

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT GENERASI Z BERDONASI MELALUI *DIGITAL  
PAYMENT*; PERAN RELIGIUSITAS KEISLAMAMAN SEBAGAI  
PEMODERASI  
(Studi Kasus Kota Banda Aceh)**



**MULIANA RIZKA**

**221008003**

**Tesis Ditulis untuk Memenuhi Sebagian  
Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Magister  
dalam Prodi Studi Ekonomi Syariah**

**PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) AR-RANIRY**

**BANDA ACEH**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT GENERASI Z BERDONASI MELALUI *DIGITAL  
PAYMENT*; PERAN RELIGIUSITAS KEISLAMAN SEBAGAI  
PEMODERASI  
(Studi Kasus Kota Banda Aceh)**

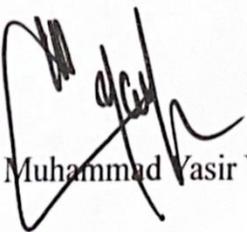
**MULIANA RIZKA  
NIM.221008003  
Program Studi Ekonomi Syariah**

**Tesis ini sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda  
Aceh untuk diujikan dalam  
Ujian Munaqasyah Tesis.**

**Menyetujui,**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA

  
Dr. Khairul Amri, SE., M.Si

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT GENERASI Z BERDONASI MELALUI *DIGITAL PAYMENT*; PERAN RELIGIUSITAS KEISLAMAN SEBAGAI PEMODERASI (Studi Kasus Kota Banda Aceh)**

**MULIANA RIZKA**

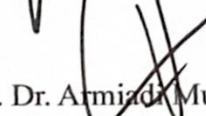
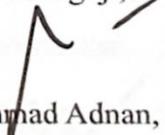
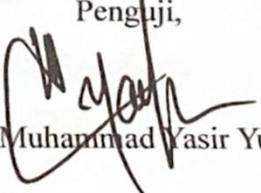
**NIM: 221008003**

**Program Studi Ekonomi Syariah**

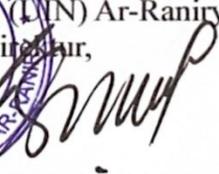
Telah Dipertahankan di depan Tim Penguji Sidang Tesis Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh

Tanggal: 11 Maret 2025 M  
11 Ramadhan 1446 H

**TIM PENGUJI**

 Ketua, Dr. Eismi Khalidin, M.Si Penguji,	 Sekretaris, Cut Dian Fitri, SE, Ak., M.Si Penguji,
 Prof. Dr. Armiada Musa, MA Penguji,	 Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si Penguji,
 Dr. Khairul Amri, SE., M.Si	 Prof. Dr. Muhammad Yasin Yusuf, MA

Banda Aceh, 18 Maret 2025  
Pascasarjana  
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh  
Dipertahankan,

  
Prof. Eka Primulyani, M.A., Ph.D.  
NIP. 19770219 199803 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Muliana Rizka  
Tempat/ Tanggal Lahir : Gampong Karieng/ 09 Juni 2000  
Nomor Mahasiswa : 221008003  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di suatu perguruan tinggi, 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, 18 Desember 2024

Saya yang menyatakan,



Muliana Rizka

221008003

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan laporan penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

### I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	N a m a
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša'	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	Je
ح	ha'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik diatas

غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	waw	w	we
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

## II. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis Rangkap

مُتَعَدِّدَةٌ	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	ditulis	'iddah
حِكْمَةٌ	ditulis	<i>ḥikmah</i>
عِلَّةٌ	ditulis	'illah

### III. Ta' Marbūṭah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*

Ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti *ṣalat*, *zakaṭ*, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya.

Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “*h*”

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	<i>Karāmah al-Auliyā'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

3. Bila *ta' Marbūṭah* kasrah dan hidup atau atau dengan dammah ditulis *t* atau *h*.  
harakat, fathah,

زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	<i>zakāh al-fiṭri</i>
-------------------	---------	-----------------------

### IV. Vokal Pendek

فَعَلَ	fathah	ditulis ditulis	a <i>fa'ala</i>
نَكَّرَ	kasrah	ditulis ditulis	i <i>ṣukira</i>
يَذْهَبُ	dammah	ditulis	u <i>yaḏhabu</i>

### V. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جَاهِلِيَّةٌ	ditulis ditulis	ā <i>jāhiliyyah</i>
2	Fathah + alif maqsur تَنْسَى	ditulis ditulis	ā <i>tansā</i>
3	Kasrah + ya' mati كَرِيمٌ	ditulis ditulis	i <i>karīm</i>

4	Dammah + wawu mati فُرُوضٌ	ditulis ditulis	ū <i>furūd</i>
---	-------------------------------	--------------------	-------------------

## VI. Vokal Rangkap

1	Fathah + alifya' mati بَيْنَكُمْ	ditulis ditulis	ai <i>bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قَوْنٌ	ditulis ditulis	au <i>qaul</i>

## VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَئِنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* ditulis dengan menggunakan huruf “I”.

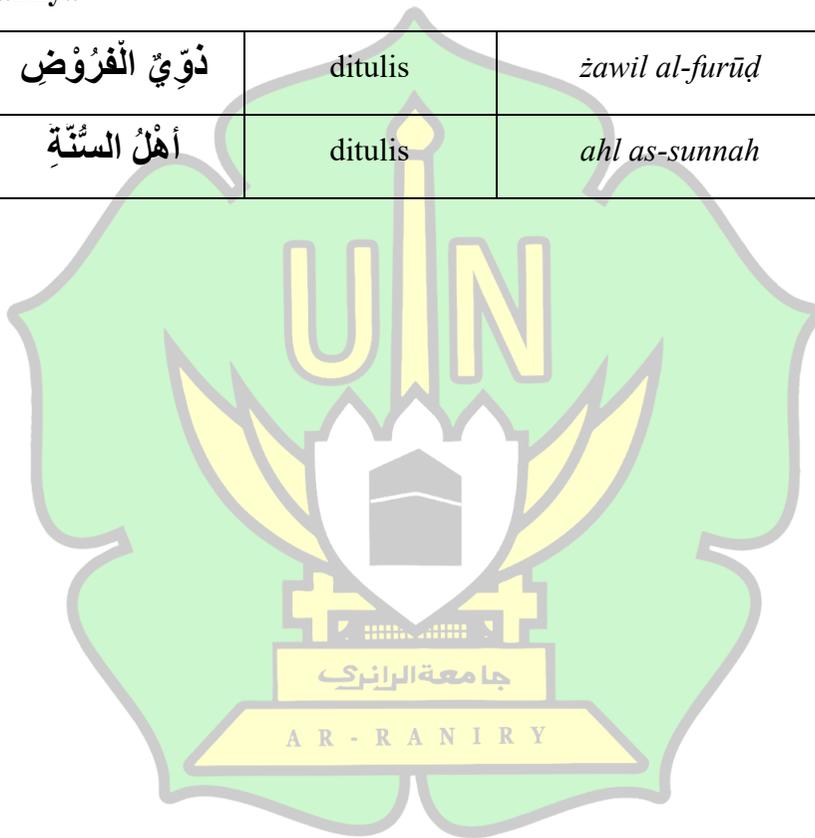
الْقُرْآنُ	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
الْقِيَّاسُ	ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang menghilangkan huruf *l* (el) nya. mengikutinya, dengan

السَّمَاءُ	ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشَّمْسُ	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

**IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat ditulis menurut penulisannya**

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	<i>zawil al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah menghiasi kehidupan dengan limpahan kasih sayang, nikmat, dan kemudahan yang tiada batas. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya keluar dari masa kegelapan menuju cahaya ilmu pengetahuan. Berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar magister pada Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul:

### **Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Berdonasi Melalui *Digital Payment*; Peran Religiusitas Keislaman Sebagai Pemoderasi (Studi Kasus Kota Banda Aceh)**

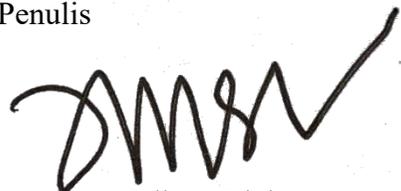
Penulis merasa bersyukur, bahagia, dan bangga atas terselesainya studi dan tesis ini. Namun, kebahagiaan dan kebanggaan tersebut tidak akan terwujud tanpa doa, dukungan, dan ketulusan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan memberikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua yang telah berkontribusi, diantaranya:

1. Kedua orang tua tersayang (Bapak Asnawi, S.Pd dan Ibu Mardhiah, Amd.Keb) yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta dan dukungan. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Kedua saudara kandung (kakak Mina Fitriana, S.Pd dan adik M. Abrar Azizi), serta keluarga besar yang selalu mendukung dan memberikan semangat sampai tesis ini selesai.
2. Bapak Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA dan Dr. Khairul Amri, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing penulis, memberikan saran dan motivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan tesis ini.
3. Bapak Prof. Dr. Ridwan Nurdin, M.C.L selaku penasehat akademik yang memberi saran dan arahan selama kuliah sehingga penulis selalu bersemangat dalam menjalani pendidikan hingga memperoleh gelar magister.
4. Bapak Dr. Bismi Khalidin, M.Si selaku ketua program studi Ekonomi Syariah yang telah memberi banyak saran, masukan, serta kesempatan dalam mengembangkan diri, sehingga tesis ini bisa diselesaikan dengan cepat dan baik.

