

**TESIS**

**PERILAKU MUZAKKI MENGGUNAKAN LAYANAN  
M-BANKING DENGAN *BEHAVIOR INTENTION* SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Masyarakat di Aceh)**



**NASYATIL FITRIA  
NIM. 201008041**

**Tesis Ditulis untk memenuhi Sebagian Persyaratan  
untuk Mendapatkan Gelar Magister  
dalam Program Studi Ekonomi Syariah**

**PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2024 M/1446 H**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**  
**PERILAKU MUZAKKI MENGGUNAKAN LAYANAN M-**  
**BANKING DENGAN BEHAVIOR INTENTION SEBAGAI**  
**VARIABEL INTERVENING**  
**(Studi Pada Masyarakat di Aceh)**

NASYATIL FITRIA  
NIM: 201008041  
Program Studi Ekonomi Syariah

Tesis ini sudah dapat diajukan kepada  
Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh untuk diujikan dalam ujian Tesis

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



Prof. Dr. Ridwan Nurdin, MCL



Dr. Khairul Amri, SE., M.Si

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERILAKU MUZAKKI MENGGUNAKAN LAYANAN M-BANKING DENGAN BEHAVIOR INTENTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada Masyarakat di Aceh)

NASYATIL FITRIA

NIM. 201008041

Program Studi Ekonomi Syariah

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Tesis Pascasarjana Universitas  
Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh

Tanggal: 01 Agustus 2024 M  
26 Muharram 1446 H

#### TIM PENGUJI

Ketua;

Sekretaris;

Dr. Maimun, SE., Ak., M.Si

Dr. Khairul Amri, SE., M.Si

Penguji;

Penguji;

Dr. Bismi Kharidm, MA

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si

Penguji;

Penguji;

Muhammad Arifin, Ph.D

Prof. Dr. Ridwan Nurdin, MCL

Banda Aceh, 01 Agustus 2024

Pascasarjana

Universitas Islam Negeri UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Direktur,

(Prof. Eka Srimulyani, S.Ag., M.A., Ph.D)

NIP.19770219 199803 2 001

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Nasyatil Fitria  
Tempat/Tanggal Lahir : Aceh Besar /01 Februari 1997  
Nomor Induk Mahasiswa : 201008041  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister di suatu perguruan tinggi dan dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banda Aceh, 01 Agustus 2024

Saya yang menyatakan,



Nasyatil Fitria  
NIM. 201008041

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Untuk memudahkan penulisan tesis ini, ada beberapa aturan yang menjadi pegangan penulis, penulis menggunakan transliterasi dengan mengikuti format yang berlaku pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, sebagaimana tercantum dalam buku panduan penulisan tesis dan disertasi tahun 2019. Transliterasi ini dimaksud untuk sedapatnya mengalihkan huruf, bukan bunyi, sehingga apa yang ditulis dalam huruf latin dapat diketahui bentuk asalnya dalam tulisan Arab. Dengan demikian diharapkan kerancuan makna dapat terhindarkan.

Fonem konsonan Bahasa Arab, yang di dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, di dalam tulisan transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian dengan huruf dan tanda sekaligus, sebagaimana berikut:

### 1. Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama                         |
|------------|------|-------------|------------------------------|
| ا          | Alif | -           | Tidak dilambangkan           |
| ب          | Ba'  | B           | Be                           |
| ت          | Ta'  | T           | Te                           |
| ث          | Sa'  | TH          | Te dan Ha                    |
| ج          | Jim  | J           | Je                           |
| ح          | Ha'  | H           | Ha (dengan titik dibawahnya) |
| خ          | Ka'  | KH          | Ka dan Ha                    |
| د          | Dal  | D           | De                           |
| ذ          | Zal  | ZH          | Zet dan Ha                   |
| ر          | Ra'  | R           | Er                           |
| ز          | Zai  | Z           | Zet                          |
| س          | Sin  | S           | Es                           |
| ش          | Syin | SH          | Es dan Ha                    |
| ص          | Sad  | Ş           | Es (dengan titik dibawahnya) |

|   |      |    |                               |
|---|------|----|-------------------------------|
| ض | Dad  | Ḍ  | D (dengan titik dibawahnya)   |
| ط | Ta'  | Ṭ  | Te (dengan titik dibawahnya)  |
| ظ | Za   | Ẓ  | Zed (dengan titik dibawahnya) |
| ع | 'Ain | ‘- | Koma terbalik diatasnya       |
| غ | Gain | GH | Ge dan Ha                     |
| ف | Fa'  | F  | Ef                            |
| ق | Qaf  | Q  | Qi                            |
| ك | Kaf  | K  | Ka                            |
| ل | Lam  | L  | El                            |
| م | Mim  | M  | Em                            |
| ن | Nun  | N  | En                            |

## 2. Konsonan yang dilambangkan dengan W dan Y.

|       |     |
|-------|-----|
| wad'  | وضع |
| 'iwad | عوض |
| Dalw  | دلو |
| Yad   | يد  |
| ḥiyal | حيل |
| ṭahi  | طهي |

## 3. Mād

|       |       |
|-------|-------|
| Ūlá   | أولي  |
| ṣūrah | صورة  |
| Zhū   | ذو    |
| Īmān  | إيمان |
| Fī    | في    |
| Kitāb | كتاب  |
| siḥāb | سحاب  |
| Jumān | جمان  |

4. Diftong dilambangkan dengan **aw** dan **ay**. Contoh:

|        |      |
|--------|------|
| Awj    | اوج  |
| Nawm   | نوم  |
| Law    | لو   |
| Aysar  | أيسر |
| Shaykh | شيخ  |
| ‘aynay | عيني |

5. Alif ( ا ) dan waw ( و ) ketika digunakan sebagai tanda baca tanpa fonetik yang bermakna tidak dilambangkan. Contoh:

|         |       |
|---------|-------|
| fa'alū  | فعلوا |
| ulā'ika | أولئك |
| Ūqiyah  | أوقية |

