

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN MUZAKI BAZNAS BOYOLALI MENGGUNAKAN
LAYANAN ZAKAT ONLINE**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

Arthavetaris Novelycya Melati

NIM. 19.52.31.058

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
TAHUN 2023**

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKI BAZNAS BOYOLALI
MENGUNAKAN LAYANAN ZAKAT ONLINE
SKRIPSI**

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Untuk Memenuhi Sebagai
Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi .

Oleh:
Arthavetaris Novelycya Melati
NIM. 19.52.31.058

Surakarta ,19 mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Meilana Widyarningsih, S.E.Sy M.E.

NIP. 199205182020122013

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arthavetaris Novelycya Melati
NIM : 195231058
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan Bahwa skripsi berjudul "**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKI BAZNAS BOYOLALI MENGGUNAKAN LAYANAN ZAKAT ONLINE**".

Benar benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya ,apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi ,saya bersedia menerima saksi sesuai peraturan yang berlaku .

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Surakarta, 22 Mei 2023



Arthavetaris Novelycya melati

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arthavetaris Novelycya Melati
NIM : 195231058
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan Bahwa skripsi berjudul **“PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKI BAZNAS BOYOLALI MENGGUNAKAN LAYANAN ZAKAT ONLINE “**.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar benar telah melakukan penelitian dan mengambil data sesuai sampel skripsi tersebut. Apabila di kemudian hari bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya ,saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku .

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya .

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Surakarta , 22 Mei 2023



Arthavetaris Novelycya melati

Meilana Widyarningsih, S.E.Sy., M.E.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Arthavetaris Novelycya Melati

Kepada yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan Hormat bersama ini kami sampaikan setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Arthavetaris Novelycya Melati NIM :19.52.31.058 yang berjudul :

“PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT, KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKI BAZNAS BOYOLALI MENGGUNAKAN LAYANAN ZAKAT ONLINE “.

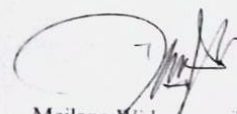
Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam ilmu perbankan syariah Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimanfaatkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkanya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Surakarta, 22 Mei 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Meilana Widyarningsih, S.E.Sy., M.E.

NIP. 19920518 202012 2 013

PENGESAHAN

**PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKI BAZNAS BOYOLALI
MENGUNAKAN LAYANAN ZAKAT ONLINE**

Oleh:

ARTHAVETARIS NOVELCYA MELATI
NIM. 19.52.31.058

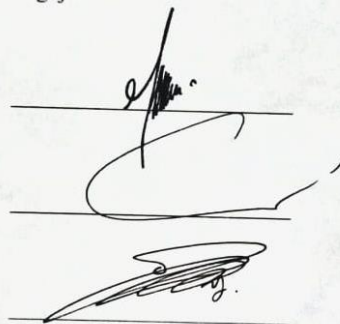
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Senin tanggal 05 Juni 2023 M / 16 Dzulqa'dah 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I.
NIP. 19870828 201403 1 002

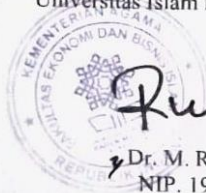
Penguji II
Fuad Hasyim, S.E.I., M.E.K.
NIP. 19890316 201801 1 003

Penguji III
Mufti Arief Arfiansyah, M.Ak.
NIP. 19890615 202012 1 006



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin,

Dengan senantiasa memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat serta kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi saya. Segala syukur saya ucapkan kepada Allah SWT karena telah menghadirkan orang-orang yang senantiasa mendoakan serta memberikan semangat kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Saya persembahkan skripsi yang sudah saya kerjakan untuk :

1. Kedua orang tua saya yang saya cintai dan saya sayangi. Terima kasih kepada Bapak Sunarno yang telah memberikan didikan, semangat dan kasih sayangnya kepada anak pertama perempuannya agar senantiasa bersabar dan terus berusaha akan segala sesuatu yang dihadapi kedepannya. Saya ucapkan terima kasih kepada Ibu Sri Sugiarti yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat serta kasih sayang yang tiada batasnya sehingga putri pertamamu mampu melewati segala masalah yang ada terutama dalam hal mengerjakan skripsi. Saya persembahkan skripsi saya ini sebagai bentuk kasih sayang saya untuk bapak dan ibu.
2. Adik perempuan saya Mikhailika Fitrilycya Melodi dan Adik Laki Laki saya Muhammad Shandy Rino Rasendra terima kasih atas segala pengertian dan semangatnya karena selama saya menyelesaikan skripsi ini telah meringankan beban pikiran saya menjadi tempat terbaik saya untuk berkeluh kesah, semoga kedepannya saya bisa menjadi contoh yang baik untukmu.

3. Ibu supiati dan bapak mulyanto yang selalu mendoakan saya ,memberikan dukungan dan percaya saya bisa menyelesaikan skripsi saya serta kasih sayang dan semangat yang telah diberikan .
4. Eyang partini dan eyang sisar terimakasih atas segala semangat dan pengertiannya serta kasih sayang yang selalu diberikan .
5. Lutfhi Hazanatin Zahro sahabat saya terimakasih karena selalu memebersamai saya di susah maupun senang sejak awal perkuliahan dimulai samapai saat ini semoga samapai kedepennya bisa selalu saling suport .

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah *rabbil'alamin*, Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kemudahan, Manfaat dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali Menggunakan Layanan Zakat Online”.

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Penulis menyadari bahwa terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara materil dan moril. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Mohammad Rahmawan Arifin, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharammi, S.E.I, M.E.I., Selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Meilana Widyaningsih, S.E.Sy.,M.E. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu dan tenaganya untuk memperhatikan serta membimbing penulis selama menyelesaikan skripsi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah mengarahkan dan memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak, Ibu ,Adik laki laki , Adik Perempuan ibu supiaty,bpk sri mulyanto ,dan kdua eyang pitri saya yang telah memberikan kasih sayang, doa dan pengorbanan yang tidak ada habisnya sehingga mendorong saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman dari Perbankan Syariah B angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah memberikan kesempatan untuk saling mengenal, membantu dan memberikan cerita indah selama menjalani perkuliahan.

Penulis tidak dapat membalas semua kebaikan kepada orang-orang yang telah membantu dan memberikan arahan, maka hanya doa dan puji syukur kepada Allah SWT, semoga diberikan balasan atas kebaikan yang dilakukan. Terima kasih. *Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Surakarta, 19 Mei 2023

Penulis

ABSTRACT

This study aims to determine the influence between convenience, benefits and trust on the decision of Muzaki Baznas Boyolali using online zakat services at Baznas Boyolali. This type of research uses quantitative research. The population used was Muzaki Baznas Boyolali with the number of samples used in this study as many as 97 respondents. The sample requirement used in this study is muzaki baznas Boyolali who has used online zakat services. This study used probability sampling technique with Convenience sample method. The data used in this study was primary data in the form of questionnaires. The analysis used in this study is multiple linear regression analysis. The results of the research that have been conducted show that partially only the variables Trust and Benefits have a positive and significant effect on the decision of Muzaki Baznas Boyolali to use online Zakat services. While convenience does not have a significant effect on Muzaki Baznas' decision to use online zakat services.

Keywords: Decision to Use, Online Zakat, Convenience, Benefits and Trust

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Kemudahan, Manfaat dan Kepercayaan terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali menggunakan layanan zakat online di Baznas Boyolali. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah muzaki Baznas Boyolali dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Syarat sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah muzaki Baznas Boyolali yang sudah pernah menggunakan layanan zakat secara online. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode sampel *Convenience*. Pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara parsial hanya variabel Kepercayaan dan Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali menggunakan layanan Zakat secara online. Sedangkan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Muzaki Baznas menggunakan layanan zakat online.

Kata Kunci : Keputusan Menggunakan, Zakat Online, Kemudahan, Manfaat dan Kepercayaan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELAH MELKUKAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Batasan Masalah.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Teori <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	13
2.1.2 Keputusan Menggunakan	16
2.1.3 Kemudahan Penggunaan.....	19
2.1.4 Manfaat	21
2.1.5 Kepercayaan.....	22
2.1.6 Zakat Online	25
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran	34

2.4 Hipotesis Penelitian	34
2.4.1 Pengaruh Kemudahan terhadap keputusan Menggunakan Layanan Zakat Online	35
2.4.2 Pengaruh Manfaat terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Zakat Online	36
2.4.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Zakat Online	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Waktu Dan Wilayah Penelitian	38
3.2 Jenis Penelitian	38
3.3 Populasi ,Sampel ,dan Teknik Pengambilan Sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	39
3.4 Data dan Sumber Data.....	41
3.4.1 Data Primer	41
3.4.2 Data Sekunder.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Variabel Penelitian	44
3.6.1 Variabel Independen (X)	44
3.6.2 Variabel Dependen (Y).....	44
3.7 Definisi Oprasional Variabel.....	44
3.8 Teknik Analisis Data	46
3.8.1 Statistik Deskriptif	46
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.8.3 Uji Ketetapan Model.....	50
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
3.8.5 Uji Hipotesis	51
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	53
4.2 Pengujian dan Analisis Data.....	58
4.2.1 Hasil Uji Instrumen Data	58
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	61

4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	62
4.2.4 Uji Multikolinieritas.....	64
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
4.2.6 Hasil Uji Ketetapan Model	68
4.2.7 Hasil Uji Hipotesis.....	69
4.3 Pembahasan Hasil Data	72
BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Keterbatasan Penelitian	75
5.3 Saran	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Transaksi Melalui Zakat Digital	7
Tabel 1.2 Data Penghimpunan Dana melalui zakat digital	8
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Scoring untuk Jawaban Responden.....	44
Tabel 3.2 Definisi Oprasional Variabel	45
Tabel 4.1 Klasifikasi Menurut Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2 Klasifikasi Menurut Umur	56
Tabel 4.3 Klasifikasi Menurut Alamat	56
Tabel 4.4 Klasifikasi Menurut Pekerjaan.....	58
Tabel 4.5 Klasifikasi Menurut Penghasilan	59
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Glejser	65
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	68
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4.14 Hasil Uji T	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	83
Lampiran 2 Hasil Data Kuisisioner	89
Lampiran 3 Hasil Uji Data Kuisisioner	101
Lampiran 4 Surat Keterangan Melakukan Penelitian.....	112
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiasi	113
Lampiran 6 Tampilan Zakat Online	115

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman modern saat ini, hampir setiap aktivitas manusia mengalami pergeseran dari metode konvensional ke metode yang mengandalkan teknologi dan dapat dilakukan di mana pun ada koneksi internet. Saat ini, internet adalah jaringan media yang paling terbuka, dan hampir semua orang dapat dengan mudah mengaksesnya. Jaringan ini dimanfaatkan agar menjangkau akses-akses terkecil dan efisiensi waktu penjualan suatu produk atau pelayanan sebuah jasa salah satunya adalah pengumpulan zakat dengan potensi yang begitu luas maka diperlukan akses yang begitu inovatif dan memudahkan (Rahman, 2022). Setiap kegiatan dan transaksi yang dilakukan di zaman modern juga berkontribusi pada standar hidup masyarakat umum yang lebih rendah, dengan fenomena ini juga berdampak pada praktik zakat masyarakat umum. Agar dapat terus memperbaiki sistem penyaluran donasi zakat di Indonesia yang memiliki kemampuan teknologi digital atau internet yang tinggi, maka perlu digunakan inovasi-inovasi baru seperti memanfaatkan teknologi digital atau internet sebagai wadah pembayaran zakat online (Hendratmi, 2019).