5. Ibu Prof. Eka Sri Mulyani, M.Ag., Ph.D selaku direktur Pascasarjana UIN Ar-Raniry.
6. Bapak Prof. Dr. Armiadi Musa, Muhammad Arifin. Ph.D, Ibu Dr. Nilam Sari, M.Ag. dan Dr. Nevi Hasnita, M.Ag. selaku penguji seminar proposal tesis yang telah memberi banyak saran dan masukan sehingga tesis ini menjadi lebih baik.
7. Bapak Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA, Dr. Khairul Amri, SE., M.Si, Prof. Dr. Armiadi Musa, MA dan Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si. selaku penguji seminar hasil tesis yang telah memberi banyak saran dan masukan sehingga tesis ini menjadi lebih baik.
8. Bapak Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA, Dr. Khairul Amri, SE., M.Si, Prof. Dr. Armiadi Musa, MA, Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si, Dr. Bismi Khalidin, M.Si dan Ibu Cut Dian Fitri, SE, Ak., M.Si. selaku penguji sidang munaqasyah yang telah memberi banyak saran dan masukan sehingga tesis ini menjadi lebih baik.
9. Seluruh dosen program studi Ekonomi syariah dan staf di Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah memberikan ilmu, pengalaman, motivasi, dan pengarahan kepada penulis.
10. Responden yang telah meluangkan waktu dalam menjawab kuesioner penelitian dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
11. Kepada seluruh teman seangkatan dan seperjuangan Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2022 Pascasarjan UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
12. Kepada teman-teman, terutama caca dan fira yang selalu menemani penulis saat susah maupun senang yang menyemangati tanpa henti, semoga sukses selalu dan senantiasa dalam keridhaan Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki kekurangan dan belum mencapai kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai panduan untuk perbaikan dalam penelitian ini maupun penelitian di masa mendatang. Sebagai penutup, penulis memohon maaf atas segala kekhilafan serta mengucapkan terima kasih atas segala bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kita semua.

Banda Aceh, 18 Desember 2024  
Penulis



Muliana Rizka

## ABSTRAK

- Judul Tesis : Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Berdonasi Melalui *Digital Payment* Dengan Religiusitas Keislaman Sebagai Pemoderasi (Studi Kasus Di Kota Banda Aceh)
- Nama/ NIM : Muliana Rizka/ 221008003
- Pembimbing I : Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
- Pembimbing II : Dr. Khairul Amri, SE., M.Si
- Kata Kunci : Minat, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Religiusitas Keislaman, Donasi dan Generasi Z

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* dengan religiusitas keislaman sebagai pemoderasi (studi kasus di kota banda aceh). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dan *moderated regression analysis* (MRA) dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment*, sedangkan religiusitas keislaman secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment*. Selanjutnya, hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, kepercayaan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment*. Hasil penelitian religiusitas keislaman sebagai pemoderasi menunjukkan bahwa religiusitas keislaman tidak dapat memoderasi variabel kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment*.

## ABSTRACT

- Title : The Influence Of Ease Of Use And Trust On Generation Z's Interest In Donating Via Digital Payments, With Islamic Religiosity As A Moderating Variable (Case Study In The City Of Banda Aceh)
- Name/ ID : Muliana Rizka/ 221008003
- Supervisors I : Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
- Supervisors II : Dr. Khairul Amri, SE., M.Si
- Keywords : Interest, Ease of Use, Trust, Islamic Religiosity, Donations and Generation Z

This research aims to analyze the influence of ease of use and trust on Generation Z's interest in donating via digital payments, with Islamic religiosity as a moderating variable (case study in the city of Banda Aceh). Data were collected using a questionnaire with a sample of 100 respondents. Hypothesis testing was conducted using multiple linear regression analysis and moderated regression analysis (MRA) with the SPSS application. The results of the research show that partially ease of use and trust have a positive and significant effect on generation z's interest in donating via digital payment, while Islamic religiosity partially has no effect on generation z's interest in donating via digital payment. Furthermore, the results of simultaneously show that ease of use, trust and religiosity have a positive and significant effect on Generation Z's interest in donating via digital payments. Regarding the moderating role of Islamic religiosity, the analysis reveals that it does not moderate the relationship between ease of use, trust, and Generation Z's interest in donating via digital payments.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

## خلاصة

- عنوان : يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير سهولة الاستخدام والثقة على اهتمام الجيل Z بالتبرع عبر المدفوعات الرقمية مع التدين الإسلامي كوسيط (دراسة حالة في مدينة باندا أتشيه)
- اسم الباحث / رقم : موليان رزكا / ٣٠٠٨٠٠١٢٢
- المشرف الأول : البروفيسور دكتور. محمد ياسر يوسف
- المشرف الثاني : دكتور. خير العامري
- الكلمات المفتاحية : لفائدة، سهولة الاستخدام، الثقة، التدين الإسلامي، التبرعات والجيل

يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير سهولة الاستخدام والثقة على اهتمام الجيل Z بالتبرع عبر المدفوعات الرقمية مع التدين الإسلامي كوسيط (دراسة حالة في مدينة باندا أتشيه). تستخدم تقنية جمع البيانات استنباطاً مع عينة مكونة من 100 مستجيب. يستخدم اختبار الفرضيات تحليل الانحدار الخطي المتعدد وتحليل الانحدار المعتدل (MRA) بمساعدة تطبيق SPSS. تظهر نتائج البحث أن سهولة الاستخدام والثقة جزئياً لها تأثير إيجابي وكبير على اهتمام جيل Z بالتبرع عبر الدفع الرقمي، في حين أن التدين الإسلامي ليس له أي تأثير جزئياً على اهتمام جيل Z بالتبرع عبر الدفع الرقمي. علاوة على ذلك، تظهر نتائج البحث في وقت واحد أن سهولة الاستخدام والثقة والتدين لها تأثير إيجابي وكبير على اهتمام الجيل Z بالتبرع عبر المدفوعات الرقمية. تظهر نتائج البحث عن التدين الإسلامي كوسيط أن سهولة الاستخدام والثقة ليس لهما أي تأثير على اهتمام الجيل Z بالتبرع عبر المدفوعات الرقمية.

## 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 .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR TABEL .....	xix
BAB I .....	20
PENDAHULUAN.....	20
1.1 Latar Belakang Masalah .....	20
1.2 Identifikasi Masalah .....	29
1.3 Batasan Masalah .....	29
1.4 Rumusan Masalah.....	30
1.5 Tujuan Penelitian .....	30
1.6 Manfaat Penelitian.....	31
1.7 Kajian Pustaka .....	31
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
LANDASAN TEORI.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 <i>Digital payment</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Generasi Z.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Minat Donasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.1 Pengertian Minat Donasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.2 Kelebihan Donasi Melalui Platform Digital .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.3 Langkah-langkah dalam Berdonasi Secara Online yang Aman..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.3.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Munculnya Minat .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3.5 Indikator Minat .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Kemudahan Penggunaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4.3 Indikator Kemudahan Penggunaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Kepercayaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.1 Pengertian kepercayaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.3 Dimensi Variabel Kepercayaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5.4 Indikator Kepercayaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6 Religiusitas Keislaman .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6.1 Pengertian Religiusitas Keislaman .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6.3 Indikator Religiusitas Keislaman.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.8 Kerangka berpikir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9 Hubungan antar variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Berdonasi .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Berdonasi .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.3 Pengaruh Religiusitas Keislaman Terhadap Minat Berdonasi ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Berdonasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Berdonasi Yang Dimoderasi Dengan Religiusitas Keislaman	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.9.6 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Berdonasi Yang Dimoderasi Dengan Religiusitas Keislaman .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.10 Hipotesis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1 Jenis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2 Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Instrumen Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1 Variabel Independen (X).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2 Variabel Dependen (Y).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.3 Variabel Moderasi (Z).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7 Uji Instrumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1 Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.1 Uji Normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.2 Uji Multikolinieritas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9 Teknik Analisis Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.1 Model Regresi Linear Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.2 Moderated Regression Analysis (MRA).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.3 Uji Simultan (Uji f).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.4 Uji Parsial (Uji t).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.9.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB IV</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.1 Demografi Kota Banda Aceh.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Karakteristik Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3 Hasil Uji Instrumen .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4 Analisis Frekuensi Persepsi Responden ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1 Deskripsi Persepsi Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2 Persepsi Responden Minat Berdonasi.	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.3 Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Penggunaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.4 Persepsi Responden Terhadap Kepercayaan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.5 Persepsi Responden Terhadap Religiusitas Keislaman.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.1 Uji Normalitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6 Model Regresi Linear Berganda dan <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.7 Uji Hipotesis (Uji F – Uji Simultan) .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.8 Uji Hipotesis (Uji T- Uji Parsial).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.9 Koefisien Determinan ( $R^2$ ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.10 Implikasi Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.10.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat berdonasi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.10.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat berdonasi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.10.3 Pengaruh Religiusitas Keislaman Terhadap Minat berdonasi...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.10.4 Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Religiusitas Keislaman Terhadap Minat berdonasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