6. Penulisan *alif maqṣūrah* ( ا ) yang diawali dengan baris fathah ( ˆ ) ditulis dengan lambang á. Contoh:

|         |       |
|---------|-------|
| ḥattá   | حتى   |
| maḍá    | مضى   |
| Kubrá   | كبرى  |
| Muṣṭafá | مصطفى |

7. Penulisan *alif maqṣūrah* ( ا ) yang diawali dengan baris kasrah ( ˙ ) ditulis dengan lambang ĩ, bukan ĩy. Contoh:

|             |            |
|-------------|------------|
| Raḍī al-Dīn | راضي الدين |
| al-Miṣrī    | المصري     |

8. Penulisan ˆ ( tā marbūṭah) bentuk penulisan ˆ (tā marbūṭah) terdapat dalam tiga bentuk, yaitu: Apabila ˆ (tā marbūṭah) terdapat dalam satu kata, dilambangkan dengan ˆ (hā'). Contoh:

|       |      |
|-------|------|
| ṣalāh | صلاة |
|-------|------|

Apabila ˆ (tā marbūṭah) terdapat dua kata, yaitu sifat dan yang disifati (sifat mawṣūf), dilambangkan ˆ (hā'). Contoh:

|                       |                |
|-----------------------|----------------|
| al-risālah al-bahīyah | الرسالة البهية |
|-----------------------|----------------|

Apabila ة (tā marbūṭah) ditulis sebagai *muḍāf* dan *mudaf ilayh*, maka *muḍāf* dilambangkan dengan “t”. Contoh:

|                     |               |
|---------------------|---------------|
| wizārat al-tarbiyah | وزارة التربية |
|---------------------|---------------|

9. Penulisan ء (hamzah) Penulisan hamzah terdapat dalam bentuk, yaitu: Apabila terdapat di awal kalimat ditulis dilambangkan dengan “a”. Contoh:

|      |     |
|------|-----|
| Asad | أسد |
|------|-----|

Apabila terdapat di tengah kata dilambangkan dengan “’”. Contoh:

|          |       |
|----------|-------|
| mas’alah | مسألة |
|----------|-------|

10. Penulisan ء (hamzah) *waṣal* dilambangkan dengan “a”. Contoh:

|                   |               |
|-------------------|---------------|
| Riḥlat Ibn Jubayr | رحلة ابن جبير |
| al-istidrāk       | الإستدراك     |
| kutub iqtanat’hā  | كتب اقتنتها   |

11. Penulisan *shaddah* atau *tashdīd* terhadap.

Penulisan *shaddah* bagi konsonan waw ( و ) dilambangkan dengan “ww” (dua huruf w). Adapun bagi konsonan yā’ ( ي ) dilambangkan dengan “yy” (dua huruf y). Contoh:

|              |          |
|--------------|----------|
| Quwwah       | قُوَّة   |
| ‘aduww       | عَدُوّ   |
| Shawwāl      | شَوَّال  |
| Jaw          | جَوّ     |
| al-miṣriyyah | المصريّة |
| Ayyām        | أيّام    |
| quṣayy       | قصيّ     |
| al-kashshāf  | الكشاف   |

12. Penulisan alif lām ( ال ).

Penulisan ال dilambangkan dengan “al” baik pada ال shamsiyyah maupun ال qamariyyah. Contoh:

|                                 |                      |
|---------------------------------|----------------------|
| al-kitāb al-thānī               | الكتاب الثاني        |
| al-ittihād                      | الإتحاد              |
| al-aṣl                          | الأصل                |
| al-āthār                        | الأثار               |
| Abū al-Wafā                     | أبو الوفاء           |
| Maktabah al-Nahḍah al-Miṣriyyah | مكتبة النهضة المصرية |
| bi al-tamām wa al-kamāl         | بالتمام والكمال      |
| Abū al-Layth al-Samarqandī      | أبو الليث السمرقندي  |

Kecuali: Ketika huruf ل berjumpa dengan huruf ل di depannya, tanpa huruf alif ( ا ), maka ditulis “lil”. Contoh:

|                   |          |
|-------------------|----------|
| Lil Lil-Sharbaynī | للشربيني |
|-------------------|----------|

13. Penggunaan “ ` ” untuk membedakan antara د (dal) dan ت (tā) yang beriringan dengan huruf ه (hā) dengan huruf ذ (zh) dan (th). Contoh:

|            |          |
|------------|----------|
| Ad’ham     | أدهم     |
| Akramat’hā | أكرماتها |

14. Tulisan Allah dan beberapa kombinasinya

|           |          |
|-----------|----------|
| Allah     | الله     |
| Billāh    | بِالله   |
| Lillāh    | لله      |
| Bismillāh | بسم الله |

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas nikmat Iman, Islam dan kesempatan yang Allah berikan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan dan memperoleh ilmu pengetahuan di bidang ekonomi syariah. Selawat dan salam semoga tercurahkan kepangkuan Nabi Muhammad SAW sebagai *rahmatan lil 'alamin* yang telah membawa umat manusia dari alam jahiliyah ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Syukur alhamdulillah, penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul **“PERILAKU MUZAKKI MENGGUNAKAN LAYANAN M-BANKING DENGAN BEHAVIR INTENTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**. Atas usaha dan capaian ini, penulis mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang setinggi-tingginya khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Ridwan Nurdin, MCL selaku pembimbing satu yang telah meluangkan waktunya, mencurahkan ilmunya serta mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
2. Dr. Khairul Amri, SE., M.Si selaku pembimbing kedua yang tidak henti-hentinya membimbing penulis dalam kondisi apapun tanpa mengenal lelah.
3. Teristimewa untuk Ibunda Lilis Susanti, Ayahanda Misno, Suami tercinta Teuku Miranza Aulia Haqqi, beserta putri tersayang Cut Alisha Zayna, atas dukungan dan do'anya untuk kesuksesan penulis.
4. Untuk adik-adik M. Arif Ridha, Muammar Khadafi, Jihan Talita Ulfa, dan seluruh keluarga besar penulis yang telah memberi support dan do'a untuk kelancaran pendidikan penulis.

