3	6.0	6.0	8.0
SETUJU	23	46.0	46.0	54.0
SANGAT SETUJU	23	46.0	46.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Menyalurkan ziswaf pada fitur Berbagi-Ziswaf di BSI mobile dapat dilakukan kapan dan dimana saja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
NETRAL	2	4.0	4.0	6.0
SETUJU	15	30.0	30.0	36.0
SANGAT SETUJU	32	64.0	64.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Frequencies

[Y] Keputusan Membayar ZISWAF

BSI Mobile menawarkan Fitur Berbagi-Ziswaf untuk mengatasi kesulitan Masyarakat dalam menyalurkan ziswaf

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
NETRAL	5	10.0	10.0	12.0

SETUJU	24	48.0	48.0	60.0
SANGAT SETUJU	20	40.0	40.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Nasabah memahami informasi yang terdapat pada Fitur Berbagi-Ziswaf

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
TIDAK SETUJU	2	4.0	4.0	6.0
NETRAL	8	16.0	16.0	22.0
SETUJU	21	42.0	42.0	64.0
SANGAT SETUJU	18	36.0	36.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Fitur Berbagi-Ziswaf menyediakan pilihan lembaga untuk menyalurkan dana ziswaf

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NETRAL	11	22.0	22.0	22.0
SETUJU	17	34.0	34.0	56.0
SANGAT SETUJU	22	44.0	44.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Nasabah setuju untuk menyalurkan ziswaf melalui BSI Mobile

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NETRAL	9	18.0	18.0	18.0
SETUJU	19	38.0	38.0	56.0
SANGAT SETUJU	22	44.0	44.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Aplikasi BSI mobile salah satu sarana yang menjadi pilihan saya dalam menyalurkan ziswaf

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NETRAL	7	14.0	14.0	14.0
SETUJU	19	38.0	38.0	52.0
SANGAT SETUJU	24	48.0	48.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Saya merasa puas setelah menyalurkan ziswaf melalui aplikasi BSI mobile

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	1	2.0	2.0	2.0
NETRAL	12	24.0	24.0	26.0
SETUJU	14	28.0	28.0	54.0
SANGAT SETUJU	23	46.0	46.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Correlations

[x1] Manfaat

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.474**	.437**	.812**
	Sig. (2-tailed)		.001	.002	.000
	N	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.474**	1	.432**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.000
	N	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	.437**	.432**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002		.000
	N	50	50	50	50
Total_X1	Pearson Correlation	.812**	.784**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50

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

Correlations

[x2] Kepercayaan

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_ X2
X2.1	Pearson	1	.476**	.444**	.220	.367**	.725**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.124	.009	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson	.476**	1	.700**	.648**	.501**	.808**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson	.444**	.700**	1	.441**	.579**	.789**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.001	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson	.220	.648**	.441**	1	.511**	.638**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.124	.000	.001		.000	.204
	N	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson	.367**	.501**	.579**	.511**	1	.759**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50
X2.6	Pearson	.591**	.400**	.447**	.183	.506**	.744**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.001	.204	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

Total_	Pearson							
X2	Correlation	.725**	.808**	.789**	.638**	.759**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

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

Correlations

[x3] Kemudahan Penggunaan

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_ X3
X3.1	Pearson	1	.527**	.500**	.664**	.665**	.810**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3.2	Pearson	.527**	1	.764**	.548**	.274	.791**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.054	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3.3	Pearson	.500**	.764**	1	.366**	.459**	.762**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.009	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3.4	Pearson	.664**	.548**	.366**	1	.616**	.802**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
X3.5	Pearson	.665**	.274	.459**	.616**	1	.764**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.054	.001	.000		.000

	N	50	50	50	50	50	50	50
X3.6	Pearson	.448**	.449**	.342*	.599**	.651**	1	.729**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.015	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Total_	Pearson	.810**	.791**	.762**	.802**	.764**	.729**	1
X3	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

[Y] Keputusan Membayar ZISWAF

Correlations							
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Total_
							Y
Y1	Pearson	1	.490**	.648**	.437**	.495**	.538**
	Correlation						.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson	.490**	1	.396**	.472**	.456**	.636**
	Correlation						.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.001	.001	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson	.648**	.396**	1	.521**	.477**	.503**
	Correlation						.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50