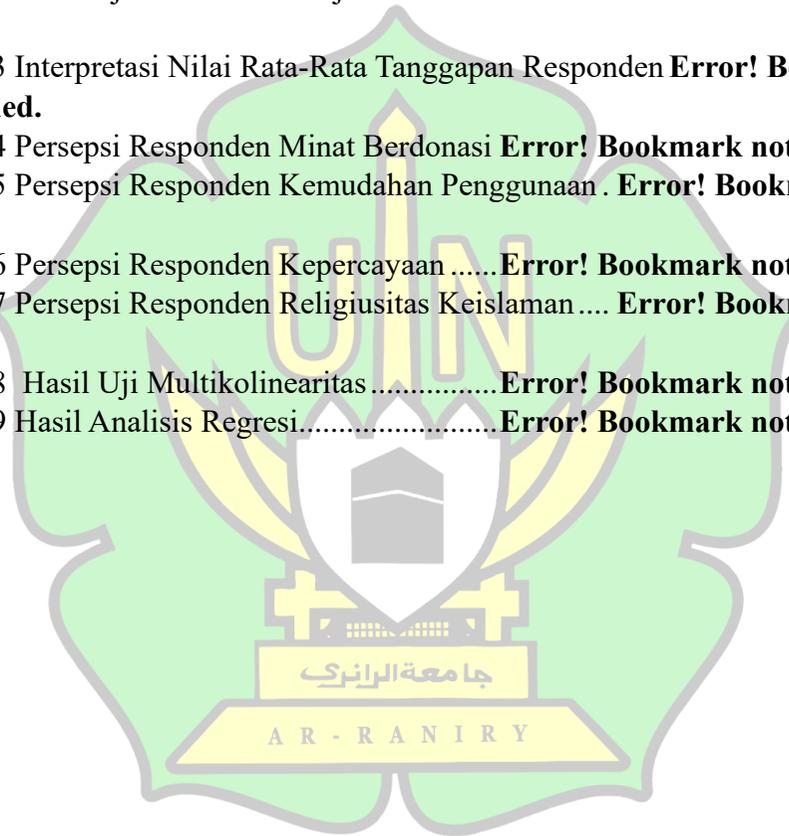
4.10.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Berdonasi Yang Dimoderasi Dengan Religiusitas Keislaman	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.10.6 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Berdonasi Yang Dimoderasi Dengan Religiusitas Keislaman .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.11 Analisis Hasil Kajian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KESIMPULAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Penggunaan Digital Payment .....	22
Gambar 1. 2 Perbandingan Donasi Digital dan Non Digital .....	24
Gambar 1. 3 Kecenderungan Donasi Digital Antar Generasi .....	26
Gambar 2. 1 Donasi Melalui Aplikasi DANA ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 2 Donasi melalui Byond by BSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 3 Donasi Melalui Aplikasi Go-Pay....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 4 Kerangka Berpikir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia.....	20
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu .....	40
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 2 Kategori Deskripsi Variabel .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 1 Karakteristik responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 3 Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Responden	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 4 Persepsi Responden Minat Berdonasi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 5 Persepsi Responden Kemudahan Penggunaan .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 6 Persepsi Responden Kepercayaan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 7 Persepsi Responden Religiusitas Keislaman ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini meningkat dengan sangat pesat. Perkembangan teknologi semakin canggih ditandai dengan terciptanya berbagai inovasi, salah satunya dalam bidang ekonomi yaitu *financial technology*. *Financial technology* lebih dikenal dengan kata *fintech* adalah sebuah inovasi pada jasa keuangan yang digabungkan dengan teknologi serta dapat mengubah model bisnis konvensional menjadi moderat dan merubah pembayaran tunai menjadi non tunai<sup>1</sup>. Perubahan yang terjadi saat ini, membuat pelaku usaha melakukan inovasi agar produk dan layanan mereka dapat terintegrasi dengan teknologi. Digitalisasi di semua sektor, termasuk sektor industri harus dilakukan agar tetap bertahan di tengah era global. Seiring dengan kemajuan teknologi, di Indonesia penggunaan internet tumbuh dan berkembang<sup>2</sup>. Menurut databoks.katadata.id jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat setiap tahunnya, seperti yang terlihat pada gambar 1.1

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Pengguna Internet di Indonesia**

No	Tahun	Juta Pengguna
1	2013	70,5
2	2014	88,9
3	2015	88,9
4	2016	135
5	2017	144
6	2018	172
7	2019	174
8	2020	200
9	2021	201

<sup>1</sup> Ambarwati, Diyan. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. P3M STIE AUB Surakarta.

<sup>2</sup> Athar, M.D.A. (2021). Intensi Generasi Milenial Dalam Membayar Donasi Melalui *Digital payment*. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

10	2022	201
11	2023	213

Sumber: Katadata.co.id (2023)

Menurut laporan *We Are Social*, jumlah penggunaan internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Secara tren, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya dalam sedekade terakhir. Jumlah pengguna internet di dalam negeri tercatat bertambah 142,5 juta dari Januari 2013 yang hanya sebanyak 70,5 juta orang. Laporan itu juga menemukan, rerata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit dalam sehari. Di sisi lain, laporan itu mencatat bahwa mayoritas atau 98,3% pengguna internet Indonesia menggunakan telepon genggam.

Dasar hukum *fintech* di Indonesia diatur dalam Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran, Surat Edaran Bank Indonesia No.18/22/DKSP perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital dan Peraturan Bank Indonesia No.18/17/PBI/2016 tentang Uang Elektronik. Sehingga Bank Indonesia bisa memberikan keamanan dan ketertiban transaksi pembayaran dengan menjadi fasilitator, analisis bisnis inteligen, asesmen dan koordinasi dan komunikasi<sup>3</sup>. Hukum transaksi elektronik juga diatur pada Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia NO: 116/DSN-MUI/IX/2017 yaitu Uang Elektronik Syariah, dimana dalam ketentuan hukum uang elektronik boleh digunakan sebagai alat pembayaran yang sesuai dengan ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia<sup>4</sup>.

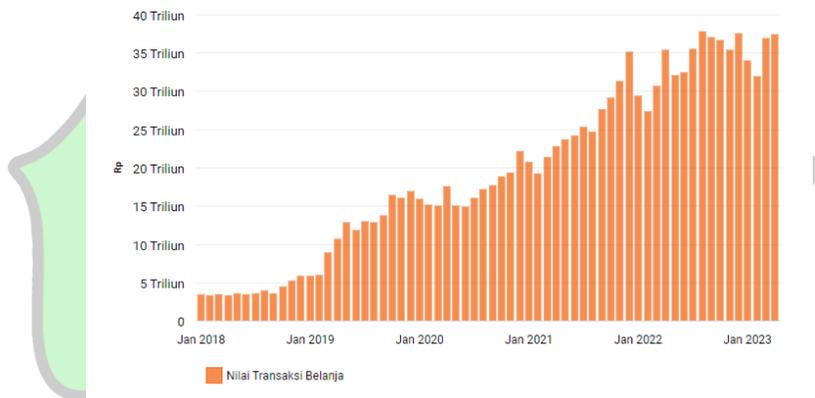
Dengan adanya perkembangan *fintech* semua aktivitas sehari-hari dapat dilakukan dengan lebih praktis, cepat dan menguntungkan, seperti tidak perlu membawa uang tunai saat ingin melakukan pembayaran (*cashless*). Sistem pembayaran *cashless* dikenal sebagai alat pembayaran yang menggunakan aplikasi dalam penggunaannya sehingga dapat memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Di Indonesia terdapat berbagai macam jenis

<sup>3</sup> Bank Indonesia. (2016). <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-FinancialTeknologi.aspx>. Diakses pada tanggal 09 desember 2023.

<sup>4</sup> DSN MUI. (2017). NO: 116/DSN-MUI/IX/2017, Tentang Uang Elektronik Syariah. Halaman 9.

pembayaran non tunai, sehingga masyarakat sudah mulai terbiasa dengan transaksi *digital payment*.

Internet menjadi sarana pendukung yang lebih disukai dalam sistem perdagangan perekonomian global karena peranannya yang strategis dalam memperluas transaksi baik dalam negeri maupun luar negeri. Sebanyak 71% dari pengguna Internet pernah bertransaksi dalam pembelian secara online atau melalui *ecommerce* menggunakan pembayaran melalui *digital payment*. Indonesia terus mengalami peningkatan penggunaan *digital payment* setiap tahunnya. Jumlah penduduk yang besar serta meningkatnya *e-commerce* di Indonesia mempercepat tumbuhnya transaksi *digital payment* di tanah air.



Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) (2023)

**Gambar 1. 1 Nilai Transaksi Penggunaan Digital Payment**

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), sepanjang bulan April 2023 nilai transaksi belanja menggunakan uang elektronik atau *e-money* di dalam negeri mencapai Rp37,46 triliun. Nilai tersebut meningkat 1,4% dibanding Maret 2023 (*month-on-month/mom*), serta lebih tinggi 5,8% dibanding April 2022 (*year-on-year/yoy*). Jika merunut lima tahun ke belakang, pada April 2023 nilai transaksi belanja menggunakan *e-money* juga sudah tumbuh 1.017% atau naik hampir 11 kali lipat dibanding April 2018.