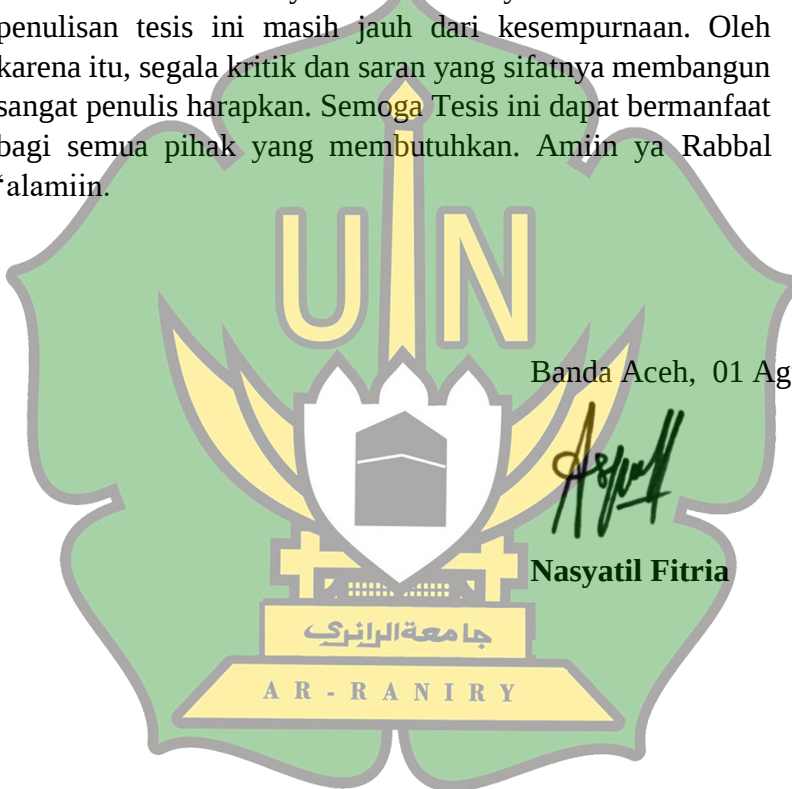
5. Kepada seluruh pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang sudah banyak memberikan motivasi serta bantuan demi kelancaran penyusunan tesis ini.

Hanya kepada Allah penulis berserah diri, semoga Allah SWT meridhoNya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga Tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Amiin ya Rabbal ‘alamiin.

Banda Aceh, 01 Agustus 2024



Nasyatil Fitria



## ABSTRAK

Judul Tesis : Perilaku Muzakki Menggunakan Layanan M-Banking Dengan Behavior Intention Sebagai Variabel Intervening

Nama : Nasyatil Fitria

NIM : 201008041

Pembimbing I : Prof. Dr. Ridwan Nurdin, MCL

Pembimbing II : Dr. Khairul Amri, SE., M.Si

Kata Kunci : Zakat Digital, *M-banking* , UTAUT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku muzakki menggunakan layanan digital *m-banking* untuk membayar zakat dengan menggunakan teori penerimaan dan penggunaan teknologi (UTAUT) dimana *behavioral intention* sebagai variable intervening. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuesioner dengan populasi berupa masyarakat yang berzakat menggunakan *m-banking* pada bank syariah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan memakai rumus Malhotra yaitu dengan mengalikan jumlah sub variable dengan 5. Metode analisis data menggunakan *Struktural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan bantuan *software SmartPLS* versi 4.1. dari beberapa hipotesis yang diajukan, hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *Performance expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, secara langsung berpengaruh terhadap *behavior intention*. Sedangkan *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *behavior intention*. Variabel *Performance expectancy*, *effort expectancy*

,*Social Influence*, dan *behavior intention* berpengaruh terhadap *usage adoption*, sedangkan *Facilitating Condition* tidak berpengaruh. Secara langsung terhadap *usage adoption*. Hasil hipotesis untuk pengaruh secara tidak langsung menunjukkan bahwa *Performance expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition* berpengaruh terhadap *usage adoption* melalui variabel *behavior intention*, sedangkan *effort expectancy* tidak berpengaruh terhadap *usage adoption* melalui variabel *behavioral intention*.



## ABSTRACT

Thesis Title : Muzakki's Behavior Using *M-banking* Services  
With Behavior Intention As an Intervening Variable

Name : Nasyatil Fitria

NIM : 201008041

Supervisor I : Prof. Dr. Ridwan Nurdin, MCL

Supervisor II : Dr. Khairul Amri, SE, M.Si

Keywords: Digital Zakat, *M-banking* , UTAUT

This study aims to determine how muzakki behavior uses *m-banking* digital services to pay zakat using the theory of acceptance and use of technology (UTAUT) where behavioral intention as an intervening variable. The data collection technique in this study uses a questionnaire with a population of people who pay zakat using *m-banking* at Islamic banks. The sampling technique uses purposive sampling using the Malhotra formula, namely by multiplying the number of sub variables by 5. The data analysis method uses Structural Equation Modeling (SEM) using the help of SmartPLS version 4.1 software. From several hypotheses proposed, the research results obtained show that the variables Performance expectancy, Social Influence, Facilitating Condition, directly affect behavior intention. While effort expectancy has no effect on behavior intention. Performance expectancy, effort expectancy, Social Influence, and behavior intention variables affect usage adoption, while Facilitating Conditions have no effect. Directly on usage adoption. Hypothesis results for indirect effects show that Performance expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions

affect usage adoption through behavior intention variables, while effort expectancy has no effect on usage adoption through behavioral intention variables.