Y4	Pearson	.437**	.472**	.521**	1	.666**	.550**	.776**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000		.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson	.495**	.456**	.477**	.666**	1	.487**	.757**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y6	Pearson	.538**	.636**	.503**	.550**	.487**	1	.814**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Total_Y	Pearson	.768**	.766**	.756**	.776**	.757**	.814**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

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

Reliability

[x1] Manfaat

Scale: ALL VARIABLES

A RCase Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.707	.709	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.24	.716	50
X1.2	4.62	.635	50
X1.3	4.12	.689	50

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.327	4.120	4.620	.500	1.121	.068	3
Item Variances	.464	.404	.513	.109	1.270	.003	3
Inter-Item Covariances	.207	.189	.216	.026	1.138	.000	3
Inter-Item Correlations	.448	.432	.474	.041	1.095	.000	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	8.74	1.258	.537	.291	.602
X1.2	8.36	1.419	.535	.287	.608
X1.3	8.86	1.347	.506	.256	.640

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.98	2.632	1.622	3

Reliability

[x2] Kepercayaan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.828	.840	6

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.12	.918	50
X2.2	4.36	.693	50
X2.3	4.18	.748	50
X2.4	4.38	.780	50
X2.5	4.22	.708	50
X2.6	3.88	1.043	50

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.190	3.880	4.380	.500	1.129	.033	6
Item Variances	.680	.480	1.087	.607	2.265	.057	6
Inter-Item Covariances	.302	.149	.566	.417	3.808	.009	6
Inter-Item Correlations	.468	.183	.700	.517	3.829	.019	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	21.02	9.163	.565	.425	.809
X2.2	20.78	9.563	.724	.667	.780
X2.3	20.96	9.427	.688	.575	.783
X2.4	20.76	10.145	.481	.509	.822
X2.5	20.92	9.749	.654	.501	.791
X2.6	21.26	8.604	.564	.467	.816

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.14	13.143	3.625	6

Reliability
 [x3] Kemudahan Penggunaan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary		
		N
		%
Cases	Valid	50
	Excluded ^a	0
	Total	50
		100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.866	.869	6

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	4.26	.723	50
X3.2	4.22	.864	50
X3.3	4.16	.842	50
X3.4	4.38	.725	50
X3.5	4.36	.693	50
X3.6	4.56	.675	50

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.323	4.160	4.560	.400	1.096	.020	6
Item Variances	.573	.456	.747	.291	1.639	.015	6
Inter-Item Covariances	.297	.164	.556	.392	3.388	.008	6
Inter-Item Correlations	.525	.274	.764	.490	2.789	.018	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	21.68	8.753	.717	.624	.833
X3.2	21.72	8.287	.665	.805	.844
X3.3	21.78	8.542	.628	.747	.850
X3.4	21.56	8.782	.706	.648	.835
X3.5	21.58	9.106	.660	.770	.844
X3.6	21.38	9.342	.617	.592	.851

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.94	12.343	3.513	6

Reliability
[Y] Keputusan Membayar ZISWAF

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

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

Reliability Statistics		
	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.863	6

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4.26	.723	50
Y2	4.06	.935	50
Y3	4.22	.790	50
Y4	4.26	.751	50
Y5	4.34	.717	50
Y6	4.18	.873	50

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4.220	4.060	4.340	.280	1.069	.009	6
Item Variances	.644	.515	.874	.359	1.698	.021	6
Inter-Item Covariances	.329	.237	.520	.282	2.191	.004	6
Inter-Item Correlations	.518	.396	.666	.270	1.681	.006	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	21.06	10.139	.667	.517	.838
Y2	21.26	9.298	.624	.455	.848
Y3	21.10	9.929	.639	.499	.842
Y4	21.06	9.976	.673	.539	.837
Y5	20.98	10.224	.652	.504	.841
Y6	21.14	9.225	.706	.529	.830

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.32	13.732	3.706	6

Regression

[Keputusan Membayar ZISWAF] manfaat, kepercayaan, kemudahan penggunaan

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)	25.32	3.706	50
MANFAAT (X1)	12.98	1.622	50
KEPERCAYAAN (X2)	25.14	3.625	50
KEMUDAHAN PENGUNAAN (X3)	25.94	3.513	50