Astuti dan Nugroho menyebutkan bahwa dompet digital (*e-wallet*) merupakan salah satu bentuk alat pembayaran (*payment*) dalam industri *fintech*. *E-wallet* didefinisikan juga sebagai uang elektronik yang digunakan untuk transaksi non

tunai (*cashless*) secara lebih efisien, mudah, cepat, siap digunakan dan aman<sup>5</sup>. Jenis *e-payment* yang umum digunakan di Indonesia ialah dompet digital (*e-wallet*). Terdapat 5 (lima) layanan dompet digital terbesar di Indonesia yaitu ShopeePay, OVO, GoPay, DANA, LinkAja dan LinkAja Syariah<sup>6</sup>. Saat ini, pengguna aplikasi dompet digital mencapai 87% dan didominasi oleh pengguna dengan kelompok usia 18-24 tahun yang merupakan tergolong dalam Generasi Z. Industri *e-commerce* pun mengalami pertumbuhan pengguna terbesar selama kuartal ketiga, yaitu mencapai 95% dari total populasi.

Penggunaan pembayaran digital (*digital payment*) ternyata tidak hanya terbatas pada transaksi pembayaran, tetapi juga dimanfaatkan untuk berdonasi. Tren donasi online telah meningkatkan perkembangan dan minat masyarakat dalam kegiatan filantropi. Salah satu bentuknya adalah donasi online melalui platform *crowdfunding*. Penggalangan dana atau donasi seperti sedekah dan infak yang dilakukan secara daring merupakan bagian dari kegiatan sosial dengan tujuan untuk saling membantu sesama yang membutuhkan<sup>7</sup>.

Perkembangan teknologi sekarang membuat semua kegiatan menjadi lebih mudah dilakukan dan lebih cepat dilakukan. Tak terkecuali kegiatan yang bersifat religius juga terkena dampak dari perkembangan teknologi, contohnya adalah berdonasi. Seiring dengan perkembangan zaman, khususnya penggunaan media online sebagai wadah untuk berdonasi menimbulkan suatu permasalahan dalam ranah religius. Muncul kalangan masyarakat yang menanyakan tentang keabsahan sistem donasi online dalam ranah agama khususnya agama Islam. Donasi tradisional dan donasi secara digital memiliki perbedaan utama, yaitu kemudahan dalam menemukan donatur. Pada donasi tradisional, prosesnya memerlukan lebih banyak waktu, usaha, dan sumber daya untuk meyakinkan donatur agar memberikan sumbangan. Selain itu, cakupan donasi tradisional biasanya terbatas hanya pada beberapa individu, instansi, atau organisasi tertentu. Sebaliknya,

---

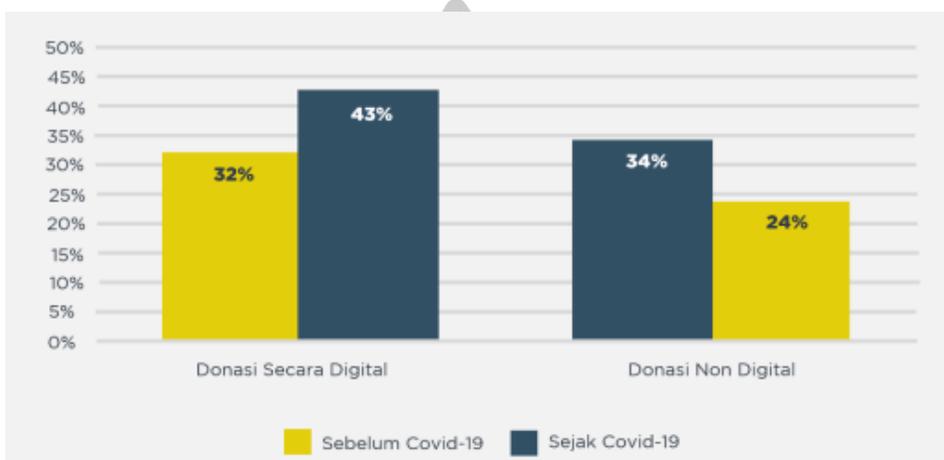
<sup>5</sup> Astuti, I. S., & Nugroho, E. S. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Aplikasi Dompet Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 26-36.

<sup>6</sup> Prathama, F. (2019). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang Konsumen e - Commerce Lazada. *Agora*, 7(1).

<sup>7</sup> Amalia, N., Lubis, D dan Muthohharoh, M. (2020) Faktor-faktor yang Memengaruhi Milenial Berdonasi Online melalui Crowdfunding Platform: Studi Kasus Kitabisa.com. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 08, Nomor 2.

*crowdfunding* memungkinkan penggalangan dana menjangkau donatur dengan cakupan yang jauh lebih luas<sup>8</sup>.

Hal ini merupakan dampak dari pandemi yang memaksa seluruh sektor industri untuk mengurangi mobilitas dan aktivitas bertatap muka secara langsung sehingga memaksa sebagian besar sektor industri untuk mengadopsi berbagai platform digital dalam melakukan proses transaksinya termasuk sektor keuangan syariah dalam hal ini lembaga pengumpulan donasi.



Sumber: baznas.go.id (2022)

**Gambar 1. 2 Perbandingan Donasi Digital dan Non Digital**

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan bahwa baik sebelum maupun sejak covid-19 donasi secara digital lebih diminati karena ada kredibilitas dan lebih mudah dibandingkan secara konvensional. Salah satu lembaga pengumpulan data dan survey, katadata.co.id, juga menunjukkan hasil bahwa donasi melalui platform digital pada tahun 2020 naik 72% selama pandemi covid-19. Jumlah pengguna layanan digital yang berdonasi meningkat 9% menjadi 81%. GoPay mencatat tren donasi secara digital masih sangat diminati meski aktivitas masyarakat kembali normal sejak 2022. GoPay sendiri telah mengumpulkan donasi digital hingga Rp 154 miliar di 2022. Sepanjang 2022, kami melihat BAZNAS merupakan salah satu lembaga amal zakat yang dipercaya dan banyak

<sup>8</sup> Barthelemy, F. (2019). Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial. *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 21(2), 155-168.

digunakan pengguna GoPay untuk berbagi kebaikan kepada sesama. Melalui donasi, zakat, infak, maupun sedekah<sup>9</sup>.

Donasi melalui platform dapat dilakukan dengan lebih cepat dan memiliki jangkauan yang lebih luas. Transparansi menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan masyarakat, sekaligus mengatasi stigma negatif yang sering melekat pada donasi konvensional. Praktik penyalahgunaan dana donasi, keberadaan yayasan fiktif, serta kegiatan meminta-minta dengan dalih sumbangan untuk panti asuhan perlu dihapuskan secara bertahap. Dalam hal ini, Organisasi Pengelola Zakat menjalin kerjasama dengan platform eksternal. Salah satunya adalah platform ride-hailing asal Indonesia, Gojek, melalui unit usahanya yang bernama Go-Give. Beberapa lembaga seperti BAZNAS, Dompot Dhuafa, dan Rumah Zakat telah bekerjasama dengan platform tersebut untuk mengumpulkan dana zakat<sup>10</sup>.

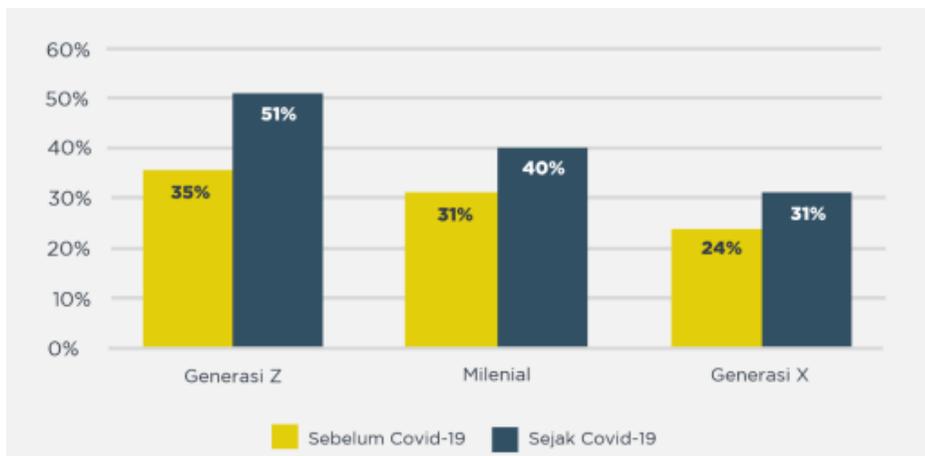
Digital Donation Outlook 2020 merupakan studi pertama yang paling lengkap mengenai ekosistem donasi digital di Indonesia. Data dalam studi ini dihasilkan dari kombinasi survei masyarakat dan wawancara dengan para eksekutif senior, mulai dari perwakilan pemerintah hingga para pelaku filantropi. Penelitian ini bertujuan untuk mendorong kemajuan donasi digital di Indonesia, khususnya di tengah situasi pandemi. Melalui donasi digital, masyarakat dapat saling membantu kapan saja dan di mana saja. Potensi donasi dari zakat di Indonesia diperkirakan melebihi Rp200 triliun, namun realisasinya saat ini baru mencapai 3,4% dan terus mengalami peningkatan. Studi ini juga mengungkapkan bahwa selama pandemi, masyarakat Indonesia semakin giat berdonasi, dengan rata-rata jumlah donasi meningkat hingga 72%. Data internal GoPay menunjukkan bahwa transaksi donasi digital melalui platform mereka meningkat dua kali lipat selama pandemi. Kesehatan dan perlindungan sosial menjadi isu yang paling banyak menarik perhatian donatur saat ini. Untuk mendukung hal ini, GoPay berkomitmen mempermudah masyarakat dalam berdonasi. Sejak 2019, GoPay telah menjalin kerja sama dengan ratusan rumah ibadah dan organisasi nirlaba lainnya dengan menyediakan fasilitas pembayaran donasi digital dan menyelenggarakan berbagai pelatihan.