Zakat online atau dikenal juga dengan e-zakat adalah proses dimana pembayaran zakat dilakukan dengan menggunakan sistem digital yang menggunakan internet dan dimana pemberi zakat tidak berinteraksi secara langsung dengan pengelola zakat (amil zakat) saat melakukan pembayaran zakat. Di Indonesia, pembayaran zakat menggunakan platform internet dapat dilakukan

melalui website yang menawarkan layanan zakat online atau bahkan melalui situs e-commerce yang menawarkan pembayaran zakat. Situs web layanan zakat online adalah jenis teknologi informasi khusus yang dimaksudkan untuk menghubungkan pembayar zakat dengan donor dan penerima zakat agar mereka tetap terhubung dan menyederhanakan proses pembayaran zakat melalui layanan online. E-commerce adalah sistem teknologi informasi yang dikembangkan untuk menjawab kebutuhan bisnis dan konsumen, mengurangi biaya layanan, dan meningkatkan kualitas dan kecepatan layanan selain menggunakan situs web yang menawarkan layanan zakat online (Hendratmi, 2019).

Dalam studinya, Ahmad et al (2014) mendefinisikan zakat online sebagai situs web di mana pembayar zakat dapat memperoleh informasi tentang zakat, menghitung jumlah zakat yang jatuh tempo, dan melakukan pembayaran secara online (Ahmad, et al., 2014). Zakat muncul sebagai bentuk kemajuan teknologi dimana zakat online dapat memudahkan masyarakat umum untuk melakukan pembayaran zakat. Zakat online muncul sebagai bentuk kemajuan teknologi dimana dapat memudahkan masyarakat umum untuk melakukan pembayaran zakat. Selain memudahkan masyarakat umum dalam melakukan zakat secara online, inisiatif ini juga memudahkan amil zakat untuk memahami kuantitas dan mengelola penyaluran zakat dengan mudah. Lembaga zakat dapat memberikan informasi kepada pembayar zakat tentang zakat saat ini dan masa lalu serta praktik penyaluran zakat kepada penerima zakat. Zakat online menawarkan layanan dengan kualitas lebih tinggi dan memiliki dampak yang lebih besar pada Lembaga Zakat di Malaysia (Abdullah, 2022).

Pelaksanaan zakat secara online sebetulnya ini sangat membantu masyarakat agar lebih mudah menyalurkan dana zakatnya sehingga tidak perlu lagi untuk bertatap muka atau membayarnya secara langsung. Namun pada kenyataannya pelaksanaan zakat online tidak semulus yang diharapkan masyarakatpun menunjukkan pro dan kontra mengenai pembayaran zakat online, ada yang beranggapan bahwa ketika membayarkan zakatnya secara online dan tidak terjadi akad antara muzakki dan amil dikhawatirkan mengenai keabsahan zakat tersebut sehingga membuat masyarakat ragu untuk membayarkan zakatnya via online. Namun, beberapa masyarakat juga ada yang setuju mengenai pembayaran zakat online karena memudahkan dalam prosesnya sehingga masyarakat yang sibuk dalam pekerjaannya bisa langsung mentransfer dananya untuk membayar zakat dan bisa menunaikan perintah Allah SWT sesuai dengan rukun Islam. Sosialisasi zakat online yang dilakukan oleh BAZNAS seharusnya dilakukan secara merata baik di kota maupun di desa, sehingga masyarakat yang tinggal di daerah pedesaan bisa mengetahui dan paham betapa pentingnya membayarkan zakat terlebih ada aplikasi yang memudahkan dalam proses membayar zakat sehingga masyarakat seharusnya lebih bisa memanfaatkan fasilitas yang sudah disediakan oleh pihak Baznas (Maysaroh, 2020).

Tata cara yang dilakukan dalam membayar zakat secara online ini sudah sangat mudah para muzakki dapat memilih pembayaran zakat yang diinginkan yaitu zakat profesi dan zakat harta (maal). Setelah memilih zakat yang ingin dibayarkan, masukkan data penghasilan, harta, utang piutang yang dimiliki sebagai dasar perhitungan zakat. Kemudian kalkulator zakat akan akan menghitung total

pembayaran zakat yang harus dibayarkan, sehingga muzakki dapat melihat informasi perhitungan zakat lebih transparan. Langkah selanjutnya dengan memasukkan data diri dan klik tombol bayar, pembayaran zakat dapat dilakukan melalui bank transfer, sms banking, dan payroll sistem. Setelah selesai membayar zakat, masyarakat akan mendapatkan e-mail notifikasi dari pembayaran secara resmi dari pihak Baznas yang berisi bukti setoran zakat (Maysaroh, 2020).

BAZNAS merupakan lembaga nirlaba yang menawarkan pendampingan kepada masyarakat umum dan berpotensi berkolaborasi dengan berbagai organisasi nirlaba lainnya. Menurut bukti, ada perbedaan antara jenis pelayanan yang digunakan oleh bisnis yang dikelola pemerintah dan organisasi nirlaba. Meskipun lembaga-lembaga nirlaba tidak secara khusus mencari imbalan, mereka terus bekerja sama untuk memberikan layanan terbaik. Sebagai satu-satunya negara di dunia dengan populasi Muslim yang cukup besar, Indonesia memiliki tingkat Islam yang tinggi. Menurut statistik BPS Indonesia, sekitar 80% dari populasi negara ini mengidentifikasi sebagai Muslim. Banyak Muslim di Indonesia telah meningkatkan kesediaan penduduk untuk membayar zakat, dan ini telah diperburuk oleh kehadiran individu-individu tertentu yang tidak menyenangkan. Zakat di Indonesia bisa tumbuh dan berkembang Pertumbuhan tahunan laporan keuangan BAZNAS yang konstan dan penelitian akademis yang berkelanjutan (Rahman, 2022).

Dikutip dari (Tempo.co,2021) Badan Amil Zakat Nasional (Baznas), jumlah zakat yang dikumpulkan melalui sarana digital atau online meningkat 26 hingga 30 persen setelah pandemi Covid-19. Rizaludin Kurniawan, Kepala Baznas, menyatakan bahwa pada tahun 2020, jumlah zakat yang disalurkan melalui pipa

digital akan mencapai Rp 90 juta. Pertukaran pembayaran zakat oleh muzaki melalui kanal digital secara konsisten meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun sebelumnya, upaya mobilisasi massa dalam merespon kehadiran Wabah Corona berhasil mencapai pengurangan 25 persen jumlah pembayaran zakat yang dilakukan dengan cara digital, Tren dari hari ke hari diklaim lebih rendah jika dibandingkan dengan pembayaran zakat tradisional. Di zaman sekarang ini, hampir 30 persen pembayaran zakat yang dilakukan melalui perangkat digital dimulai dengan resmi badan amil. Bisnis tersebut harus sudah memiliki peraturan *pay-for-play* dan mematuhi prinsip-prinsip syariah.

Keberhasilan suatu produk ditengah masyarakat tidak terlepas dari beberapa faktor seperti kepercayaan dan *brand awareness* yang membuat seseorang menjatuhkan pilihannya pada produk tersebut. Kepercayaan mempunyai pengaruh penting sebagai presuasi terhadap seseorang akan suatu produk. Kepercayaan konsumen atas merek penting bagi perusahaan supaya produknya menjadi solusi bagi konsumen dalam memenuhi produknya. Banyaknya pesaing yang bermunculan membuat konsumen mempunyai alternatif pilihan atau substitusi produk sejenis, maka akan ada kemungkinan untuk konsumen menggunakan *platform* lain. Keputusan pembelian konsumen akan menetapkan untuk membeli merek yang diminati (Riyanti, 2007).

Merek yang dikenal akan sangat mempengaruhi donatur untuk memilih platform yang akan digunakan. Kepercayaan konsumen atas merek penting untuk menentukan seseorang berkeputusan untuk berdonasi pada suatu *platform*, karena pengambilan keputusan pada konsumen meliputi semua proses yang dilalui untuk

mengenali masalah mencari solusi, mengevaluasi alternatif dan memilih diantara pilihan yang ada. Hasil penelitian Paraditha (2019) menunjukkan pengaruh positif antara *brand awareness*, kualitas proyek dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi pada website Kitabisa.com. Pada penelitian tersebut dijelaskan semakin baik ketiga variabel tersebut terhadap Kitabisa.com maka semakin mempengaruhi tingkat keputusan seseorang untuk melakukan donasi (Khairunnisa *et al.*, 2020).