Correlations				
	KEPUTU SAN MENYAL URKAN ZISWAF (Y)	MANFAA T (X1)	KEPERC AYAAN (X2)	KEMUD AHAN PENGGU NAAN (X3)
Pearson Correlation	KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)	1.000	.687	.900
	MANFAAT (X1)	.687	1.000	.677
	KEPERCAYAAN (X2)	.900	.677	1.000
	KEMUDAHAN PENGUNAAN (X3)	.882	.719	.859

Sig. (1-tailed)	KEPUTUSAN				
	MENYALURKA	.	.000	.000	.000
	N ZISWAF (Y)				
	MANFAAT (X1)	.000	.	.000	.000
	KEPERCAYAAN				
	(X2)	.000	.000	.	.000
	KEMUDAHAN				
N	PENGUNAAN	.000	.000	.000	.
	(X3)				
	KEPUTUSAN				
	MENYALURKA	50	50	50	50
	N ZISWAF (Y)				
	MANFAAT (X1)	50	50	50	50
	KEPERCAYAAN				
	(X2)	50	50	50	50
	KEMUDAHAN				
	PENGUNAAN	50	50	50	50
	(X3)				

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KEMUDAHAN PENGUNAAN (X3), MANFAAT (X1), KEPERCAYAA N (X2) ^b		Enter

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENYALURKAN
ZISWAF (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.857	.847	1.448

a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X3), MANFAAT (X1), KEPERCAYAAN (X2)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	576.487	3	192.162	91.703	.000 ^b
	Residual	96.393	46	2.095		
	Total	672.880	49			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)

b. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X3), MANFAAT (X1), KEPERCAYAAN (X2)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.413	1.739		-.238	.813		
MANFAAT (X1)	.097	.186	.043	.523	.604	.469	2.131
KEPERCAYAAN (X2)	.546	.113	.534	4.823	.000	.254	3.935

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	MANFAAT (X1)	KEPERCAYAAN (X2)	KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X3)
1	1	3.980	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.012	18.398	.79	.00	.09	.04
	3	.005	26.977	.21	.94	.15	.02
	4	.003	39.528	.00	.06	.76	.94

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)

KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X3)	.415	.124	.393	3.350	.002	.226	4.418
---------------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)

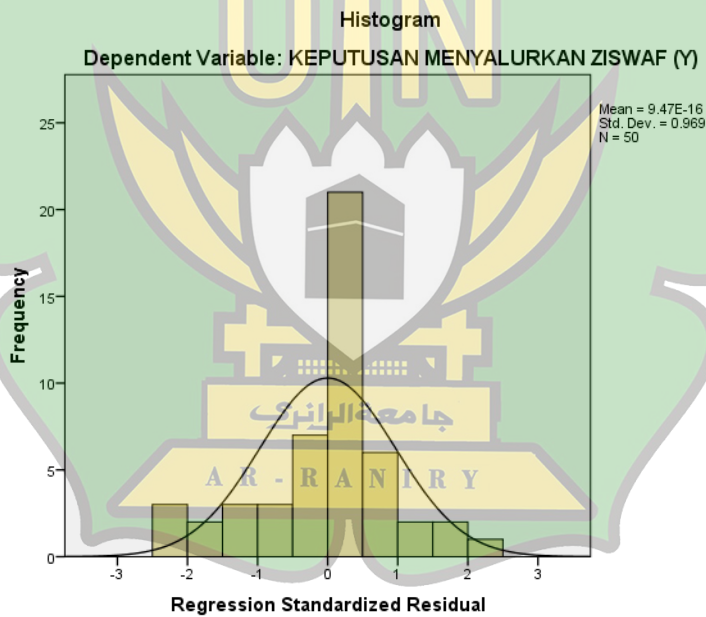
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	16.31	29.85	25.32	3.430	50
Std. Predicted Value	-2.628	1.321	.000	1.000	50
Standard Error of Predicted Value	.231	.879	.385	.139	50
Adjusted Predicted Value	15.32	29.84	25.31	3.482	50
Residual	-3.302	3.430	.000	1.403	50