---

<sup>9</sup> CNBC Indonesia (2023). Donasi Digital Tinggi, GoPay & BAZNAS Ajak Masyarakat Berbagi. <https://www.cnbcindonesia.com/>. Diakses pada tanggal 13 desember 2023

<sup>10</sup> Barthelemy, F. (2019). Strategi Komunikasi Crowdfunding melalui Media Sosial. *JURNAL IPTEKKOM (Jurnal Ilmu Pengetahuan & Teknologi Informasi)*, 21(2), 155-168.

Kemudian, kecenderungan masyarakat dalam melakukan donasi secara digital sejak pandemi COVID-19 meningkat cukup signifikan di semua kelompok masyarakat baik itu generasi Z, Milenial dan juga X.



Sumber: baznas.go.id (2022)

**Gambar 1. 3 Kecenderungan Donasi Digital Antar Generasi**

Berdasarkan gambar 1.3 menunjukkan bahwa terdapat kenaikan donasi melalui platform digital sebesar 16 persen untuk generasi Z, kenaikan sebesar 9 persen untuk generasi milenial, dan kenaikan sebesar 7 persen di kalangan generasi X<sup>11</sup>. Hal ini juga menunjukkan bahwa Generasi Z lebih cenderung menggunakan platform digital dan aplikasi *mobile* untuk berdonasi dibandingkan dengan generasi sebelumnya yang mungkin lebih terbiasa dengan metode tradisional seperti uang tunai.

Berdasarkan hasil penelitian dari Rachmi dan Basyir menunjukkan bahwa dari 260 responden pengguna *e-wallet* yang berdomisili di Kota Banda Aceh, rentan usia 18-25 menjadi persentase responden terbanyak sebesar 48,1% yang berarti 125 orang<sup>12</sup>. Rentang usia 18-25 tahun merupakan kelompok generasi Z yang secara umum lebih akrab dengan teknologi digital. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda di Kota Banda Aceh menjadi pengguna yang signifikan dalam adopsi teknologi keuangan digital seperti *e-wallet*. Dengan persentase 48,1% dari total responden juga menunjukkan bahwa generasi sebelumnya memiliki tingkat

<sup>11</sup> Baznas (2022). Outlook Zakat Indonesia. Pusat Kajian Strategi Baznas - Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS). Baznas.go.id, diakses pada tanggal 9 Januari 2025.

<sup>12</sup> Rachmi, T dan Basyir, M (2023). Strategi Penggunaan Berkelanjutan E-Wallet Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen, Inovasi Bisnis dan Strategi*. Vol. 1, No. 1

adopsi *e-wallet* yang lebih rendah. Hal ini bisa disebabkan oleh faktor seperti ketidakpercayaan terhadap teknologi atau preferensi terhadap metode tradisional.

Banyak faktor yang menyebabkan seseorang melakukan donasi secara digital, termasuk melalui *digital payment*, diantaranya kemudahan penggunaan dan kepercayaan serta religiusitas keislaman. Menurut Krisnanto & Yulianthini kemudahan penggunaan Aplikasi dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan atau tingkat dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan system tertentu tidak diperlukan usaha yang begitu maksimal atau dengan istilah lainnya dapat mudah dipahami oleh pengguna. Selanjutnya ialah faktor kepercayaan merupakan suatu yang penting bagi penyedia jasa atau layanan yang didasarkan pada kehandalan dan integritas sehingga pengguna memiliki keyakinan untuk membangun hubungan dalam jangka dan kurun waktu yang lama<sup>13</sup>.

Terakhir ialah variabel religiusitas keislaman merupakan suatu tingkat keimanan seseorang terhadap ajaran dan hukum yang dimuat dalam ketentuan agamanya<sup>14</sup>. Donasi merupakan salah satu dimensi spiritual yang kuat, dimana seseorang terdorong untuk berdonasi sebagai bentuk kepatuhan pada ajaran agama. Manambahkan Religiusitas Keislaman sebagai pemoderasi juga memungkinkan penelitian mengidentifikasi bagaimana nilai-nilai keislaman dapat memperkuat ataupun memperlemah pengaruh variabel kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat generasi Z berdonasi melalui *digital payment*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Puspita dkk telah didapati kesimpulan bahwa variabel religiusitas, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Bersedekah Via Kitabisa.com.

Meskipun banyak penelitian menunjukkan bahwa kemudahan, kepercayaan dan religiusitas mempengaruhi seseorang dalam menggunakan platform digital dalam berdonasi, namun terdapat pula hasil studi yang menunjukkan bahwa kemudahan, kepercayaan dan religiusitas tidak memberikan pengaruh terhadap penggunaan platform digital sebagai alat untuk berdonasi. Berdasarkan hasil studi

---

<sup>13</sup> Krisnanto, A & Yulianthini, N.N (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek Di Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 3 No. 1

<sup>14</sup> Larasati, Sheila Aulia Eka (2017). Pengaruh Kepercayaan, Religiusitas dan Pendapatan Terhadap Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Berzakat Melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Labuhanbatu Selatan (Studi Kasus Masyarakat Desa Sisumut). Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara.

yang dilakukan Rohmah dkk menyatakan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat ZIS menggunakan fintech crowdfunding<sup>15</sup>. Hal ini menunjukkan kemudahan belum dirasakan pada masyarakat yang menggunakan *fintech crowdfunding*. Berdasarkan hasil penelitian Irawati dan Fitriyani menyebutkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat sedekah non tunai<sup>16</sup>. Hal ini juga menunjukkan bahwa Masyarakat mungkin belum sepenuhnya memahami atau mempercayai teknologi yang digunakan dalam transaksi non-tunai dan tidak ada sosialisasi yang cukup, mereka mungkin tidak melihat urgensi atau kepraktisan mengenai donasi melalui platform digital.

Salah satu alasan mengapa hasil studi berbeda-beda adalah karena lokasi penelitian. Wilayah penelitian ini memiliki karakteristik demografi yang memengaruhi sikap masyarakatnya. Lokasi yang dipilih untuk penelitian adalah Kota Banda Aceh, Provinsi Aceh. Kota Banda Aceh dipilih karena memiliki potensi besar dalam pengembangan sistem pembayaran nontunai. Selain itu, sebagai ibu kota Provinsi Aceh, kota ini dikenal dengan penerapan syariat Islam serta tingkat religiusitas masyarakat yang tinggi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis akan meneliti pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment*; peran religiusitas keislaman sebagai bermoderasi.

Pemilihan generasi Z pada Kota Banda Aceh sebagai subjek penelitian didasarkan pada beberapa pertimbangan. *Pertama*, Generasi Z sangat fasih dalam teknologi digital, berorientasi pada nilai-nilai progresif, dan memiliki hasrat untuk perubahan sosial. *Kedua*, Melalui penggunaan teknologi dan media sosial, Generasi Z memengaruhi perubahan sosial dan budaya dalam masyarakat. *Ketiga*, Generasi Z tumbuh bersama perkembangan internet dan media sosial, yang juga telah mempengaruhi cara mereka berkomunikasi dan berinteraksi. *Keempat*, Generasi Z tidak hanya merupakan bagian penting dari populasi saat ini, tetapi juga akan terus berperan penting dalam membentuk masa depan.

---

<sup>15</sup> Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, Dan Efektifitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqoh. Kasaba: *Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 42-51

<sup>16</sup> Irawati N dan Fitriyani E.N (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Sedekah Non Tunai. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*. Volume 3, nomor 2,179-202.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Meningkatnya jumlah donatur yang menggunakan layanan digital sebesar 81%, donasi digital diminati karena dapat dilakukan dengan lebih cepat dan memiliki jangkauan yang lebih luas dibandingkan secara tradisional. Transparansi menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan masyarakat, sekaligus mengatasi stigma negatif yang sering melekat pada donasi konvensional. Saat ini, pengguna aplikasi dompet digital mencapai 87% dan didominasi oleh pengguna dengan kelompok usia 18-24 tahun yang merupakan tergolong dalam Generasi Z. Oleh karenanya, faktor-faktor apa saja yang menyebabkan Generasi Z melakukan donasi secara digital, termasuk melalui *digital payment*.

## 1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini menguji pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment*; peran religiusitas keislaman sebagai bermoderasi. Meskipun banyak penelitian menunjukkan bahwa kemudahan, kepercayaan dan religiusitas mempengaruhi seseorang dalam menggunakan platform digital dalam berdonasi, namun terdapat pula penelitian yang menyebutkan bahwa kemudahan, kepercayaan dan religiusitas tidak memberikan pengaruh terhadap penggunaan platform digital sebagai alat untuk berdonasi. Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Rohmah dkk menunjukkan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat ZIS menggunakan fintech crowdfunding. Hal ini mengindikasikan bahwa kemudahan belum dirasakan pada masyarakat yang menggunakan fintech crowdfunding. Berdasarkan hasil penelitian Irawati dan Fitriyani menyebutkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat sedekah non tunai.