Peningkatan penggunaan dalam membayar zakat online di Baznas Kabupaten Boyolali adalah meningkatnya bentuk kesadaran masyarakat dalam membayar zakat fitrah ataupun zakat mal kepada Baznas Kabupaten Boyolali sesuai dengan ketentuan syariah seperti, mencapai nisab dan haul. Maka dari itu penggunaan layanan zakat online dapat diukur atau diketahui dengan data yang diperoleh BAZNAS Kabupaten Boyolali setiap tahunnya yang mengalami peningkatan .keputusan penggunaan layanan zakat online pada Baznas kabupaten Boyolali meningkat karna adanya wabah Covid-19 serta faktor faktor lain yang mereka rasakan, mereka membayarkan zakatnya di Baznas Kabupaten Boyolali melalui zakat digital dimulai pada tahun 2019 dan mengalami peningkatan setiap tahunnya.hal ini dapat dilihat pada tabel data penghimpunan donatur zakat digital di Baznas Boyolali berikut ini :

Tabel 1.1

Data Penghimpunan Donatur Melalui Zakat Digital (E-Zakat) Berdasarkan Jumlah Muzaki

Tahun	Jumlah Transaksi
2019	191
2020	70240
2021	72990
2022	104464
Total Transaksi	247885

Sumber : Data diolah oleh Baznas Kabupaten Boyolali

Berdasarkan dari data transaksi donatur diatas, pada tahun 2019 Baznas Boyolali mulai menggunakan media digital namun pengetahuan masyarakat mengenai adanya zakat online di Baznas Boyolali masih belum maksimal, ada kenaikan donatur setiap tahunnya. Pada tahun 2019 hanya ada 191 orang yang bertransaksi zakat secara online. baru pada tahun 2020 jumlah donatur Baznas mulai bertambah sekitar 70240 transaksi pertahun, lalu pada tahun 2021 sebanyak 72990 transaksi, dan pada tahun 2022 ada sebanyak 104464 transaksi pertahunnya hal ini membuat presentase kenaikan yang cukup tinggi dan menjadi motivasi dibandingkan tahun-tahun sebelumnya bagi Baznas Boyolali untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah donator setiap tahunnya dengan memperbanyak kerjasama dengan *platform* pembayaran digital lainnya.

Penerapan pembayaran zakat infak dan sedekah melalui teknologi digital dapat meningkatkan pertumbuhan penghimpunan dana pada Baznas Kabupaten Boyolali. Baznas Kabupaten Boyolali menerapkan pemasaran digital serta

pembayaran zakat melalui digital sebenarnya sudah dari 2019 Semakin hari Baznas berupaya untuk terus mengembangkan program agar menarik simpati para calon donatur terutama mengembangkan pelayanannya melalui teknologi digital.

Tabel 1.2

Data Penghimpunan Dana Melalui Zakat Digital Berdasarkan Nominal
Donasi

Tahun	Donasi
2019	55.985.000
2020	6.139.985.598
2021	6.573.643.955
2022	8.517.504.435
Total Donasi	21.287.091.988

Sumber: Data Diolah oleh Baznas Boyolali .

Dari data di atas, jumlah kenaikan nominal donasi di setiap tahunnya mengalami peningkatan, penghimpunan zakat secara digital mulai menunjukkan adanya peningkatan melalui kerjasama antar bank, *QR code* ,dan *platform* lainnya. Pada tahun 2019 – 2022 penghimpunan dana Baznas Kabupaten Boyolali mengalami kenaikan yang pesat.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji keputusan Muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan layanan zakat online. Penelitian ini menggunakan pendekatan TAM yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Pendekatan TAM bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi serta informasi dengan jangkauan luas dari teknologi informasi penggunaan. Pendekatan

tersebut memiliki dua konsep utama yang terdiri atas persepsi kemudahan serta persepsi kebermanfaatan (irawati et al, 2020).

Beberapa peneliti menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (mytha, 2022) yang telah melakukan memodifikasi serta pengembangan teori dengan melibatkan tiga variabel bebas (persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan dan manfaat) terhadap Keputusan menggunakan e-zakat. Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa ketiga variabel bebas yang digunakan berpengaruh positif terhadap Keputusan. Penelitian yang dilakukan oleh (Wati, 2021) menggunakan empat variabel bebas yang berupa (Pengetahuan, Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan) menunjukkan hasil bahwa ketiga variabel yang digunakan secara signifikan berpengaruh terhadap Keputusan kecuali Pengetahuan.

Berdasarkan fenomena gap dan research gap yang telah dijelaskan diatas maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali Menggunakan Layanan Zakat Online”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas oleh peneliti, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang ada sebagai berikut:

1. Berubahnya gaya hidup masyarakat selama pandemi covid-19 yang lebih tertarik menggunakan layanan digital namun masih kurangnya literasi tentang layanan zakat online.
2. penggunaan teknologi pada zakat saat ini yaitu khususnya umat muslim di Indonesia saat ini memiliki kecenderungan untuk lebih memilih menyalurkan zakat dan sedekahnya melalui aplikasi online. Namun, sempat ada pro dan kontra mengenai penyaluran zakat dan sedekah melalui online. Sebagian masyarakat ada yang mengkhawatirkan keabsahan akad dalam berzakat.
- 2.. Faktor yang mempengaruhi keputusan Muzaki Menggunakan layanan zakat online dengan adanya peningkatan dalam penghimpunana dana zakat digital.
3. Prilaku konsumen yang perlahan masyarakat mengenal E-zakat dan melakukan keputusan berransaksi pembayaran zakat melui layanan Zakat Digital .

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah, maka peneliti membentuk rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan Layanan Zakat Online ?
2. Apakah Manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Muzaki Baznas

Boyolali dalam menggunakan Layanan Zakat Online ?

3. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Muzaki Baznas

Boyolali dalam menggunakan Layanan Zakat Online ?

1.4 Tujuan Penelitian

Melihat pada beberapa rumusan masalah yang telah dibentuk oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan adalah :

1. Mengetahui pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan layanan Zakat Online .
2. Mengetahui pengaruh Manfaat terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan layanan Zakat Online .
3. Mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali dalam Boyolali menggunakan layanan Zakat Online .

1.5 Manfaat Penelitian

Terdapat suatu permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti, maka diharapkan hasil penelitian yang akan dilakukan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak yang berkepentingan, yaitu :

1. Secara Teoritis
 - a) Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi dalam pengembangan penelitian ekonomi Islam berikutnya khususnya mengenai pengaruh Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan terhadap Keputusan Keputusan Muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan layanan zakat online.

b) Hasil penelitian dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya yang memiliki topik pembahasan yang sama yang berkaitan dengan pengaruh Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan layanan zakat online .

2. Secara Praktis

a) Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai sarana pengaplikasian yang digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik dan permasalahan yang sama.

b) Hasil penelitian diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, serta informasi khususnya mengenai pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan kepercayaan terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan layanan zakat online .

1.6 Batasan Masalah

Berdasarkan penjabaran masalah yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah agar tidak memperluas pokok bahasan, maka batasan masalah digunakan terhadap penelitian yang akan dilakukan berkaitan dengan pengaruh Kemudahan ,Manfaat dan kepercayaan terhadap Keputusan Keputusan Muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan layanan zakat online . Variabel bebas (independen) adalah Kemudahan (X1), Manfaat (X2), dan Kepercayaan (X3), Sedangkan variabel terikat (dependen) adalah Keputusan Muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan layanan zakat online.

BAB II

LANDASAN TEORI

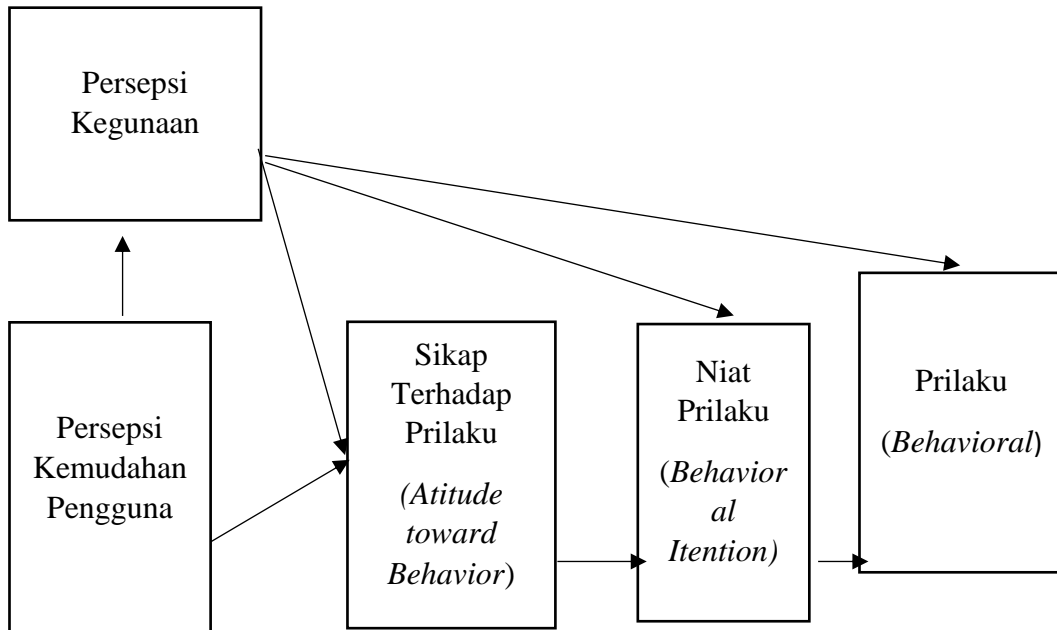
2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM menjadi salah satu teori yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Teori ini dapat digunakan untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan suatu sistem teknologi yang dapat diterima serta ditolak oleh pihak pengguna teknologi. Teori ini juga digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi dengan jangkauan luas dari teknologi informasi penggunaan. Pendekatan TAM menjadi salah satu bentuk dari perkembangan teori dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980 (Saparudin et al., 2020).

Davis (2013) melakukan penelitian yang memberikan hasil dimana minat perilaku seseorang dapat dipengaruhi adanya dua konsep utama yang terdiri atas persepsi kemudahan serta persepsi kebermanfaatan apabila seseorang merasakan suatu kemudahan dengan menggunakan teknologi berguna bagi seseorang, maka sistem teknologi tersebut mampu memberikan kegunaan. Munculnya suatu kemudahan dan kegunaan yang dirasakan oleh seseorang akan menimbulkan suatu keinginan, rasa ketertarikan serta minat seseorang untuk menggunakan sistem teknologi (Jogiyanto, 2007).

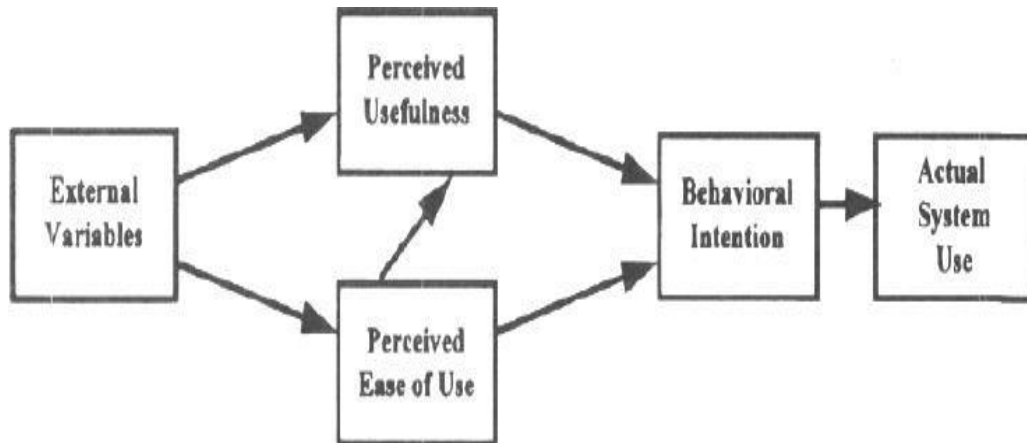
Gambar 2.1 Model TAM Menurut Fred Davis dan Venkatesh (1996)



Sumber : (irawati et al, 2020).