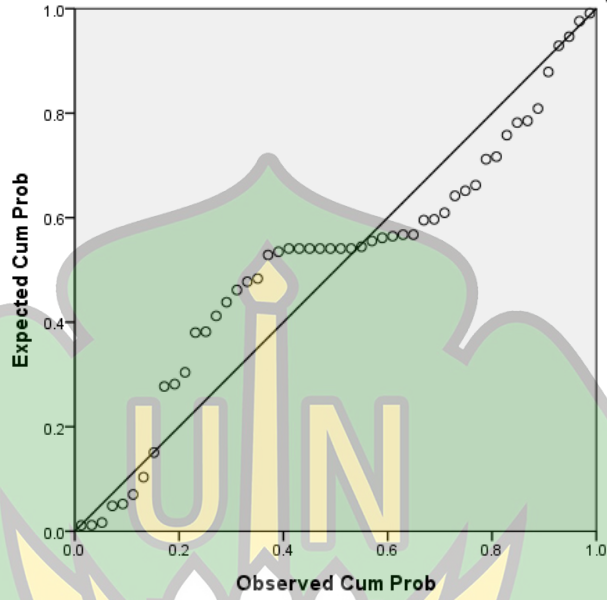
Std. Residual	-2.281	2.369	.000	.969	50
Stud. Residual	-2.598	2.458	.002	1.022	50
Deleted Residual	-4.283	3.691	.008	1.568	50
Stud. Deleted Residual	-2.782	2.608	-.003	1.057	50
Mahal. Distance	.268	17.096	2.940	3.228	50
Cook's Distance	.000	.502	.032	.085	50
Centered Leverage	.005	.349	.060	.066	50

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)

Charts

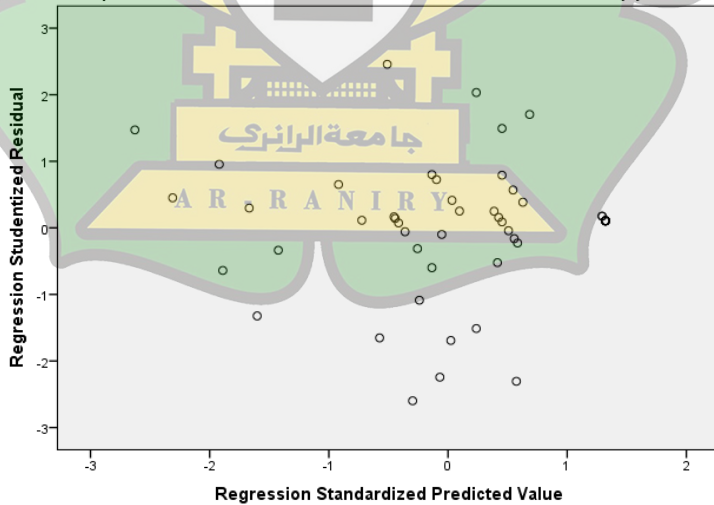


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)



Scatterplot

Dependent Variable: KEPUTUSAN MENYALURKAN ZISWAF (Y)



Lampiran 4 R tabel (statistik)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 5 t tabel (statistik)

Distribusi Nilai t_{tabel}

df	t _{0.95}	t _{0.90}	t _{0.85}	t _{0.80}	t _{0.75}	df	t _{0.50}	t _{0.40}	t _{0.35}	t _{0.30}	t _{0.25}
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708	99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695	103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676	111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674	112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672	113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670	114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667	116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution," Biometrika, Vol. 32, (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trust.

Lampiran 6 F tabel (statistik)

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Putri Gebrina
Tempat/Tanggal Lahir : Lhokseumawe/01 Oktober 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/NIM : Mahasiswi/200602050
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Buloh Blang Ara, Ir.
Paya Lhok
Email : 200602050@student.ar-raniry.ac.id

Riwayat Pendidikan

SD/MI : SDN 2 Banda Sakti
SMP/MTs : MTsN 1 Lhokseumawe
SMA/MA : MAS Ruhul Islam Anak Bangsa
Perguruan Tinggi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

Data Orang Tua

Nama Ayah : Saidin
Nama Ibu : Juraidah
Alamat Orang Tua : Jl. Buloh Blang Ara, Ir.
Paya Lhok