Kemudahan penggunaan aplikasi mencakup suatu keadaan atau tingkat dimana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan system tertentu tidak diperlukan usaha yang begitu maksimal atau dengan istilah lainnya dapat mudah dipahami oleh pengguna. Selanjutnya ialah faktor kepercayaan yang merupakan suatu hal penting bagi penyedia jasa atau layanan yang didasarkan pada kehandalan dan integritas sehingga pengguna memiliki keyakinan untuk membangun hubungan dalam jangka dan kurun waktu yang lama. Terakhir ialah variabel Religiusitas keislaman menjadi nilai yang sangat penting dan berdampak pada aspek kognitif/perilaku seorang muslim dalam melakukan suatu kebaikan.

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh?
3. Bagaimana religiusitas berpengaruh terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh?
4. Bagaimana kemudahan penggunaan dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh?
5. Bagaimana kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh dengan religiusitas keislaman sebagai variabel moderasi?
6. Bagaimana kepercayaan berpengaruh terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh dengan religiusitas keislaman sebagai variabel moderasi?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas keislaman terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh dengan religiusitas keislaman sebagai variabel moderasi.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat generasi z berdonasi melalui *digital payment* di Kota Banda Aceh dengan religiusitas keislaman sebagai variabel moderasi.

## 1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk pelaksanaan tugas akhir dalam rangka menyelesaikan studi agar terpenuhi kurikulum Program Magister di UIN Ar-Raniry. Selain itu, peneliti berharap penelitian ini dapat berguna dalam menambah ilmu pengetahuan peneliti.

2. Bagi ilmu pengetahuan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi apabila akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan pembahasan yang ada serta dapat menambah khasanah baca bagi akademis.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian bisa mengidentifikasi pola perilaku masyarakat yang lebih cenderung memilih cara yang lebih praktis dan cepat dalam memberikan donasi. Penelitian juga mengungkapkan bagaimana penggunaan platform digital mengubah cara masyarakat dalam memilih untuk berdonasi serta cenderung lebih spontan dan impulsif.

## 1.7 Kajian Pustaka

Kajian pustaka memiliki peranan yang sangat membantu dalam penyusunan desain penelitian, yang didasarkan pada penelitian yang akan diteliti dan dapat menghasilkan hasil penelitian yang faktual, ilmiah, dan aktual. Oleh karena itu, tujuan dari tinjauan pustaka adalah untuk mengevaluasi penerapan penelitian dan membandingkannya dengan hasil studi sebelumnya. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu terkait dengan penyaluran donasi melalui digital payment.

Penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa dkk bertujuan untuk menganalisis pengaruh brand awareness dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan masyarakat Jabodetabek dalam menyalurkan zakat dan donasi melalui platform Tokopedia. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif serta Structural

Equation Model (SEM) dengan pendekatan Partial Least Square (PLS), yang diolah menggunakan software statistik Smart PLS 3.0. Data primer diperoleh dari pengisian kuesioner, sementara data sekunder berasal dari literatur fisik dan digital. Hasil penelitian yang melibatkan 100 responden menunjukkan bahwa brand awareness dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Jabodetabek untuk menggunakan Tokopedia sebagai media penyaluran zakat dan donasi. Sebagian besar responden yang memilih Tokopedia berada dalam rentang usia 18-25 tahun, menunjukkan bahwa generasi muda memiliki peran besar dalam pengembangan platform digital di sektor keuangan. Hal ini mencerminkan potensi yang sangat baik untuk memperluas penggunaan platform digital di kalangan masyarakat yang terus mengikuti perkembangan teknologi<sup>17</sup>.

Adapun persamaan penelitian Khairunnisa dkk dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kepercayaan dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel kemudahan penggunaan, minat dan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

Penelitian Wijayanti bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi pengaruh transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan Generasi Milenial Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 orang dengan metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Non Probability Sampling*. Metode analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi, kepercayaan, religiusitas, kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding Kitabisa.com<sup>18</sup>.

---

<sup>17</sup> Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 284.

<sup>18</sup> Wijayanti, Rani (2021). Pengaruh Transparansi, Kepercayaan, Religiusitas Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Generasi Milenial Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.Com (Studi Kasus Generasi Milenial Dikota Pekanbaru). Skripsi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau

Adapun persamaan penelitian Wijayanti dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kemudahan penggunaan dan kepercayaan dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel minat dan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

Tujuan dari kajian Irawati dan Fitriyani untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, pendapatan, dan religiusitas terhadap minat bersedekah secara non tunai, dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh 100 responden muslim di Kota Salatiga sebagai sampel penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS 26. Proses analisis meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan pendapatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat bersedekah non tunai. Namun, religiusitas tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat tersebut. Selain itu, kepercayaan terbukti mampu memoderasi pengaruh persepsi kemudahan, pendapatan, dan religiusitas terhadap minat bersedekah secara non tunai<sup>19</sup>.

Adapun persamaan penelitian Irawati dan Fitriyani dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kemudahan dan minat dalam menyalurkan donasi non tunai. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

Tujuan dari kajian Yanti untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa dalam membayar Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) melalui Tokopedia Salam. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder, di mana data primer diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengolahan data dilakukan menggunakan software IBM SPSS versi 24.0. Hasil penelitian

---

<sup>19</sup> Irawati dan Fitriyani (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Sedekah Non Tunai. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*. Volume 3, No. 2 (December), pp. 179-202

menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam, dengan nilai signifikansi 0,003 dan t hitung 3,002. Variabel religiusitas juga berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,010 dan t hitung 2,625, menunjukkan bahwa religiusitas turut memengaruhi minat mahasiswa dalam membayar ZIS. Selain itu, variabel kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan t hitung 5,987, yang menegaskan bahwa kepercayaan menjadi faktor penting dalam mendorong minat mahasiswa membayar ZIS melalui Tokopedia Salam<sup>20</sup>.

Adapun persamaan penelitian Yanti dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kepercayaan dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel kemudahan penggunaan dan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

Tujuan dari kajian Salsabila untuk mengetahui variabel kemudahan sistem, empati, risiko, reputasi, pendapatan, dan kepercayaan dapat memengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi donatur di platform crowdfunding berbasis online. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan data primer yang dianalisis menggunakan software SmartPLS versi 3.0. Pengujian hipotesis dilakukan dengan pendekatan Partial Least Square (PLS), yang melibatkan dua tahap pengujian: outer model dan inner model. Sampel minimum yang digunakan adalah 200 responden, yang dipilih melalui teknik convenience sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner selama satu minggu kepada masyarakat Indonesia yang telah atau berniat untuk berdonasi melalui platform crowdfunding, dengan tiga kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel seperti kemudahan, empati, risiko, reputasi, dan pendapatan tidak memengaruhi keputusan berdonasi di platform crowdfunding berbasis online secara positif dan signifikan. Sementara itu, kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk berdonasi di platform crowdfunding berbasis online.<sup>21</sup>.

---

<sup>20</sup> Yanti, Risa Hari (2022). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat, Infak, Sedekah (Zis) Di Tokopedia Salam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Walisongo Semarang). Skripsi Prodi Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang

<sup>21</sup> Salsabila, Nadia Wisnu (2022). Determinan Keputusan Masyarakat Menjadi Donatur Crowdfundinf Berbasis Online. Skripsi Prodi Akuntansi Universitas Islam Indonesia

Adapun persamaan penelitian Salsabila dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kemudahan dan kepercayaan dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel minat dan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

Tujuan penelitian Afandi adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat dan perilaku masyarakat kalangan generasi Z untuk berinfak dan sedekah melalui pembayaran secara digital. Konstruk teori model yang digunakan adalah UTAUT-3. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan metode pengolahan data menggunakan analisis Jamovi 2.3.28. Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi dan motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam menggunakan digital payment ketika berinfak dan bersedekah. Sedangkan nilai harga, kebiasaan dan inovasi personal berpengaruh terhadap minat terhadap minat generasi Z dalam menggunakan digital payment ketika berinfak dan sedekah. Kemudian variabel kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan dan minat tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku masyarakat dalam menggunakan platform digital payment untuk berinfak dan sedekah, sedangkan inovasi personal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku generasi Z dalam berinfak dan sedekah dengan menggunakan platform pembayaran digital<sup>22</sup>.

Adapun persamaan penelitian Afandi dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti minat generasi z dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel kemudahan penggunaan, kepercayaan dan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Taufiqurohman dan Fadilla bertujuan untuk memahami apakah persepsi kemudahan penggunaan dan e-trust yang dibangun oleh aplikasi Kitabisa memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi digital pada generasi Z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada data empirik yang terkumpul, dengan

---

<sup>22</sup> Afandi, Muhammad Nur Afif (2024). Perilaku Masyarakat Dalam Berinfak Dan Sedekah Melalui Digital Payment: Pendekatan Model Utaut-3 (Studi Kasus Gen Z Si Yogyakarta). Skripsi Prodi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, dan data dikumpulkan melalui Google Form. Untuk menganalisis data, digunakan teknik analisis jalur dengan bantuan Microsoft Excel dan SPSS. Hasil uji parsial dan uji simultan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan e-trust memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk berdonasi digital, dengan pengaruh simultan sebesar 64,5%. Sementara itu, 35,5% dari keputusan berdonasi digital dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini<sup>23</sup>.