Pada model tersebut terbagi menjadi dua sisi, dimana sisi yang pertama merupakan keyakinan yang terdiri atas persepsi kemudahan pengguna (PEOU) serta persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna (PU). Sedangkan yang kedua merupakan sikap, niat perilaku dan perilaku pengguna, PEOU dan PU. Konsep pada gambar tersebut digunakan untuk menunjukkan gambaran mengenai niat pengguna serta perilaku pengguna dalam menggunakan suatu teknologi yang baru dengan teknologi yang sudah ada sebelumnya (Saparudin et al., 2020). Berkembang pesatnya suatu teknologi membuat penelitian yang berhubungan dengan pendekatan atau model TAM terus berkembang, dimana terdapat beberapa faktor-faktor yang muncul dari niat perilaku (*behavioural intention to use*) seperti pada gambar berikut (Aljoza et al., 2012) :

Gambar 2.2
Teori TAM yang Dikembangkan



Sumber : (irawati et al, 2020).

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa terdapat penelitian-penelitian yang berusaha untuk melakukan pengembangan *model Technology Acceptance Model (TAM)* dengan melakukan penambahan variabel eksternal diluar konstruk yang telah ada. Variabel eksternal yang digunakan mencapai 70 variabel yang dibagi dalam empat kategori sebagai berikut (Aljoza et al., 2012) :

a) Karakter perusahaan (*organization characteristic*)

Terdapat beberapa variabel eksternal yang dapat digunakan seperti lingkungan persaingan, dukungan pengguna, norma kelompok inovasi, kesenjangan, dukungan komputerasi internal, pelatihan komputerasi, ketidakamanan kerja, dukungan manajemen, kebijakan organisasi, serta struktur organisasi.

b) Karakter sistem (*system characteristic*)

Terdapat beberapa variabel eksternal yang dapat digunakan berupa aksesibilitas, pembandingan, kenyamanan, kualitas informasi, bentuk media, navigasi, persepsi daya tarik, persepsi risiko, persepsi kepentingan, kualitas sistem, serta keamanan.

c) Karakteristik penggunaan (*user characteristic*)

Terdapat beberapa variabel eksternal yang dapat digunakan berupa usia pengguna, kesadaran, kemampuan pemahaman, sikap terhadap teknologi, pengalaman, jenis kelamin, kepercayaan, pengetahuan, motivasi, persepsi kemudahan dan persepsi memanfaatkan.

d) Variabel lainnya (*other variables*)

Terdapat beberapa variabel eksternal yang dapat digunakan berupa argumen perusahaan, daya tarik budaya, norma subjektif, pengaruh dan tekanan sosial, kecocokan pekerjaan dengan teknologi serta situasi.

2.1.2 Keputusan Menggunakan

Keputusan penggunaan itu sendiri merupakan tindakan yang dilakukan oleh konsumen dalam memilih jasa berdasarkan berbagai pilihan alternatif. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan jasa yaitu terletak pada bagaimana kualitas layanannya (yuliyanto, 2018).

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi adalah model penerimaan teknologi. Perkins dan Annan (2013:96) menyatakan model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau *TAM*) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai lalu dikembangkan oleh Davis et al. (1989). Model TRA dapat diterapkan karena keputusan yang dilakukan oleh individu untuk menerima suatu teknologi sistem informasi merupakan tindakan sadar yang dapat dijelaskan dan diprediksi oleh minat perilakunya. TAM menambahkan dua konstruk utama ke dalam model TRA (*Theory of Reasoned Action*). Dua konstruk utama ini adalah persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Hasil TAM menunjukkan bahwa penerimaan individual terhadap sistem teknologi informasi oleh dua konstruk tersebut. Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi jika merasa teknologi tersebut bermanfaat dan mudah digunakan. Teori selanjutnya yang mendukung penelitian ini adalah teori keputusan penggunaan. Menurut Kotler dan Amstrong (2009: 177) keputusan penggunaan adalah keputusan pengguna tentang suatu yang ingin digunakan. Sedangkan adopsi sendiri didefinisikan sebagai keputusan seseorang untuk menjadi pengguna tetap sebuah produk. Perilaku pengguna sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Terdapat empat faktor sosial yang mempengaruhi penggunaan yaitu kelompok kecil, keluarga, peran status sosial konsumen. Menurut Kotler & Amstrong (2009: 224) terdapat lima tahap proses keputusan pengguna, yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan Tahap pertama proses keputusan pengguna, dimana pengguna mengenali permasalahan atau kebutuhan. Pengguna merasakan adanya perbedaan antara keadaan aktual dan sejumlah keadaan yang diinginkan.
2. Pencarian informasi Tahap proses pengambilan keputusan, dimana konsumen tergerak untuk mencari informasi tambahan, konsumen mungkin sekedar meningkatkan perhatian atau mungkin pula mencari informasi secara aktif.
3. Pengevaluasian alternatif Tahap proses keputusan pengguna, dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai jenis alternatif didalam serangkaian pilihan alternatif.
4. Keputusan pengguna tentang merek mana yang dibeli. Pada umumnya, keputusan pengguna adalah menggunakan merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat menggunakan dan keputusan menggunakan. Faktor yang pertama adalah sikap orang lain, sedangkan faktor yang kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan.
5. Perilaku setelah menggunakan Tahap proses keputusan penggunaan dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah menggunakan, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka. Kepuasan atau ketidakpuasan pembeli terletak pada hubungan antara ekspektasi konsumen dan kinerja anggapan produk. Jika produk tidak memenuhi ekspektasi, konsumen kecewa, dan konsumen puas jika produk memenuhi ekspektasi, konsumen sangat puas, jika melebihi ekspektasi.

2.1.3 Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan diartikan menjadi bentuk ukuran yang terdapat pada diri seseorang yang mempercayai bahwa dengan adanya teknologi dapat mudah dipelajari, mudah dipahami serta mudah dipergunakan. Kemudahan dalam menggunakan teknologi mampu mengurangi usaha yang dilakukan seseorang untuk mempelajari teknologi yang ada, seseorang akan menghemat waktu dan tenaganya karena merasa teknologi yang ada mudah dipelajari, mudah dipahami serta mudah dipergunakan. Adanya teknologi yang dipergunakan menunjukkan bahwa teknologi yang ada sudah mulai dikenal serta dioperasikan oleh beberapa pihak sehingga teknologi tersebut akan mudah dipergunakan oleh para penggunanya (Sulfina, 2022).

Berdasarkan pemaparan definisi persepsi kemudahan diartikan sebagai anggapan dalam masing-masing individu mengenai suatu teknologi bahwa teknologi tersebut mudah dipelajari dan dimengerti oleh seseorang sehingga mudah untuk digunakan. Agar dapat mengukur adanya persepsi kemudahan pengguna terhadap suatu teknologi terdapat beberapa indikator yang dapat menjadi dasar pertimbangan dalam melakukan pengukuran sebagai berikut (Marlena, 2021):

- a. Mudah dipelajari (easy to learn).

Teknologi yang berkembang diharapkan akan mempermudah seseorang untuk mempelajarinya. Seseorang yang menggunakan teknologi tidak memerlukan waktu serta lebih tenaga untuk mempelajari mengenai teknologi tersebut.

Teknologi yang mudah untuk dipergunakan akan membuat seseorang tertarik dan berminat untuk menggunakan layanan tersebut.

b. Dapat dikontrol (controllable).

Teknologi yang disediakan telah melalui pemeriksaan dan pengawasan sehingga hal-hal yang berkaitan dengan teknologi tersebut dapat dikontrol.

c. Fleksibel (flexible)

Teknologi dapat dipergunakan dimanapun dan kapanpun sesuai dengan keinginan serta kemauan dari pengguna teknologi. Adanya sistem teknologi yang fleksibel akan memberikan anggapan bahwa teknologi mudah digunakan.

d. Mudah digunakan (easy to use)

Semakin berkembang pesatnya suatu teknologi akan diikuti dengan sistem yang semakin maju dan berkembang. Adanya suatu sistem teknologi yang mudah untuk digunakan menjadikan seseorang merasa tertarik akan kemudahan yang diberikan oleh teknologi tersebut.

e. Jelas dan dapat dipahami (clear and understandable).

Informasi yang diberikan mengenai suatu teknologi harus jelas dan mudah untuk dipahami seluruh lapisan masyarakat. Adanya informasi yang jelas akan membuat seseorang merasa mudah untuk menggunakan teknologi tersebut.

2.1.4 Manfaat

Manfaat diartikan sebagai tingkat pemikiran seseorang yang merasa dengan menggunakan suatu sistem akan dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi terhadap manfaat merupakan bentuk keyakinan seseorang yang berasal dari adanya penggunaan teknologi (Nurdin et al., 2021).

Persepsi manfaat didefinisikan menjadi proses untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepercayaan pada diri seseorang untuk dapat meningkatkan suatu kinerja. Seseorang akan bersedia menggunakan teknologi selama teknologi tersebut dipercaya memiliki nilai manfaat. Teknologi yang mudah atau sulit dipergunakan akan tetap digunakan oleh seseorang apabila orang tersebut merasa teknologi masih memiliki bermanfaat. Sebaliknya semudah apapun teknologi yang ada tidak akan dipergunakan apabila tidak memiliki nilai manfaat (Wardhani, 2021).

Berdasarkan pemaparan definisi tersebut dapat disimpulkan persepsi manfaat diartikan sebagai pandangan seseorang yang percaya untuk menggunakan teknologi yang ada, jika teknologi yang digunakan dirasa memiliki nilai manfaat maka akan dipergunakan. Agar dapat mengukur adanya persepsi manfaat terhadap suatu teknologi terdapat beberapa indikator yang dapat menjadi dasar pertimbangan dalam melakukan pengukuran sebagai berikut (Darmawan, 2020):

- a. Mempercepat pekerjaan (*work more quickly*).