## مستخلص البحث

عنوان الأطروحة : سلوك مزاكي باستخدام المصرف والخدمات المصرفية على امع  
نية السلوك كمتغير متدخل

الاسم : نشاتيل فيتريا

رقم القيد : 201008041

المشرف الأول : الدكتور رضوان نور الدين، الماجستير

المشرف الثاني : خير الأمري، الماجستير

الكلمات المفتاحية: الزكاة الرقمية، المصرف والخدمات المصرفية على الإنترنت،  
UTAUT

يهدف هذا البحث إلى معرفة كيفية سلوك المزاكي في استخدام الخدمات المصرفية  
الرقمية عبر الهاتف المحمول لدفع الزكاة باستخدام نظرية القبول واستخدام  
التكنولوجيا (UTAUT) حيث النية السلوكية كمتغير متداخل. و في جمع البيانات  
في هذا البحث استبيانات مع مجموعة من الأشخاص الذين يدفعون الزكاة باستخدام  
الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في البنوك الشرعية. أما العينة لهذا لبحث  
باستخدام صيغة مالهوترا، أي عن طريق ضرب عدد المتغيرات الفرعية في 5.

وتستخدم طريقة تحليل البيانات (SEM) Struktural Equation modelling

باستخدام المساعدة برمجية سمارت بلس الإصدار 4.1. ومن خلال العديد من  
الفرضيات المقترحة، فإن نتائج البحث التي تم الحصول عليها تظهر أن المتغيرات  
الأداء المتوقع، التأثير الاجتماعي، تسهيل الحالة، يؤثر بشكل مباشر نية السلوك .  
بينما توقع الجهد ليس له أي تأثير على نية السلوك. عامل توقع الأداء، توقع الجهد  
، التأثير الاجتماعي، نية السلوك تأثير على اعتماد الاستخدام، بينما حالة تيسيرية

بدون تأثير . ضد مباشرة اعتماد الاستخدام . وتظهر نتائج الفرضيات للتأثيرات غير  
المباشرة ذلك الأداء المتوقع، التأثير الاجتماعي، تسهيل الحالة تأثير على اعتماد  
الاستخدام من خلال المتغيرات نية السلوك، بينما توقع الجهد ليس له أي تأثير  
على تبني الاستخدام من خلال متغير النية السلوكية.



## DAFTAR ISI

|                                                                       |           |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| HALAMAN JUDUL.....                                                    | i         |
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....                                    | ii        |
| LEMBAR PENGESAHAN.....                                                | iii       |
| PERNYATAAN KEASLIAN.....                                              | iv        |
| PEDOMAN TRANSLITERASI.....                                            | v         |
| KATA PENGANTAR.....                                                   | x         |
| ABSTRAK.....                                                          | xii       |
| DAFTAR ISI.....                                                       | xviii     |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>                                         | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                       | 1         |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....                                         | 10        |
| 1.3 Batasan Masalah.....                                              | 11        |
| 1.4 Rumusan Masalah.....                                              | 12        |
| 1.5 Tujuan Penelitian.....                                            | 13        |
| 1.6 Manfaat Penelitian.....                                           | 15        |
| 1.7 Sistematika Penulisan.....                                        | 15        |
| <b>BAB II KAJIAN LITERATUR.....</b>                                   | <b>17</b> |
| 2.1 Landasan Teori.....                                               | 17        |
| 2.1.1 <i>Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology</i> ..... | 17        |
| 2.1.2 <i>Performance Expectancy</i> .....                             | 18        |
| 2.1.3 <i>Effort Expectancy</i> .....                                  | 20        |
| 2.1.4 <i>Social Influence</i> .....                                   | 21        |
| 2.1.5 <i>Facilitating Condition</i> .....                             | 22        |
| 2.1.6 <i>Behavioral Intention</i> .....                               | 23        |
| 2.1.7 <i>Use Behavior</i> .....                                       | 24        |
| 2.1.8 Zakat Digital.....                                              | 25        |
| 2.2 Penelitian Terkait.....                                           | 27        |
| 2.3 Keterkaitan Antar Variabel.....                                   | 32        |
| 2.4 Kerangka Berpikir.....                                            | 40        |
| 2.5 Pengembangan Hipotesis.....                                       | 40        |

|                                                             |           |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>                      | <b>42</b> |
| 3.1 Metode Penelitian .....                                 | 42        |
| 3.2 Populasi dan Sampel.....                                | 42        |
| 3.2.1 Populasi .....                                        | 42        |
| 3.2.2 Sampel.....                                           | 42        |
| 3.3 Instrumen Penelitian .....                              | 43        |
| 3.3.1 Kuesioner .....                                       | 43        |
| 3.3.2 Skala Penelitian.....                                 | 44        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....                            | 45        |
| 3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian ..... | 46        |
| 3.5.1 Variabel Independen.....                              | 46        |
| 3.5.2 Variabel Dependen .....                               | 47        |
| 3.5.3 Variabel Intervening.....                             | 47        |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....                              | 50        |
| 3.6.1 Model Pengukuran (Outer Model).....                   | 51        |
| 3.6.1.1 Uji Validitas Konstruk .....                        | 52        |
| 3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....                               | 53        |
| 3.6.2 Model Struktural (Inner Model).....                   | 53        |
| 3.6.2.1 Uji R-Square (R <sup>2</sup> ).....                 | 54        |
| 3.6.2.2 Uji F-Square (F <sup>2</sup> ).....                 | 54        |
| 3.6.2.3 Pengujian Hipotesis .....                           | 55        |
| 3.6.2.4 Uji t.....                                          | 55        |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>         | <b>56</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian.....                                   | 56        |
| 4.1.1 Karakteristik Responden .....                         | 56        |
| 4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....                    | 61        |
| 4.1.3 Uji Measurement Model/Outer Model.....                | 67        |
| 4.1.3.1 Uji Validitas Konstruk .....                        | 67        |
| 4.1.3.2 Uji Reliabilitas .....                              | 71        |
| 4.1.4 Uji Model Struktural .....                            | 72        |
| 4.1.4.1 Uji R-Square (R <sup>2</sup> ).....                 | 72        |
| 4.1.4.2 Uji F-Square (R <sup>2</sup> ).....                 | 73        |
| 4.1.5 Uji Hipotesis .....                                   | 74        |
| 4.2 Pembahasan Hasil.....                                   | 78        |