Adapun persamaan penelitian Taufiqurohman dan Fadilla dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kemudahan penggunaan, kepercayaan dan generasi z dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel minat dan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi.

Penelitian Ramadhan bertujuan untuk mengumpulkan bukti empiris pengaruh kepercayaan kemudahan, keamanan dan transparansi dalam pengambilan keputusan membayar ZIS melalui platform e- wallet. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah muzakki dan donatur di kota Tangerang Selatan, sampel penelitian ini adalah 100 pembayar zakat, infak, sedekah di Tangerang Selatan menggunakan platform ewallet di Tangerang Selatan. Melalui penyebaran ke muzaki dan donatur di Tangerang Selatan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif, dan menggunakan SEM- PLS untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan muzakki dan donatur di Tangerang Selatan sedangkan kepercayaan dan transparansi memiliki pengaruh yang tidak signifikan<sup>24</sup>.

Adapun persamaan penelitian Ramadhan dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kemudahan dan kepercayaan dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian

---

<sup>23</sup> Taufiqurohman dan Fadilla (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan E-Trust terhadap Keputusan Berdonasi Digital Generasi Z pada Aplikasi Kitabisa. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*. Volume 2 Nomor 3, 290-299

<sup>24</sup> Ramadhan, Ummy Khaira (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan Dan Transparansi Terhadap Keputusan Donatur Dan Muzaki Dalam Membayar Zakat, Infak, Sedekah Melalui Platform E-Wallet. Skripsi Prodi Ekonomi Syariah UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

sekarang menggunakan variabel minat dan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurjannah dan Hendrawan bertujuan untuk menguji pengaruh emotional marketing dan perceived ease of use terhadap niat berdonasi melalui pembayaran digital di LAZISMU. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala Likert yang disebarakan kepada responden melalui Google Form. Populasi dalam penelitian ini adalah donatur yang berencana melakukan donasi di LAZISMU wilayah Yogyakarta melalui pembayaran digital. Dengan menggunakan teknik purposive sampling, sampel penelitian terdiri dari 100 donatur. Teknik analisis data dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistics 26, yang meliputi uji koefisien determinasi, uji regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, emotional marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berdonasi, dengan koefisien 0,115 dan nilai signifikansi 0,010 yang lebih kecil dari 0,05. Kedua, perceived ease of use terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat berdonasi, dengan koefisien 0,565 dan nilai signifikansi 0,000 yang juga lebih kecil dari 0,05. Penelitian ini menemukan bahwa emotional marketing dan perceived ease of use dapat menjelaskan 49,7% pengaruh terhadap variabel terikat, yaitu niat berdonasi. Dari hasil uji regresi berganda dan uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa emotional marketing dan perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap niat berdonasi<sup>25</sup>.

Adapun persamaan penelitian Nurjannah dan Hendrawan dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kemudahan dan minat dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel kepercayaan dan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

Penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati dkk mengenai strategi penghimpunan zakat, infaq, dan sedekah di era modern harus sejalan dengan kemajuan teknologi dan perilaku masyarakat 5.0 (society 5.0). Dalam masyarakat 5.0, teknologi menjadi dasar kehidupan, sehingga pembayaran zakat, infaq, dan

---

<sup>25</sup> Nurjannah, Siti dan Hendrawan, Suryana (2023). Pengaruh Emotional Marketing dan Perceived Ease of Use terhadap Donation Intention melalui Digital Payment. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*. Volume 5, nomor 2.

sedekah non tunai harus memanfaatkan teknologi finansial seperti mobile banking, ATM, QRIS, dompet digital, dan e-commerce. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana penerimaan dan penggunaan layanan teknologi finansial dalam pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) dengan menggunakan ekstensi Technology of Acceptance Model (TAM) yang dipadukan dengan motivasi spiritual. Metode penelitian yang digunakan adalah Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) dengan 129 responden yang berasal dari beberapa kota, termasuk Bekasi, Bandung, Bogor, Cimahi, Sukabumi, Garut, Majalengka, Tasikmalaya, dan Pangandaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan dan penggunaan layanan teknologi keuangan untuk membayar ZIS secara non tunai dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, sikap, dan niat. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa lembaga zakat dapat memahami sejauh mana penerimaan dan penggunaan teknologi oleh muzakki dalam pembayaran zakat non tunai, sehingga lembaga dapat berinovasi dalam menyediakan layanan yang lebih sesuai bagi muzakki dan masyarakat yang ingin melakukan pembayaran zakat non tunai<sup>26</sup>.

Adapun persamaan penelitian Sukmawati dkk dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kemudahan dalam menyalurkan donasi non tunai melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel kepercayaan, minat dan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

Penelitian yang dilakukan oleh Azizah dan rekan-rekannya membahas salah satu platform crowdfunding yang populer di Indonesia dalam pengumpulan dana ZIS, yaitu Kitabisa.com. Tujuan dari kajian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh brand awareness (X1), transparansi (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap keputusan masyarakat untuk menyalurkan ZIS melalui crowdfunding Kitabisa.com (Y). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel yang terdiri dari pengguna platform Kitabisa.com sebanyak 121 orang di wilayah Jabodetabek. Data yang digunakan adalah data primer, dan instrumen yang digunakan berupa angket dengan skala Likert. Untuk menganalisis data, penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dan SPSS Statistics versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel brand awareness,

---

<sup>26</sup> Sukmawati, H, Wisandani, I dan Kurniawati, M.R (2022). Penerimaan dan Penggunaan Muzakki dalam Membayar Zakat Non-Tunai di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol. 9 No. 4.

transparansi, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan masyarakat untuk menyalurkan ZIS melalui crowdfunding Kitabisa.com<sup>27</sup>.

Adapun persamaan penelitian Azizah dkk dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kepercayaan dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel kemudahan penggunaan, minat dan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

Penelitian yang dilakukan oleh Puspita dkk membahas peran platform crowdfunding, khususnya Kitabisa.com, di tengah minimnya kontribusi pemerintah dalam mengurangi angka kemiskinan di Indonesia. Platform crowdfunding ini menjadi sarana efektif untuk menggalang dana sosial, yang kemudian disalurkan kepada pihak yang membutuhkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan populasi yang terdiri dari masyarakat yang pernah menggunakan Kitabisa.com minimal satu kali. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 277 responden. Teknik analisis data yang diterapkan meliputi Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis, menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bersedekah melalui Kitabisa.com, 2) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bersedekah melalui Kitabisa.com, dan 3) kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bersedekah melalui Kitabisa.com<sup>28</sup>.

Adapun persamaan penelitian Puspita dkk dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kemudahan dan kepercayaan dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

---

<sup>27</sup> Azizah, N., Hasbi, S. dan Yetty, F (2021). Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan ZIS DiKITABISA.COM. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*. Volume 06, Nomor 02

<sup>28</sup> Puspita, A., Yunus, A. R., & Sofyan, A. S. (2024). The Influence Of Religious Beliefs And Perceived Ease On The Interest In Donating Through Kitabisa.Com. *Asian Journal Of Control. Asian Journal of Islamic Studies and Da'wah*. Volume 2 nomor 2

Penelitian yang dilakukan oleh Linardi dan Nur bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan norma subjektif terhadap minat mahasiswa untuk berdonasi melalui platform crowdfunding. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, dengan responden sebanyak 100 mahasiswa/mahasiswi yang berdomisili di Jabodetabek. Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berdonasi melalui platform crowdfunding. Sementara itu, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berdonasi melalui platform tersebut<sup>29</sup>.

Adapun persamaan penelitian Linardi dan Nur dengan penelitian sekarang ialah sama-sama meneliti peran kemudahan dan kepercayaan dalam menyalurkan donasi melalui platform digital. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian sekarang menggunakan variabel religiusitas keislaman sebagai pemoderasi serta subjek pada penelitian ini ialah generasi z di kota banda aceh.

**Tabel 1. 2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti/ Judul Penelitian/ Metode	Tujuan	Kesimpulan
1	Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020)/ Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui	Tujuan dari kajian ini untuk menganalisis pengaruh brand awareness dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan masyarakat	Hasil penelitian yang melibatkan 100 responden menunjukkan bahwa brand awareness dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Jabodetabek

<sup>29</sup> Linardi, C dan Nur, T (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *INOVIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*. Volume 4, Nomor 2.