Sistem teknologi mempermudah seseorang untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan. Segala bentuk pekerjaan yang sebelumnya dilakukan secara manual akan dapat dilakukan dengan mudah dengan bantuan teknologi.

b. Meningkatkan kinerja pekerjaan (*job performance*).

Sistem teknologi yang semakin berkembang semakin beragam akan diikuti dengan semakin meningkatnya kemampuan seseorang untuk dapat menggunakan teknologi sehingga kinerja seseorang akan suatu pekerjaan akan meningkat.

c. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*).

Teknologi yang ada saat ini dapat meningkatkan produktivitas seseorang dalam melakukan sesuatu hal. Seseorang dapat melakukan segala sesuatu secara lebih mudah dan praktis.

d. Meningkatkan efektivitas (*effectiveness*).

Teknologi yang ada dapat meningkatkan efektivitas seseorang dalam menjalankan sesuatu. Seseorang akan merasa dengan adanya teknologi dapat menyelesaikan target atau tujuannya sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

e. Memiliki manfaat (*useful*).

Teknologi akan memiliki nilai manfaat yang beragam bagi setiap orang yang merasakan bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat.

2.1.5 Kepercayaan

Kepercayaan diartikan menjadi suatu bentuk kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan yang dimaksudkan adalah kepercayaan yang bergantung pada suatu faktor yang menunjukkan hubungan antara individu dengan organisasi dalam hal ini berupa kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati perusahaan (Mulazid, 2017). Kepercayaan diartikan menjadi suatu

bentuk keyakinan dari seseorang terhadap orang lain dimana adanya hubungan dari keduanya berlandaskan pada suatu keyakinan yang mana pihak yang dipercaya dapat memenuhi kewajiban atau tanggung jawabnya sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak lain (Nurdin et al., 2021).

Berdasarkan pemaparan definisi diatas dapat ditarik kesimpulan kepercayaan ialah keyakinan yang ada dalam diri individu yang berasal dari adanya berbagai tindakan yang dilakukan orang lain untuk menjalankan sesuatu, dimana orang tersebut akan dapat memenuhi tanggung jawabnya sesuai harapan. Kepercayaan adalah bentuk keyakinan yang ada dalam diri individu yang berasal dari adanya berbagai tindakan yang dilakukan orang lain untuk menjalankan sesuatu. Agar seseorang dapat mempercayai sesuatu hal maka terdapat dua dimensi pembentuk kepercayaan konsumen yaitu sebagai berikut :

a) Persepsi pihak konsumen terhadap pihak penjual (Trusting Belief).

Bentuk keyakinan yang ada pada diri seseorang mengenai sejauh mana orang akan percaya terhadap orang lain (pihak yang dipercaya) dalam situasi dan kondisi tertentu. Trusting belief dapat dikatakan sebagai bentuk persepsi yang berasal dari konsumen (pihak yang percaya) terhadap pihak penjual (pihak yang dipercayai) dengan harapan adanya rasa percaya tersebut akan menguntungkan konsumen (Semuel, 2014). Dimensi trusting belief memiliki tiga elemen yang dapat membangun kepercayaan sebagai berikut (Listyorini, 2015) :

1) Dimensi niat baik (*benevolence*).

Suatu tingkat kepercayaan seseorang terhadap kepuasan yang diberikan oleh pihak penjual terhadap konsumen dalam melakukan pelayanan. Pihak penjual tentunya akan berusaha untuk memaksimalkan keuntungan yang diperolehnya dengan tetap memperhatikan tingkat kepuasan konsumennya.

2) Dimensi Integritas (*integrity*).

Tingkat keyakinan yang ada dalam diri seseorang atau konsumen terhadap perilaku penjual dalam menjalankan usahanya. Konsumen akan tertarik terhadap penjual yang berperilaku baik dalam menjalankan usahanya. Penjual yang memiliki kejujuran terutama dalam memberikan informasi mengenai kualitas produknya berdasarkan fakta atau tidak.

3) Dimensi Kemampuan (*ability*)

Adanya suatu keyakinan yang dimiliki individu terhadap kemampuan yang dimiliki oleh pihak lain (pihak yang dipercayai) untuk dapat memberikan pelayanan kepada pihak konsumen (pihak yang percaya) sesuai dengan tingkat kebutuhan masing-masing. Kemampuan yang dimaksudkan dalam hal ini berupa penyediaan produk, pelayanan terhadap konsumen serta melakukan transaksi tanpa gangguan pihak lain.

Ketergantungan konsumen terhadap pihak penjual (*Trusting Intention*)
Sesuatu hal yang sengaja dilakukan oleh seseorang (pihak yang percaya) dimana siap bergantung pada orang lain (pihak yang dipercayai) dalam situasi dan kondisi tertentu. Ketergantungan yang terjadi biasanya secara pribadi yang mengarah langsung kepada pihak lain. Rasa ketergantungan

tersebut berlandaskan pada rasa kepercayaan kepercayaan kognitif seseorang kepada pihak lain (yang dipercaya). Ketergantungan konsumen dalam hal ini terdiri atas dua elemen yang membangun, yaitu (Semuel, 2014) :

1) Dimensi *willingness to depend*.

Tingkat kesediaan yang dimiliki konsumen untuk dapat bergantung terhadap pihak penjual. Konsumen yang telah memiliki kepercayaan atau keyakinan terhadap penjual akan bersedia menerima resiko negatif serta konsekuensi yang akan terjadi.

2) Dimensi *subjective probability of depending*.

Seberapa besar tingkat ketersediaan yang dimiliki konsumen untuk dapat bergantung kepada pihak penjual secara subjektif. Kesediaan konsumen yang dimaksudkan seperti ketersediaan konsumen dalam memberikan informasi yang bersifat pribadi kepada pihak penjual yang mempermudah transaksi yang terjadi serta ketersediaan konsumen untuk menerima masukan dan saran yang diberikan pihak penjual.

2.1.6 Zakat Online

Sebuah praktik Islam yang dikenal sebagai zakat mengharuskan umat Islam memberikan 2,5 persen dari pendapatan mereka kepada mereka yang membutuhkan. Zakat bersifat sukarela diberikan di sebagian besar negara yang bermayoritas umat Islam saat ini. Menurut definisi zakat, itu dipahami sebagai prinsip ajaran Islam yang mendorong umat Islam untuk terlibat dalam interaksi sosial, memajukan berbagai penyebab sosial, dan memberdayakan masyarakat untuk akhirnya terlibat dalam kemiskinan.

Zakat online atau dikenal juga dengan e-zakat adalah proses dimana pembayaran zakat dilakukan dengan menggunakan sistem digital yang menggunakan internet dan dimana pemberi zakat tidak berinteraksi secara mendalam dengan pembayar zakat (amil zakat) saat melakukan pembayaran zakat. Di Indonesia, pembayaran zakat menggunakan *platform* internet dapat dilakukan melalui *website* yang menawarkan layanan zakat online atau bahkan melalui situs *e-commerce* yang menawarkan pembayaran zakat. Situs web layanan zakat online adalah jenis teknologi informasi khusus yang dimaksudkan untuk menghubungkan pembayar zakat dengan donor dan penerima zakat agar mereka tetap terhubung dan menyederhanakan proses pembayaran zakat melalui layanan online. *E-commerce* adalah sistem teknologi informasi yang dikembangkan untuk menjawab kebutuhan bisnis dan konsumen, mengurangi biaya layanan, dan meningkatkan kualitas dan kecepatan layanan selain menggunakan situs web yang menawarkan layanan zakat online (Hendratmi, 2019).

Dikutip dari [Bayar Zakat Secara Online Tetap Sah, Begini Caranya \(mediaindonesia.com\)](#) Mencegah kerumunan dan mengurangi tatap muka adalah keuntungan dalam membayar zakat secara online di tengah pandemi. Namun, muzaki (individu yang membayar zakat) sering menunjukkan ragu karena dia membayar zakat secara penuh kepada amil, petugas untuk zakat, sementara membayar tunai lebih afdol karena amil akan melakukan doa setelah zakat dikirimkan. Namun, muzaki (individu yang membayar zakat) sering menunjukkan ragu karena dia membayar zakat secara penuh kepada amil, petugas untuk zakat, sementara membayar tunai lebih afdol karena amil akan melakukan doa setelah

zakat dikirimkan. Namun, menggunakan internet masih memungkinkan untuk transaksi yang aman dan legal karena muzaki yang akan membayar zakat telah melakukannya, membuat hukum dalam hal ini sah. Manfaat lainnya adalah memudahkan muzaki untuk membayar zakat di mana saja dan kapan pun mereka mau. Selain itu, memudahkan Amil untuk membuat pengaturan zakat banking yang transparan dan lengkap. Lembaga Pengelola Zakat memiliki kemampuan untuk mengirimkan donasi lebih cepat kepada Mustahiq. Berikut Cara Bayar Zakat Online pada Baznas :

1. Akses laman BAZNAS melalui tautan <https://baznas.go.id/bayarzakat>.
2. Selanjutnya pada menu Bayar pilih jenis Zakat ,infak, sedekah yang ingin dibayarkan.
3. Lalu masukan nominal zakat sesuai aturan besaran zakat yang diberlakukan
4. Kemudian lengkapi data dengan mengisi nama lengkap Bapak atau Ibu, nomor telepon, atau email.
5. Setelah itu klik Pilih Pembayaran.
6. Pada laman selanjutnya akan tampil pilihan metode pembayaran zakat dan bacaan niat zakat untuk diri sendiri dan keluarga.
7. Jika sudah lengkap, selanjutnya klik tombol Bayar.
8. Pembayaran zakat fitrah online di BAZNAS selesai.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya sebagai berikut :

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Klerk dan Ayesha Bevan Dye (2018)	<i>Perceived Relative Advantage on Generation Y Students' Attitudes Towards and Usage Behavior of Mobile banking in South Africa.</i>	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data statistik SPSS.	sebelumnya menunjukkan hasil bahwa ketiga variabel independen yang digunakan berupa persepsi kemudahan, sikap dan persepsi keuntungan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengguna <i>mobile banking</i> .
2.	(Wahyuni, 2018)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Menggunakan E-Banking dalam Bertransaksi Pada UMKM di Kecamatan Buleleng.	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data statistik SPSS.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yang digunakan berupa persepsi kemudahan, kepercayaan dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap variabel dependen yang berupa Keputusan menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM.
3.	(Kenneth, 2019)	<i>Acceptance and Use of Mobile banking : An Application of UTAUT 2.</i>	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data statistik SPSS.	Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kebiasaan, nilai harga dan kepercayaan mempengaruhi