|                            |            |
|----------------------------|------------|
| <b>BAB V PENUTUP.....</b>  | <b>94</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....       | 94         |
| 5.2 Saran-saran.....       | 96         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>98</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>       | <b>102</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terkait.....                                                                                                         | 30 |
| Tabel 3.1 Tabel Pengukuran Skala Likert .....                                                                                             | 45 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi variabel .....                                                                                                 | 48 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                                         | 56 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                                                                                   | 57 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan<br>Terakhir.....                                                                 | 59 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                                                                             | 60 |
| Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan<br>Jawaban Terhadap Pernyataan Terkait Performance<br>Expectancy .....       | 61 |
| Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan<br>Jawaban Terhadap Pernyataan Terkait Effort Expectancy<br>.....            | 62 |
| Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan<br>Jawaban Terhadap Pernyataan Terkait Social Influence                      | 63 |
| Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan<br>Jawaban Terhadap Pernyataan Terkait Facilitating<br>Condition.....        | 64 |
| Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan<br>Jawaban Terhadap Pernyataan Terkait Behavior Intention<br>.....           | 65 |
| Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pilihan<br>Jawaban Terhadap Pernyataan Terkait Use<br>Behavior/Usage Adoption ..... | 66 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Discriminant Validity (Nilai AVE).....                                                                               | 69 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Discriminant Validity (Nilai Akar AVE) .....                                                                         | 69 |
| Tabel 4.13 Uji Kolinearitas .....                                                                                                         | 70 |
| Tabel 4.14 Uji Reliabilitas .....                                                                                                         | 71 |
| Tabel 4.15 Uji R-Square.....                                                                                                              | 72 |
| Tabel 4.16 Uji F-Square .....                                                                                                             | 73 |
| Tabel 4.17 Uji Hipotesis Langsung.....                                                                                                    | 75 |
| Tabel 4.18 Uji Hipotesis Tidak Langsung.....                                                                                              | 77 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                                                           |    |
|------------|-----------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 | Penghimpunan Zakat Melalui Platform Digital .....         | 5  |
| Gambar 2.1 | Kerangka Model UTAUT .....                                | 18 |
| Gambar 2.2 | Kerangka Berpikir.....                                    | 40 |
| Gambar 4.1 | Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...           | 57 |
| Gambar 4.2 | Diagram Responden Berdasarkan Usia .....                  | 58 |
| Gambar 4.3 | Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan<br>Terakhir..... | 59 |
| Gambar 4.4 | Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan .....             | 61 |
| Gambar 4.5 | Nilai Outer Loading .....                                 | 68 |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Memasuki era industri 4.0 hampir semua sektor yang ada di Indonesia mulai menggunakan sistem digital atau teknologi berbasis internet, termasuk didalamnya sektor ekonomi. Perpaduan antara teknologi dan ekonomi disebut Ekonomi Digital. Ekonomi digital di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini disebabkan karena perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta meningkatnya jumlah penetrasi keputusan penggunaan internet. Berdasarkan dari hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2023 pengguna internet di Indonesia adalah sebanyak 78,19% atau menembus 215 juta jiwa dari total populasi yang sebesar 275 juta jiwa, meningkat 1,17% dari tahun sebelumnya.<sup>1</sup>

Pada awal pandemi Covid-19 di tahun 2020, sebagian besar industri mengalami penurunan mobilitas dan aktivitas bertatap muka, yang akhirnya memaksa sebagian besar industri tersebut untuk beralih ke platform digital. Peningkatan pengguna internet di Indonesia berdampak pada seluruh sektor industri yang kini menggunakan platform digital, termasuk sektor keuangan dan ekonomi. Mengutip laporan dari siaran pers Bank Indonesia pada Januari 2022, nilai transaksi uang elektronik kini tumbuh 66,65%,

---

<sup>1</sup> <https://survei.apjii.or.id/survei/2023> diakses pada 6 september 2023

atau mencapai 34,6 triliun dan nilai transaksi digital banking meningkat 62,82% menjadi 4.314,3 triliun.<sup>2</sup>

Pandemi Covid-19 telah berhasil mengubah cara berdonasi masyarakat baik itu pembayaran zakat infak dan sedekah maupun donasi umum lainnya. Hasil survei yang dilakukan oleh salah satu *e-wallet* terbesar di Indonesia menemukan bahwa cara berdonasi sebelum dan sejak pandemi mengalami perubahan yang cukup signifikan. Hasil survei menunjukkan jika cara berdonasi melalui kanal digital mengalami kenaikan sebesar 9% dan cara berdonasi secara non-digital mengalami penurunan sebesar 10%. Adapun rata-rata kenaikan donasi secara digital naik sebesar 72%. Kecendrungan masyarakat untuk berdonasi melalui kanal digital meningkat secara signifikan di semua kelompok masyarakat sejak pandemi Covid-19. Hasil survei tersebut menunjukkan peningkatan sebesar 16% untuk generasi Z, kenaikan 9% untuk generasi milenial dan kenaikan sebesar 7% untuk generasi X.<sup>3</sup>

Di sisi lain, kehadiran generasi Milenial dan generasi Z meningkatkan peluang pengumpulan zakat. Hasil Survei Penduduk 2020 menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia saat ini adalah generasi milenial dan generasi Z dengan proporsi masing-masing 27,94% dan 25,87% dari total populasi yang ada. Menurut Indonesia *Millenial Report* (2019), milenial lebih suka mengatur keuangan secara *cashless*. Pembayaran melalui sistem teknologi

---

<sup>2</sup> <https://www.bi.go.id/id/> diakses pada 8 oktober 2023

<sup>3</sup> Badan Amil Zakat Nasional, *Indeks Kesiapan Digital Organisasi Pengelola Zakat: Landasan Konseptual*, Puskas BAZNAS, 2021

yang dapat diakses oleh gawai seperti *e-money* dan *internet banking* lebih disukai oleh generasi ini. Menurut penelitian Puskas BAZNAS (2020) tentang pengaruh milenial terhadap kampanye zakat di wilayah jabodetabek, 35% muzaki percaya bahwa mendapatkan informasi melalui media sosial dapat diandalkan. Website BAZNAS adalah yang kedua yang mengatakan hal yang sama.<sup>4</sup>

Zakat merupakan sektor yang sangat krusial dalam islam. Zakat menjadi salah satu jawaban untuk mengatasi kesenjangan ekonomi nasional. Dalam praktek pengelolaan zakat, proses digitalisasi sudah berlangsung dan terus dilakukan oleh lembaga zakat. Pada aktifitas pengumpulan dan penghimpunan zakat ada tiga stakeholder yang terlibat yaitu muzaki individu dan juga badan atau korporasi, organisasi pengelola zakat yang terdiri dari BAZNAS dan LAZ, kemudian lembaga perantara seperti lembaga perbankan, institusi *crowdfunding*, *fintech* dan juga *e-commerce*.