No	Peneliti/ Judul Penelitian/ Metode	Tujuan	Kesimpulan
	Tokopedia/ Kuantitatif (analisis deskriptif dan analisis Structural Equation Model (SEM) pendekatan Partial Least Square (PLS) menggunakan software statistic Smart PLS 3.0)	Jabodetabek dalam menyalurkan zakat dan donasi melalui platform Tokopedia.	untuk menggunakan Tokopedia sebagai media penyaluran zakat dan donasi. Sebagian besar responden yang memilih Tokopedia berada dalam rentang usia 18-25 tahun, menunjukkan bahwa generasi muda memiliki peran besar dalam pengembangan platform digital di sektor keuangan. Hal ini mencerminkan potensi yang sangat baik untuk memperluas penggunaan platform digital di kalangan masyarakat yang terus mengikuti perkembangan teknologi.
2	Wijayanti, Rani (2021)/ pengaruh transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com (studi	Tujuan dari kajian ini untuk mengetahui dan mengidentifikasi pengaruh transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan	Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa transparansi, kepercayaan, religiusitas, kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada

No	Peneliti/ Judul Penelitian/ Metode	Tujuan	Kesimpulan
	kasus generasi milenial dikota pekanbari)/ kuantitatif (analisis regresi linear berganda)	Generasi Milenial Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com.	platform crowdfunding Kitabisa.com.
3	Irawati dan Fitriyani (2022)/ Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Sedekah Non Tunai/ kuantitatif (analisis regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS 26)	Tujuan dari kajian ini untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, pendapatan, dan religiusitas terhadap minat bersedekah secara non tunai, dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan pendapatan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat bersedekah non tunai. Namun, religiusitas tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat tersebut. Selain itu, kepercayaan terbukti mampu memoderasi pengaruh persepsi kemudahan, pendapatan, dan religiusitas terhadap minat bersedekah secara non tunai.
4	Yanti, Risa Hari (2022)/ pengaruh pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan terhadap minat bayar zakat, infak, sedekah (ZIS) di tokopedia salam (studi	Tujuan dari kajian ini untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa membayar

No	Peneliti/ Judul Penelitian/ Metode	Tujuan	Kesimpulan
	<p>kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN walisongo semarang)/ kuantitatif (menggunakan aplikasi IBM SPSS 24)</p>	<p>terhadap minat mahasiswa dalam membayar Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) melalui Tokopedia Salam.</p>	<p>ZIS di Tokopedia Salam, dengan nilai signifikansi 0,003 dan t hitung 3,002. Variabel religiusitas juga berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,010 dan t hitung 2,625, menunjukkan bahwa religiusitas turut memengaruhi minat mahasiswa dalam membayar ZIS. Selain itu, variabel kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan t hitung 5,987, yang menegaskan bahwa kepercayaan menjadi faktor penting dalam mendorong minat mahasiswa membayar ZIS melalui Tokopedia Salam.</p>
5	<p>Salsabila, Nadia Wisnu (2022)/ determinan keputusan masyarakat menjadi donatur crowdfunding berbasis online/ kuantitatif (analisis menggunakan</p>	<p>Tujuan dari kajian ini untuk mengetahui variabel kemudahan sistem, empati, risiko, reputasi, dan pendapatan, dan</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel seperti kemudahan, empati, risiko, reputasi, dan pendapatan tidak memengaruhi keputusan berdonasi di platform</p>

No	Peneliti/ Judul Penelitian/ Metode	Tujuan	Kesimpulan
	program software SmartPLS versi 3.0)	kepercayaan dapat memengaruhi keputusan masyarakat menjadi donatur di platform crowdfunding berbasis online.	crowdfunding berbasis online secara positif dan signifikan. Sementara itu, kepercayaan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk berdonasi di platform crowdfunding berbasis online.
6	Afandi, Muhammad Nur Afif (2024)/ perilaku masyarakat dalam berinfak dan sedekah melalui digital payment: pendekatan model utaut-3 (studi kasus gen z si yogyakarta)/ kuantitatif (pengolahan data menggunakan analisis Jamovi 2.3.28) skripsi prodi ekonomi islam Universitas islam indonesia yogyakarta	Tujuan dari kajian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat dan perilaku kalangan generasi Z untuk berinfak dan sedekah melalui pembayaran secara digital.	Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi dan motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam menggunakan digital payment ketika berinfak dan bersedekah. Sedangkan nilai harga, kebiasaan dan inovasi personal berpengaruh terhadap minat terhadap minat generasi Z dalam menggunakan digital payment ketika berinfak dan sedekah. Kemudian variabel kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan dan minat tidak

No	Peneliti/ Judul Penelitian/ Metode	Tujuan	Kesimpulan
			memiliki pengaruh terhadap perilaku masyarakat dalam menggunakan platform digital payment untuk berinfak dan sedekah, sedangkan inovasi personal memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku generasi Z dalam berinfak dan sedekah dengan menggunakan platform pembayaran digital
7	Taufiqurohman dan Fadilla (2022)/ Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan E-Trust terhadap Keputusan Berdonasi Digital Generasi Z pada Aplikasi Kitabisa. Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting/ kuantitatif (Teknik analisis jalur dengan bantuan Microsoft Excel dan SPSS)	Tujuan dari kajian ini untuk memahami apakah persepsi kemudahan penggunaan dan e-trust yang dibangun oleh aplikasi Kitabisa memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi digital pada generasi Z di Indonesia.	Hasil uji parsial dan uji simultan menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan e-trust memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk berdonasi digital, dengan pengaruh simultan sebesar 64,5%. Sementara itu, 35,5% dari keputusan berdonasi digital dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

No	Peneliti/ Judul Penelitian/ Metode	Tujuan	Kesimpulan
8	<p>Ramadhan, Umyy Khaira (2021)/ pengaruh kepercayaan, kemudahan, keamanan dan transparansi terhadap keputusan donatur dan muzaki dalam membayar zakat, infak, sedekah melalui platform e-wallet/ kuantitatif (analisi menggunakan SEM-PLS)</p>	<p>Tujuan dari kajian ini untuk mengumpulkan bukti empiris pengaruh kepercayaan kemudahan, keamanan dan transparansi dalam pengambilan keputusan membayar ZIS melalui platform e-wallet.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa variabel kemudahan dan keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan muzaki dan donatur di Tangerang Selatan sedangkan kepercayaan dan transparansi memiliki pengaruh yang tidak signifikan</p>
9	<p>Nurjannah dan hendrawan (2023)/ Pengaruh Emotional Marketing dan Perceived Ease of Use terhadap Donation Intention melalui Digital Payment/ kuantitatif (Teknik Analisis data melalui program IBM SPSS statistic 26)</p>	<p>Tujuan dari kajian ini untuk menguji bagaimana pengaruh emotional marketing dan perceived ease of use terhadap niat berdonasi melalui pembayaran digital di LAZISMU.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertama, emotional marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berdonasi, dengan koefisien 0,115 dan nilai signifikansi 0,010 yang lebih kecil dari 0,05. Kedua, perceived ease of use terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat berdonasi, dengan koefisien 0,565 dan nilai signifikansi 0,000 yang juga lebih kecil dari 0,05. Penelitian ini</p>

No	Peneliti/ Judul Penelitian/ Metode	Tujuan	Kesimpulan
			menemukan bahwa emotional marketing dan perceived ease of use dapat menjelaskan 49,7% pengaruh terhadap variabel terikat, yaitu niat berdonasi.
10	Sukawati dkk (2022)/ Penerimaan dan Penggunaan Muzakki dalam Membayar Zakat Non-Tunai di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model/ kuantitatif (Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS))	Tujuan dari kajian ini untuk mengetahui sejauh mana penerimaan dan penggunaan layanan teknologi finansial dalam pembayaran Zakat, Infaq, dan Sedekah (ZIS) dengan menggunakan ekstensi Technology of Acceptance Model (TAM) yang dipadukan dengan motivasi spiritual.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerimaan dan penggunaan layanan teknologi keuangan untuk membayar ZIS secara non tunai dipengaruhi oleh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, sikap, dan niat. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa lembaga zakat dapat memahami sejauh mana penerimaan dan penggunaan teknologi oleh muzakki dalam pembayaran zakat non tunai, sehingga lembaga dapat berinovasi dalam menyediakan layanan yang lebih sesuai bagi muzakki dan masyarakat yang ingin

No	Peneliti/ Judul Penelitian/ Metode	Tujuan	Kesimpulan
			melakukan pembayaran zakat non tunai.
11	Azizah dkk (2021)/ Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan ZIS DiKITABISA.COM./ kuantitatif (Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan menggunakan SPSS Statistics versi 23)	Tujuan dari kajian ini untuk menjelaskan pengaruh brand awareness (X1), transparansi (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap keputusan masyarakat untuk menyalurkan ZIS melalui crowdfunding Kitabisa.com (Y).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel brand awareness, transparansi, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan masyarakat untuk menyalurkan ZIS melalui crowdfunding Kitabisa.com.
12	Puspita dkk (2024)/ The Influence of Religious Beliefs and Perceived Ease on the Interest in Donating through Kitabisa.com./ Kuantitatif (menggunakan bantuan program SPSS 2)	Tujuan dari kajian ini untuk mengetahui Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan Dan kemudahan Terhadap Minat bersedekah Via Kitabisa.Com	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bersedekah melalui Kitabisa.com, 2) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bersedekah melalui Kitabisa.com, dan 3) kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bersedekah melalui Kitabisa.com.

No	Peneliti/ Judul Penelitian/ Metode	Tujuan	Kesimpulan
13	Linardi dan Nur (2021)/ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding/ kuantitatif	Tujuan dari kajian ini untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan norma subjektif terhadap minat mahasiswa untuk berdonasi melalui platform crowdfunding.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berdonasi melalui platform crowdfunding. Sementara itu, persepsi kemudahan, kepercayaan, dan norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berdonasi melalui platform crowdfunding.

Sumber: Penelitian terdahulu