				<p>variabel dependen yang berupa perilaku adopsi dan penggunaan m-banking. Sedangkan untuk jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan serta pengalaman hanya memoderasi adanya hubungan antara konstruksi UTAUT2 dan perilaku penggunaan.</p>
4.	Fahrul Rozi dan Muhammad Ziyad (2019)	<p>Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap keputusan Menggunakan Layanan zakat online.</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data statistik SPSS.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen yang berupa kepercayaan, persepsi kegunaan, kemudahan dan kenyamanan berpengaruh terhadap variabel dependen yang berupa keputusan menggunakan <i>zakat online</i>.</p>
5.	(Darmawan, 2020)	<p>Hubungan Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-TOL (Survei Terhadap Konsumen: Kelurahan Rawa Bunga).</p>	<p>Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Kuantitatif dengan data statistik SPSS.</p>	<p>Penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa variabel persepsi kemudahan, dan persepsi resiko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian E-TOL.</p>

6.	(Sahleni, 2018)	Pengaruh Persepsi Kemudah dan Kepercayaan Terhadap keputusan Siswa SMK 1 Panyabungan Jurusan Perbankan Menggunakan Mobile Banking.	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data statistik SPSS.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan menggunakan mobile banking. Sedangkan persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan mobile banking.
7.	(Yudhistya, 2018)	Pengaruh presepsi Kemudahan Penggunaan, Presepsi Manfaat Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dalam Menggunakan Teknologi Mobile Banking (Studi pada Paguyuban Batik Sekarjagad).	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data statistik SPSS.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, Persepsi manfaat, Dan kualitas layanan penggunaan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan dalam menggunakan teknologi mobile banking.
8.	(Prihandok0, 2019)	Mengukur Tingkat Kepercayaan Sistem Zakat Online Menggunakan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .	Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian kualitatif dengan cara deskripsi dalam bentuk dalam kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus.	dalam penggunaan zakat online di Universitas Pembangunan Pancabudi Medan persepsi kemanfaatan sangat besar pengaruhnya kepada persepsi kepercayaan masyarakat dilingkungan kampus dalam.

9.	(mytha, 2022)	Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech: Dengan Menggunakan <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> (Studi Empiris Pada Muzaki Di Wilayah Daerah Istimewa.	Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan data statistik SPSS.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, keamanan dan privasi, serta tingkat kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan muzaki
10.	(Rahmani, 2020)	Pengaruh Kepercayaan Dan Penerapan Teknologi Aplikasi Zakat Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Berzakat.	Metode yang dilakukan oleh peneliti ini menggunakan metode kuantitatif dengan data statistik SPSS.	Pada hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan hasil pengujian signifikan yang berarti secara simultan Kepercayaan (X1) dan Penerapan teknologi (X2) memberikan pengaruh yang nyata terhadap keputusan dalam berzakat (Y).
11.	Jhon Fernos ,Mairizal Alfadino (2021)	Pengaruh manfaat , Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking pada PT. Bank Pembangunan	Metode yang dilakukan oleh peneliti ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan data statistik SPSS.	Berdasarkan hasil penelitian dinyatakan kepercayaan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking

		Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru , Dharmasraya		
12.	(Iestariyanti, 2022)	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap keputusan Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> dengan Kepuasan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pati).	Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan data statistik SPSS.	Kepercayaan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pati. Hasil riset ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap Keputusan nasabah.
13.	(Hendratmi, 2019)	Presepsi Penggunaan Zakat Online di Indonesia.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan data statistik SPSS.	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Presepsi kemudahan (X1) Berpengaruh negatif, Persepsi keamanan dan privasi berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan zakat online. Persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan zakat online.

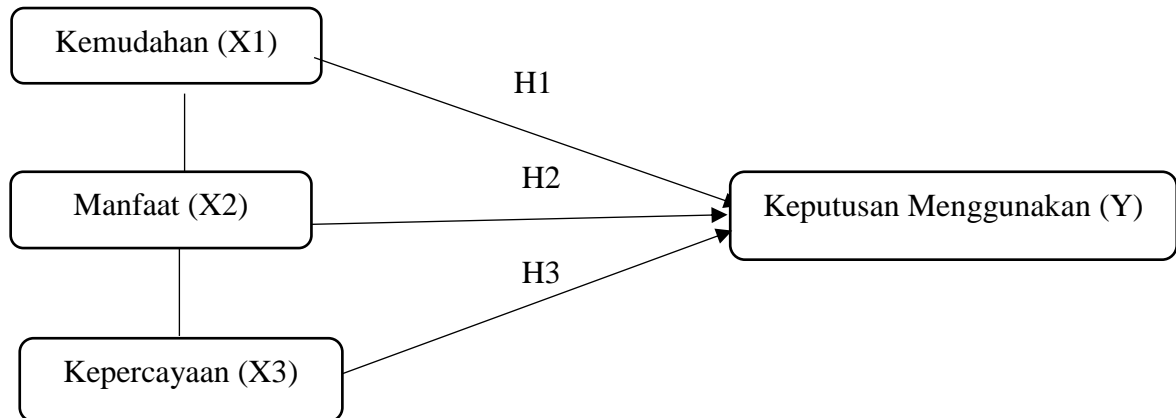
14.	(Maghfirah, 2020)	Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif.	Berdasarkan hasil penelitian Penggunaan media online dalam sosialisasi dan penghimpunan dana zakat merupakan sebuah langkah optimalisasi yang berpengaruh baik terhadap penghimpunan dana zakat di lembaga amil zakat.
15.	Klerk dan Ayesha Bevan Dye (2018)	<i>and Perceived Relative Advantage on Generation Y Students' Attitudes Towards and Usage Behavior of Mobile banking in South Africa.</i>	Jenis penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian kualitatif dengan cara SPSS	sebelumnya menunjukkan hasil bahwa ketiga variabel independen yang digunakan berupa persepsi kemudahan, sikap dan persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilakupengguna <i>mobile banking</i> .

Terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang dijadikan *gap research*, pada penelitian menggunakan variabel dependen yang berupa Keputusan menggunakan layanan zakat online. Penelitian yang dilakukan menggunakan tiga variabel independen yang berupa Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan. Waktu pelaksanaan serta lokasi yang digunakan penelitian juga berbeda, dimana penelitian ini dilakukan di Baznas Boyolali.

2.3 Kerangka Pemikiran

berikut ini merupakan kerangka berfikir pada Penelitian ini :

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Peneliti



Sumber : (Amijaya, 2021) yang termodifikasi

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian didefinisikan menjadi suatu jawaban yang sifatnya sementara dari adanya permasalahan yang telah dibentuk di awal yang berupa kalimat pertanyaan. Hipotesis hanya dijabarkan berdasarkan pada pendapat para peneliti terdahulu serta berbagai teori relevan yang sering digunakan dalam penelitian, sehingga bersifat sementara karena belum terdapat fakta empiris yang mendukung suatu penelitian. Agar memperoleh fakta yang nyata dalam suatu penelitian maka akan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data yang selanjutnya akan diolah dan dianalisis oleh peneliti (Asaloei, 2018). Hipotesis dari masalah yang ditemukan oleh peneliti berdasarkan kerangka pemikiran dan kerangka berpikir yang telah dikumpulkan sebagai berikut :

2.4.1 Pengaruh Kemudahan terhadap keputusan Menggunakan Layanan Zakat Online .

Kemudahan penggunaan diartikan menjadi bentuk ukuran yang terdapat pada diri seseorang yang mempercayai bahwa dengan adanya teknologi dapat mudah dipelajari, mudah dipahami serta mudah dipergunakan. Kemudahan dalam menggunakan teknologi mampu mengurangi usaha yang dilakukan seseorang untuk mempelajari teknologi yang ada, seseorang akan menghemat waktu dan tenaganya karena merasa teknologi yang ada mudah dipelajari, mudah dipahami serta mudah dipergunakan. Teknologi yang dipergunakan menunjukkan bahwa teknologi yang ada sudah mulai dikenal serta dioperasikan oleh beberapa pihak sehingga teknologi tersebut akan mudah dipergunakan oleh para penggunanya (Sulfina, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh (Sulfina, 2022) dan (Wardhani, 2021) menyatakan kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan bahwa apabila teknologi dapat mudah dipelajari, mudah dipahami serta mudah dipergunakan. Kemudahan dalam menggunakan teknologi mampu mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi karena merasa teknologi yang ada mudah dipelajari, mudah dipahami serta mudah dipergunakan. Hasil penelitian tersebut membuat peneliti merumuskan hipotesis untuk pengaruh kemudahan terhadap keputusan sebagai berikut :

H1 = Kemudahan berpengaruh positif terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali menggunakan layanan Zakat Online.

2.4.2 Pengaruh Manfaat terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Zakat Online.

Manfaat didefinisikan menjadi proses untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepercayaan pada diri seseorang untuk dapat meningkatkan suatu kinerja. Seseorang akan bersedia menggunakan teknologi selama teknologi tersebut dipercaya memiliki nilai manfaat. Teknologi yang mudah atau sulit dipergunakan akan tetap digunakan oleh seseorang apabila orang tersebut merasa teknologi masih memiliki manfaat. Sebaliknya, semudah apapun teknologi yang ada tidak akan dipergunakan apabila tidak memiliki nilai manfaat (Rukani, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh (Sulfina, 2022) dan (Wardhani, 2021) menyatakan manfaat berpengaruh terhadap keputusan. Penelitian ini sesuai dengan teori Jogiyanto (2007) yang menyatakan bahwa seseorang akan bersedia menggunakan teknologi selama teknologi tersebut dipercaya memiliki nilai manfaat. Hasil penelitian tersebut membuat peneliti merumuskan hipotesis untuk pengaruh Manfaat terhadap Keputusan sebagai berikut :

$H_2 =$ Manfaat berpengaruh positif terhadap Keputusan muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan layanan Zakat Online.

2.4.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Zakat Online.