Mengingat tren pembayaran elektronik semakin dikenal masyarakat luas, peran digitalisasi dalam pengumpulan dana sosial menjadi sangat penting. Pengalangan zakat, infak dan sedekah (ZIS) melalui *e-commerce* mengalami tren yang cukup stabil dalam dua tahun terakhir dengan peningkatan 8,1 M pada bulan Ramadhan (Mei 2021) dan 4,3 M pada bulan Idul Adha (Juli 2021). Segmentasi donasi kemudian meningkat sebesar 15,4% dari tahun 2020 mencapai 12,7 M dari Januari hingga Oktober 2021. Berbagai kampanye program kepedulian yang dipromosikan oleh lembaga

---

<sup>4</sup> <https://www.puskasbaznas.com/publications/books/1610-outlook-zakat-indonesia-2022> diakses pada 16 Desember 2023

sosial melalui media digital diperkirakan akan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk membantu sesama.

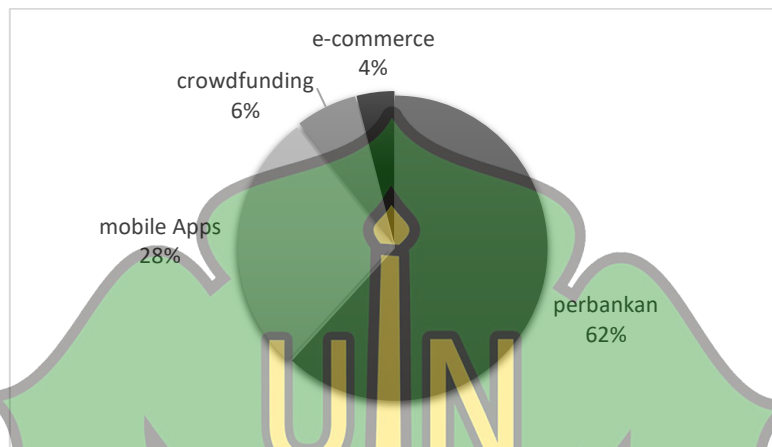
Pada tahun 2021 terjadi peningkatan pengumpulan dana ZIS dan DSKL sebesar 13,59% dibandingkan dengan tahun 2020 dikarenakan adanya layanan digital yang memudahkan pembayaran zakat, hal ini juga dibantu dengan tingginya potensi generasi muda yang membayar ZIS melalui kanal digital. Pada tahun 2021, 70% donatur BAZNAS merupakan anak muda dengan rentang usia 25-44 tahun, yang mana mereka memanfaatkan platform digital untuk membayar zakat maupun bersedekah.<sup>5</sup> Pertumbuhan ZIS-DSKL tahun 2002-2022 memiliki tren yang positif, pengumpulan tahun 2022 mengalami peningkatan yang signifikan yaitu mencapai 22 triliun rupiah, atau 84,16% dibandingkan tahun 2021. Adanya pertumbuhan yang tinggi ini didukung dengan adanya sistem informasi dan digitalisasi yang memudahkan masyarakat dalam membayar ZIS.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Bank Indonesia pada tahun sebelumnya tingkat digitalisasi zakat sudah cukup baik, hampir semua responden telah menghimpun zakat melalui platform digital. Platform yang paling banyak digunakan dalam pembayaran keuangan sosial islam di Indonesia untuk menghimpun dana Zakat adalah adalah *mobile banking* (20,8%), *Mobile Payment* (20,8%), *Mobile Apps* selain *Mobile Banking* dan *Payment* (20,8%) serta perbankan (19,3%). Sementara untuk penghimpunan zakat melalui

---

<sup>5</sup> <https://puskasbaznas.com/publications/books/1737-outlook-zakat-indonesia-2023>

platform digital di dominasi oleh perbankan yaitu sebesar 61,8%, selanjutnya *Mobile Apps* 27,7%, *crowdfunding* 6,5% dan *e-commerce* 4%.



Sumber: Data diolah (2024)

**Gambar 1.1**  
**Grafik Penghimpunan Zakat Melalui Platform Digital**

Selain itu, Bank BCA Syariah saat ini telah menghadirkan sejumlah layanan untuk memudahkan pembayaran zakat melalui *BCA Syariah Mobile* dan *KlikBCASyariah*. Direktur BCA Syariah mengatakan bahwa saat ini terdapat 11 rekening Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang terdaftar pada menu transfer di *BCA Syariah Mobile*. Pada tahun 2023, sebanyak 33% transaksi dilakukan melalui *BCA Syariah Mobile*, rata-rata transaksi zakat di *BCA Syariah* per bulan sepanjang tahun 2023 baik melalui autodebet maupun *m-banking* mencapai sekitar 300juta.<sup>6</sup>

Berdasarkan laporan dari CEO region pada Bank Syariah Indonesia yang ada di Aceh Jumlah pengguna *mobile banking* pada

<sup>6</sup> <https://amp.kontan.co.id/news/bca-syariah-permudah-pembayaran-zakat-lewat-layanan-digital>, diakses pada 24 April 2024

bank tersebut kini meningkat 151%, peningkatan jumlah pengguna ini dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat yang semakin *digital savy* dan semakin familiar dengan *mobile banking*.<sup>7</sup> Peningkatan transaksi digital ini juga terjadi pada pengumpulan atau pembayaran ZIS (zakat infak dan shadaqah).