Kepercayaan diartikan sebagai bentuk keyakinan seseorang terhadap orang lain dimana adanya hubungan dari keduanya berlandaskan pada suatu keyakinan yang mana pihak yang dipercaya dapat memenuhi kewajiban atau tanggung

jawabnya sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak lain (Nurdin et al., 2021). Kepercayaan muzaki terhadap lembaga Zakat dilihat dari adanya kehandalan Lembaga zakat dalam menjaga keamanan serta kerahasiaan data muzakinya serta kemanahan dalam penyaluran zakatnya. Kepercayaan Muzaki menjadi salah satu faktor penting yang membuat muzaki untuk memiliki keputusan menggunakan layanan zakat online salah satunya dengan berzakat secara online (Fitriyani, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh (Alfadino, 2021) serta (Mukaromah, 2021) menyatakan secara simultan dan parsial kepercayaan berpengaruh Positif terhadap Keputusan, Penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rofiq yang menyatakan bahwa adanya hubungan transaksi antara dua pihak berdasarkan pada keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut dapat memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkannya dapat mempengaruhi Keputusan mereka untuk membayarkan zakatnya. Kedua belah pihak yang saling berkaitan adalah muzaki dengan badan amil zakat, hasil penelitian tersebut membuat peneliti merumuskan hipotesis untuk pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan sebagai berikut :

$H3 =$ Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Keputusan muzaki Baznas Boyolali dalam menggunakan layanan Zakat Online.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu Dan Wilayah Penelitian

Proses penelitian akan dilaksanakan mulai pada bulan april – Juni 2023. Penelitian tersebut dilakukan pada muzaki Baznas Boyolali yang sudah pernah menggunakan layanan zakat secara online. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam suatu hubungan terdapat pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali menggunakan layanan zakat online.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti termasuk dalam penelitian yang bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berfungsi untuk mengetahui adanya hubungan antar variabel, apakah variabel-variabel yang digunakan memiliki pengaruh. Hubungan yang terdapat antar variabel akan diukur dengan menggunakan instrumen penelitian berbentuk angka-angka yang diharapkan dapat menunjukkan data alamiah. Data tersebut kemudian akan diolah serta akan dianalisis oleh peneliti agar dapat digunakan untuk menguji suatu hipotesis yang sudah ditetapkan. Adanya pengujian terhadap hipotesis tersebut diharapkan dapat menemukan ada tidaknya suatu pengaruh (Sugiyono, 2020).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif didefinisikan menjadi suatu bentuk penelitian yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan hasil dari fenomena atau gambaran yang ada terhadap suatu objek

dan subjek yang akan diteliti secara luas sesuai dengan fakta yang diperoleh di lapangan. Pendekatan ini akan mendeskripsikan data yang berhasil dikumpulkan pada saat penelitian yang kemudian akan dikaji sesuai dengan karakteristik yang diinginkan oleh peneliti (Sugiyono, 2020).

3.3 Populasi ,Sampel ,dan Teknik pengambilan sampel

3.3.1 Populasi

Populasi diartikan sebagai suatu elemen yang akan diteliti oleh peneliti yang terjadi di suatu wilayah tertentu yang terdiri dari objek yang mempunyai ciri khas dan kualitas yang kemudian dapat memudahkan pengambilan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan populasi yang berupa Muzaki Baznas Boyolali yang sudah pernah menggunakan layanan zakat secara online.

3.3.2 Sampel dan teknik pengambilan sampel

Sampel diartikan sebagai suatu bagian yang lebih kecil dari jumlah populasi yang ada dalam penelitian. Apabila populasi dalam suatu penelitian berskala besar, maka tidak memungkinkan untuk melakukan kegiatan penelitian terhadap seluruh populasi yang ada. Adanya sampel yang dapat diambil dalam penelitian harus dapat mewakili populasi yang ada, karena itu untuk mengambil sampel harus memenuhi syarat tertentu. Sampel merupakan bagian dari suatu subjek/objek yang mewakili karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Siyoto, 2015). Karena itu untuk mengambil sampel harus memenuhi syarat tertentu. Sampel yang akan dipergunakan dalam penelitian ini diambil dari sebagian populasi yang kemudian

akan dihitung dengan menggunakan rumus *Cochran* sebagai berikut (Sugiyono, 2020):

$$n = \frac{z^2 p q}{e^2}$$

$$N = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,5)^2}$$

$$N = \frac{3.8416(0,25)}{0,25}$$

$$N = 96,04$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5% (nilai 1,96)

p = besarnya nilai peluang benar 50% (0,5)

q = besarnya nilai peluang salah 50% (0,5)

e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), biasanya 5%

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan rumus tersebut diperoleh hasil total sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dan *convenience sampling* yang juga digunakan dalam *nonprobability sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik untuk memilih sampel berdasarkan berbagai kendala dan kriteria. *Convenience sampling* adalah sampel

yang diambil dari bagian populasi yang dekat. Ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi untuk menjadi peserta atau responden dalam survei ini, dan mereka adalah sebagai berikut:

1. Muzaki berusia 20-45 tahun
2. Responden beragama islam
3. Muzaki di Baznas Boyolali
4. Muzaki sudah pernah menggunakan layanan zakat online

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer diartikan sebagai suatu data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti, dimana peneliti melakukan interaksi terhadap objek penelitian untuk memperoleh data yang dibutuhkan (Hamid et al., 2019). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner, dan google form dimana dalam kuesioner tersebut telah disajikan beberapa pernyataan yang harus diisi oleh responden. melalui link google formulir yang telah disediakan oleh peneliti agar proses penelitian dapat berjalan secara optimal.

Penyebaran kuesioner akan dilakukan kepada mahasiswa serta beberapa Karyawan Swasta, Wirausaha, dan lainnya serta masyarakat Boyolali yang menjadi muzaki di Baznas Boyolali secara global yang sudah pernah membayarkan zakat secara online.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder dapat diartikan sebagai suatu data yang diperoleh dengan cara tidak langsung oleh peneliti, dimana dalam hal ini data yang dibutuhkan berasal dari pihak lain dalam bentuk bacaan, buku, artikel dan hasil riset yang dilakukan oleh peneliti terdahulu sehingga secara tidak langsung dapat dijadikan sebagai data pendukung terhadap penelitian yang dilakukan saat ini (Hamid et al., 2019). Data sekunder yang dipergunakan peneliti untuk mendukung penelitian yang dilakukan berasal dari data BPS Statistik, Baznas Boyolali .

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan memperoleh data dengan cara melalui kuesioner. Kuesioner diartikan sebagai suatu perangkat yang memiliki wujud fisik berupa selebaran kertas yang berisikan beberapa pernyataan yang telah disesuaikan dengan variabel-variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2020). Penyebaran kuesioner dilakukan dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada Muzaki Baznas Boyolali yang saat ini berusia sekitar 20-45 tahun maka untuk responden mayoritas adalah Mahasiswa, Wirausaha dan Karyawan Swasta. Kuesioner tersebut disebarakan pada Muzaki di Baznas Boyolali yang sudah menggunakan zakat secara online

Kuesioner yang telah dibuat akan diukur dengan menggunakan *skala likert*. *Skala likert* dapat digunakan untuk mengukur variabel dengan menjabarkan variabel menjadi beberapa indikator. Indikator digunakan sebagai tolak ukur untuk membuat item-item pernyataan yang sesuai dengan instrumen yang sesuai dengan fenomena atau permasalahan yang sedang diteliti. Jawaban dari item-item

pernyataan yang telah disusun sesuai dengan indikator variabel menggunakan pengukuran dengan *skala likert*. Hasil dari penilaian kuesioner tersebut akan memiliki gradasi yang bernilai sangat positif hingga sangat negatif apabila jawaban dari kuesioner tersebut diberikan skor sebagai berikut (Sugiyono, 2020):

Tabel 3.1
Scoring Untuk Jawaban Responden

berikut ini merupakan tabel *scoring* untuk jawaban Responden :

Kategori	Score
Sangat setuju(SS)	1
Setuju (S)	2
Netral (N)	3
Tidak setuju(TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	5

Sumber:Sugiono,2020

Nilai skor yang telah ditetapkan peneliti bertujuan untuk mempermudah penilaian terhadap hasil kuesioner yang telah diterima. Skala penilaian tersebut berfungsi memudahkan responden dalam memberikan jawaban mengenai beberapa item pernyataan yang telah disediakan sehingga jawaban dari responden tersebut akan menunjukkan pengaruh Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan terhadap Keputusan menggunakan layanan zakat online.

3.6 Variabel penelitian

Variabel yang dipakai harus ditentukan untuk membantu penelitian. Variabel ialah segala sesuatu dalam kumpulan data yang dapat dipelajari oleh peneliti untuk mendapatkan data yang darinya mereka dapat membuat kesimpulan tentang fitur dan karakteristik yang berbeda. Variabel berikut digunakan pada studi yang dilakukan oleh (Sugiyono, 2015).

3.6.1 Variabel Independen (X)

Variabel yang mempunyai pengaruh langsung terhadap variabel terikat dikenal sebagai variabel bebas Kemudahan (X1), Manfaat (X2) dan Kepercayaan (X3) digunakan sebagai variabel bebas pada studi ini.

3.6.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas Keputusan menggunakan layanan zakat online (Y) digunakan sebagai variabel terikat dalam penelitian.

3.7 Definisi Oprasional Variabel

berikut ini merupakan tabel definisi oprasional variabel pada penelitian ini

Tabel 3.2

Definisi oprasional variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Keputusan (Y)	Keputusandalam arti yang umum adalah suatu keputusan seseorang dimana memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.	1.Pengenalan kebutuhan. 2.Pencarian Informasi. 3.evaluasi alternatif. 4.keputusan pembelian. 5.perilaku pasca pembelian. Sumber: (Kotler, 2009).