Hal itu juga diperkuat dengan adanya langkah tambahan dari BMA (Baitul Mal Aceh) yang kini memanfaatkan teknologi *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) untuk menggalang dana zakat dan infak dari masyarakat. QRIS zakat dan infak BMA hadir sejak tahun 2022, berdasarkan laporan dari pihak BMA dari Januari hingga Juli tahun 2023 lalu, BMA berhasil mengumpulkan 55,4 juta zakat dan 16,7 juta infak melalui QRIS yang dapat diakses melalui *m-banking* BSI maupun *m-banking* Bank Aceh Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin akrab dengan QRIS dan semakin sadar akan pentingnya menunaikan zakat dan infak.<sup>8</sup>

Dalam hal ini, pemerintah Indonesia terus berkomitmen untuk mendorong digitalisasi di berbagai bidang dan mencanangkan Indonesia sebagai negara pusat ekonomi digital dunia. Namun, Indonesia masih menghadapi beberapa masalah seperti ketimpangan atau kesenjangan digital karena sebagian besar masyarakat belum memahami atau tidak terbiasa dengan teknologi digital. Berdasarkan

---

<sup>7</sup> <https://acehprov.go.id/berita/kategori/umum/pengguna-bsi-mobile-di-aceh-mencapai-542161>, diakses pada 6 oktober 2023

<sup>8</sup> Safrina, BMA Kumpulkan Zakat dan Infak Rp72 Juta Lewat QRIS Selama Januari-Juli 2023, diakses pada 10 Januari 2024 dari <https://acehprov.go.id/berita/kategori/agama/bma-kumpulkan-zakat-dan-infak-rp72-juta-lewat-qris-selama-januari-juli-2023>

hasil studi dari *East Ventures*, masih terjadi kesenjangan atau ketimpangan digital, data menunjukkan bahwa hanya pulau Jawa yang memiliki indeks daya saing di atas 50 dengan mayoritas wilayah jabodetabek.

Penggunaan platform digital dalam penyaluran zakat mampu meningkatkan penghimpunan zakat secara lebih luas yang berdampak terhadap kinerja manajemen zakat (Anjaswati & Berakon, 2022). Adanya perubahan perilaku masyarakat dan terus meningkatnya transaksi zakat melalui platform digital menjadi alasan utama penulis melakukan penelitian. Penelitian ini menggunakan teori model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), teori ini merupakan bagian dari kajian keperilakuan seseorang dalam menggunakan sistem teknologi yang dikenalkan oleh Venkatesh pada tahun 2003. UTAUT dirumuskan dengan 4 determinan inti dari niat dan penggunaan (*intention* dan *usage*) yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence* dan *facilitating condition* (Jogiyanto, 2007). Teori UTAUT telah digunakan oleh banyak penelitian untuk mengetahui bagaimana penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Teori ini dipilih karena telah teruji secara empiris dengan kemampuan yang cukup kuat dalam memprediksi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi.

Konstruk *performance expectancy* didefinisikan sebagai seberapa tinggi seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi akan membantunya untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan kinerja dalam pekerjaannya (Jogiyanto, 2007). Semakin

tinggi ekspektasi kinerja, semakin kuat keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut (Venkatesh, 2003). Dalam kajian Romadoni (2022) ditemukan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif terhadap *behavior intention* karena manfaat dan keuntungan yang dirasakan masyarakat ketika berbisnis menggunakan layanan *m-banking* syariah. Penelitian Nuari dkk (2019) juga menyebutkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *usage adoption*. Penelitian Prakarsa dkk (2024) juga menyebutkan bahwa *performance expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *usage adoption* melalui *behavioral intention*. Hal ini selaras dengan teori yang disampaikan Venkatesh et al (2003) yang mengemukakan *performance expectancy* dapat mempengaruhi *usage adoption* melalui *behavioral intention*.

*Effort expectancy* didefinisikan sebagai kemudahan yang dirasakan seorang individu terhadap penggunaan sistem teknologi. *Effort expectancy* juga dapat diartikan sebagai tingkat kenyamanan yang diharapkan nasabah pada saat menggunakan *m-banking* (Shadiq & Sudarsono, 2022). Dalam penelitian Ferdana dkk (2022) disebutkan bahwa niat membayar zakat secara digital dipengaruhi oleh *effort expectancy*. Hal ini juga senada dalam tulisan Venkatesh dkk (2003) bahwa keinginan masyarakat untuk menggunakan teknologi akan meningkat jika teknologi tersebut dipengaruhi oleh *effort expectancy*. Dalam penelitian Ryan (2023) menyatakan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung antara variabel *effort expectancy* terhadap *usage adoption* melalui *behavior intention* dalam

penggunaan QRIS. Hal ini juga selaras dengan teori yang disampaikan Venkatesh et al (2003) yang mengemukakan *effort expctancy* dapat mempengaruhi *usage adoption* melalui *behavioral intention*.

Pengaruh sosial (*social influence*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang merasa bahwa penting bagi orang lain untuk percaya bahwa mereka harus menggunakan sistem atau teknologi tertentu. Ferdana dkk (2022) menyatakan bahwa *social influence* berdampak pada seberapa besar kepercayaan masyarakat terhadap layanan *m-banking* . Hal ini juga senada dengan tulisan Widayani (2022) yang menyebutkan bahwa *social influence* berpengaruh terhadap *behavior intention* dalam hal penggunaan *Linkaja mobile payment*. Penelitian Prakarsa dkk (2024) juga menyebutkan bahwa *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *usage adoption* melalui *behavioral intention* Hal ini juga selaras dengan teori yang disampaikan Venkatesh et al (2003) yang mengemukakan *socil influence* dapat mempengaruhi *usage adoption* melalui *behavioral intention*.

Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating condition*) memiliki peran penting dalam mendukung adopsi penggunaan suatu teknologi melalui niat perilaku, dengan memastikan bahwa lingkungan yang mendukung tersedia, individu lebih cenderung memiliki niat yang kuat untuk menggunakan teknologi yang pada akhirnya mengadopsi dalam praktik kesehariannya. Dalam penelitian Ferdana dkk (2022), kondisi yang memudahkan berdampak pada niat orang untuk membayar zakat secara digital. Semakin banyak fitur yang diinginkan

oleh pengguna layanan pembayaram digital, maka semakin besar pula keinginan muzakki untuk menggunakan layanan pembayaran digital untuk membayar zakat. Penelitian Nuari (2019) juga menunjukkan bahwa *facilitating condition* berpengaruh terhadap *usage adoption* melalui *behavioral intention*.

*Behavioral intention*, didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat untuk menggunakan suatu sistem secara terus menerus dimasa yang akan datang. Dalam Venkatesh (2012) *behavior intention* menjadi faktor paling kuat yang mempengaruhi niat adopsi, penelitian Widayani dkk (2022) menyebutkan bahwa *behavior intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *mobile payment* LinkAja. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Romadoni (2022) yang menyebutkan bahwa *behavior intention* tidak berpengaruh terhadap *Usage Adoption*.

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai perilaku masyarakat dalam berzakat secara digital melalui *m-banking* , adapun judul penelitian yang akan diteliti : **“Perilaku Muzakki Menggunakan Layanan M-banking dengan Behavior Intention Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat di Aceh)”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka teridentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sejak awal pandemi Covid-19 di tahun 2020, sebagian besar industri mengalami penurunan mobilitas dan aktivitas

bertatap muka, yang akhirnya memaksa sebagian besar industri tersebut untuk beralih ke platform digital.

2. Penghimpunan zakat melalui platform digital di Indonesia di dominasi oleh sektor perbankan yaitu sebesar 61,8%.
3. Jumlah pengguna *mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia di Aceh meningkat 151%, peningkatan jumlah pengguna ini dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat yang semakin *digital savy* dan semakin familiar dengan *mobile banking*.
4. Tahun 2023 BMA berhasil mengumpulkan 55,4 juta zakat dan 16,7 juta infak melalui QRIS yang dapat diakses melalui *m-banking* BSI maupun *m-Banking* Bank Aceh Syariah.
5. Penelitian ini menggunakan teori model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*), teori ini merupakan bagian dari kajian keperilakuan seseorang dalam menggunakan sistem teknologi.

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dari latar belakang diatas, yaitu berkenaan dengan bagaimana perilaku masyarakat aceh untuk berzakat secara digital melalui *mobile banking*. Masalah penelitian ini dibatasi pada:

1. Penelitian berfokus pada bagaimana pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial dan kondisi-kondisi pemfasilitasi terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi *m-banking* dalam konteks pembayaran zakat.

2. Yang menjadi objek pada penelitian ini adalah pengguna *m-banking* syariah yang ada pada Bank Syariah di Aceh.

#### 1.4 Rumusan Masalah :

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

1. Bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap intensitas perilaku berzakat dengan adopsi penggunaan *m-banking* sebagai layanan berzakat?
2. Bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap intensitas perilaku berzakat dengan adopsi penggunaan *m-banking* sebagai layanan berzakat?
3. Bagaimana pengaruh *social influence* terhadap intensitas perilaku berzakat dengan adopsi penggunaan *m-banking* sebagai layanan berzakat?
4. Bagaimana pengaruh *facilitating condition* terhadap intensitas perilaku berzakat dengan adopsi penggunaan *m-banking* sebagai layanan berzakat?
5. Bagaimana pengaruh intensitas perilaku berzakat dengan *m-banking* terhadap adopsi penggunaan *m-banking* sebagai layanan berzakat?

#### 1.5 Tujuan Penelitian :

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *performance expectancy* terhadap intensitas perilaku berzakat dengan adopsi penggunaan *m-banking* sebagai layanan berzakat

- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *effort expectancy* terhadap intensitas perilaku berzakat dengan adopsi penggunaan *m-banking* sebagai layanan berzakat.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *social influence* terhadap intensitas perilaku berzakat dengan adopsi penggunaan *m-banking* sebagai layanan berzakat.
- 4) Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *facilitating condition* terhadap intensitas perilaku berzakat dengan adopsi penggunaan *m-banking* sebagai layanan berzakat.
- 5) Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh intensitas perilaku berzakat dengan *m-banking* terhadap adopsi penggunaan *m-banking* sebagai layanan berzakat.

## 1.6 Manfaat Penelitian :

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1.6.1 Manfaat Teoritis

- a. Untuk menambah wawasan tentang perilaku masyarakat menggunakan teknologi digital untuk membayar zakat melalui *m-banking*
- b. Menambah referensi penelitian selanjutnya

### 1.6.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan yang berkenaan dengan zakat secara digital.

- b. Bagi pengguna *m-banking* , penelitian ini diharapkan dapat menemukan inti dari permasalahan sehingga dapat menemukan suatu strategi untuk meningkatkan pertumbuhan zakat digital yang nantinya berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi syariah.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

Untuk lebih memahami kajian ini, maka materi-materi yang tertera pada proposal tesis ini dikelompokkan menjadi beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **Bab I : Pendahuluan**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan

### **Bab II : Kajian Literatur**

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori, kerangka berpikir dan pengembangan hipotesis.

### **Bab III : Metode Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan mengenai jenis penelitian, data dan teknik pemerolehannya, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, uji validitas dan reliabilitas, variabel penelitian, dan metode analisis data.

### **Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini diuraikan mengenai deskripsi obyek penelitian, hasil analisis dan pembahasan atas hasil pengolahan data

## Bab V : Kesimpulan

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan tesis yang memuat kesimpulan atas pengujian hipotesis dan jawaban atas rumusan masalah terkait dilengkapi dengan saran sebagai rekomendasi untuk penelitian ini. Kemudian akan diakhiri dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran penting lainnya.