		Sumber :(Kotler, 2009).	
2	Kemudahan (X1)	<p>kemudahan di definisikan menjadi suatu proses untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepercayaan pada diri seseorang untuk bersedia menggunakan teknologi karena terbebas dari usahanya.</p> <p>sumber: (Darmawan, 2020).</p>	<p>1.Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>).</p> <p>2.Dapat dikontrol(<i>controllable</i>).</p> <p>3.Fleksibel (<i>flexible</i>).</p> <p>4.Mudah dipelajari (<i>easy to use</i>).</p> <p>5.Jelas dan dapat dipahami (<i>clear and understandable</i>).</p> <p>Sumber: (Darmawan, 2020).</p>
3	Manfaat (X2)	<p>Manfaat diartikan sebagai tingkat pemikiran seseorang yang merasa dengan menggunakan suatu sistem akan dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi terhadap manfaat merupakan bentuk keyakinan seseorang yang berasal dari adanya penggunaan teknologi.</p> <p>Sumber: (Nurdin et al., 2021).</p>	<p>1.Mempercepat pekerjaan</p> <p>2.Meningkatkan kinerja</p> <p>3.Meningkatkan produktivitas</p> <p>4.Meningkatkan efektivitas</p> <p>5.Memiliki nilai manfaat</p> <p>Sumber: (Darmawan, 2020).</p>
4	Kepercayaan (X 3)	<p>Kepercayaan adalah suatu bentuk keyakinan dari seseorang terhadap orang lain dimana adanya hubungan dari keduanya berlandaskan pada suatu keyakinan untuk dapat memenuhi kewajiban dan tanggung jawab.</p> <p>Sumber: (Nurdin et al.,2021).</p>	<p>1. Niat baik (<i>benevolence</i>).</p> <p>2. Integritas (<i>integrity</i>).</p> <p>3. Kemampuan (<i>ability</i>).</p> <p>4. <i>Willingness to depend</i>.</p> <p>5. <i>Subjective probability of depending</i>.</p> <p>Sumber : (Arwanita, 2022).</p>

Sumber :Data diolah peneliti 2023.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dianggap sebagai langkah terakhir dalam setiap prosedur pengumpulan data responden berbasis kuesioner, di mana data tersebut akan dianalisis dan ditafsirkan untuk memberikan informasi baru (Priyono, 2008).

3.8.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif diartikan sebagai suatu metode yang dapat dipergunakan untuk menganalisis suatu data yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan data. Adanya proses mendeskripsikan data tersebut dilakukan secara adanya sesuai dengan hasil yang diperoleh dari penelitian tanpa bermaksud untuk membuat suatu kesimpulan yang berlaku secara umum. Statistik deskriptif umumnya menyajikan data dalam bentuk nilai minimum (*min*), nilai maksimal (*max*), nilai rata-rata (*mean*) serta standar deviasi (*standard deviation*). Statistik deskriptif juga dapat menyajikan data dalam bentuk diagram, grafik, histogram, serta bentuk lainnya sesuai dengan kebutuhan peneliti (Sugiyono, 2020).

Selain itu, statistik deskriptif digunakan untuk memahami sifat interaksi yang tepat antara variabel menggunakan analisis regresif yang pada akhirnya akan menghasilkan perbandingan rata-rata data sampel atau populasi. Karena fakta bahwa dalam statistik deskriptif peneliti tidak memiliki keahlian untuk membuat generalisasi di dalam kesimpulan sehingga ada signifikansi uji dan bendera kesalahan, tidak diperlukan analisis lebih lanjut tentang korelasi dan analisis regresi (Sugiyono, 2020).

1. Uji Validitas

Validitas dapat digambarkan sebagai alat untuk memahami kelayakan dan kepatutan penggunaan alat ukur dalam penelitian. Dengan menggunakan pertanyaan dan jawaban yang diberikan oleh subjek, proses penelitian dilakukan. Hasil wawancara dengan responden mengenai instrumen yang diberikan inilah yang akan digunakan untuk menentukan apakah data yang diberikan valid atau tidak (Hamid et al., 2019). Untuk menentukan apakah hasil pemeriksaan validitas yang dilakukan sah atau tidak, dashboard berikut harus digunakan (Janna, 2020):

- a. Jika rasio r (hitung) $>$ r (tabel) lebih besar dari satu, ini menunjukkan bahwa instrumen pernyataan yang disediakan sah (valid) dan menyebabkan H_0 diterima.
- b. Jika rasio nilai dalam r (hitung) $<$ r (tabel) menunjukkan bahwa instrumentasi yang disediakan tidak valid, H_0 akan ditolak.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai proses yang digunakan untuk menentukan apakah instrumen yang digunakan untuk membuat prediksi dalam situasi ini dapat dipercaya atau dipalsukan. Reliabilitas berfungsi sebagai alat untuk menentukan apakah suatu instrumen yang digunakan sebagai ukur akan tetap akurat setelah dikoreksi secara berulang. Reliabilitas adalah data yang digunakan tidak valid akan mempengaruhi hasil uji reliabilitas, dan dapat diukur apabila telah melalui uji validitas terlebih dahulu. Pengambilan keputusan uji reliabilitas apabila nilai dari *cronbach alpha* $>$ nilai r (tabel) dengan tingkat

signifikansi 5% (0,60) maka data dinyatakan reliabel atau konsisten (Janna, 2020).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Normalitas didefinisikan sebagai uji sederhana untuk melihat apakah data yang diperoleh dari sumber seperti kuesioner atau data dari sumber terbuka dapat digunakan untuk menentukan apakah distribusinya normal atau tidak (Afghani, 2016). Untuk mengetahui data bersifat normal atau tidak maka menggunakan uji sebagai berikut :

a. Analisis Grafik

Dengan melihat grafik histogram dan plot probabilitas normal, seseorang dapat menentukan apakah sepotong data memiliki distribusi normal atau tidak. Ketika data digunakan sebagai isyarat untuk menarik kesimpulan, dasar dapat menunjukkan bahwa data terdistribusi normal ketika mereka berada di sekitar diagonal dan ketika mereka memotongnya, yang berarti bahwa model regresi yang mereka gunakan telah memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2006).

b. Analisis Statistik

Untuk menilai konsistensi uji normalitas dengan hasil grafik, Anda dapat menggunakan analisis statistik, di mana peneliti melakukan analisis dengan menggunakan statistik uji non-parametrik yang kuat. uji statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov* (K-S). Uji tersebut memiliki aturan pengambilan keputusan

apabila nilai dari *Asymp Sig (2-tailed)* $\geq \alpha$ (0,05) dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal (Ghozali, 2006).

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digambarkan sebagai alat statistik yang digunakan untuk menentukan apakah suatu model regresi mengalami penyimpangan. Heteroskedastisitas yang sering digunakan terdiri dari model desain grafis dan uji glejser.

Sebagai kriteria untuk membuat grafik suatu model, dapat dikatakan bahwa proses regresif bersifat heteroskedastik jika data tidak sesuai dengan target, seperti ketika mereka bergelombang atau melebar dan kemudian menyempit. Sebaliknya, untuk uji heteroskedastisitas yang dilakukan menggunakan uji glejser dengan dasar pengambilan keputusan yang diterapkan ketika nilai signifikansi (*sig*) $< 0,05$ maka akan dikatakan terjadi gejala heteroskedastisitas, begitupun sebaliknya (Purnomo, 2016).

3. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas Ini digambarkan sebagai penyelidikan statistik yang memiliki tujuan untuk menentukan apakah korelasi ada dalam data yang berasal dari variabel independen atau tidak dalam model regresi yang diterapkan. Hasil analisis multicollinear dapat dilihat pada indeks *Tolerance* dan *VIF*. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan ketika nilai *VIF* ≤ 10 dan *Tolerance* $\geq 0,10$ dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas (Ghozali, 2006).

3.8.3 Uji Ketetapan Model

1. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*) adalah metode analisis data tertentu yang bertujuan untuk mengurangi beberapa kemampuan model yang tidak realistis sehingga dapat mendeteksi variasi tertentu dari variabel dependen. Ini karena variabilitas variabel dependen, pada kenyataannya, cukup tidak stabil. Nilai dari penentuan skala kecil antara satu dan Nol, jika penentuan Koefisien melebihi angka tunggal (1), itu menunjukkan bahwa variabel independen mampu memberikan informasi dan ilustrasi yang diperlukan untuk menentukan variabel dependen (Ghozali, 2006). Pengukuran korelasi terbatas pada peningkatan kekuatan dan saling ketergantungan dua atau lebih variabel. Kemungkinan komunikasi antara dua variabel sebagai berikut (Hartono, 2008) :

- a. Kedua variabel tidak terdapat hubungan (nilai $r = 0$)
- b. Hubungan kedua variabel cukup kuat (nilai $r = \pm 0,5$)
- c. Hubungan kedua variabel kuat (nilai $r = \pm 0,75$)
- d. Hubungan kedua variabel sangat kuat (nilai $r = 1$)

3.8.4 Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linear berganda dapat diartikan sebagai suatu analisis yang digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana kondisi naik turunnya keadaan variabel dependen, apabila terdapat dua atau lebih variabel independen yang digunakan sebagai faktor prediksi atas adanya manipulasi yang dilakukan terhadap nilainya. Analisis regresi dilakukan untuk menentukan apakah ada

pengaruh signifikan yang ada dalam percobaan yang telah dinyalakan oleh para peneliti. Penggunaan regresi berganda regresilinier dijelaskan di bawah ini (Sugiyono, 2020) :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = variabel Keputusan menggunakan layanan zakat online

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi Variabel Independen

X_1 = Kemudahan

X_2 = Manfaat

X_3 = Kepercayaan

ε = *Standard Error*

3.8.5 Uji Hipotesis

1. Uji Simultan dengan F-test

Uji F atau ANOVA juga digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi untuk beberapa variabel independen bila dibandingkan dengan variabel target, khususnya dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 (Darmawan, 2019). Tujuan Uji F adalah untuk menentukan apakah variabel independen berinteraksi dengan variabel dependen secara simultan. Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel yang

diikat, dilakukan Uji F. Jika nilai ambang batas antara 0,5 dan 5%, dapat dikatakan bahwa variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen atau sebaliknya jika nilai ambang batas kurang dari 0,05 (Ghozali, 2016).

2. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Koefisien parsial atau yang lebih dikenal dengan nama uji t Ini dianggap sebagai pernyataan yang kuat tentang masalah saat ini yang menyiratkan ada hubungan antara dua variabel atau lebih. Setiap uji dimaksudkan untuk membantu memahami korelasi yang ada dalam dua variabel yang saat ini sedang dievaluasi. Untuk dapat melakukan penelitian tentang perbedaan antara variabel independen dan dependen, perlu menggunakan kriteria bahwa jika t hitung $>$ t tabel, H_0 akan menjadi tolak, dan H_1 akan diterima. Dipercayai bahwa variabel independen bersaing dengan variabel dependen secara parsial (Sugiyono, 2020).

BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Responden

Responden yang digunakan untuk menjadi sampel dalam penelitian yang akan dilakukan adalah Muzaki Baznas Boyolali yang berdomisili di Kabupaten Boyolali. Peneliti memilih menggunakan responden dengan ketentuan tersebut dengan tujuan agar memberikan jawabannya atas Keputusan mereka untuk menggunakan layanan zakat online.

Sumber data yang digunakan untuk membantu proses penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai data primernya. Penyebaran kuesioner tersebut diperoleh dengan menggunakan dua cara yang berupa penyebaran kuesioner secara langsung serta penyebaran melalui link google formulir. Pengumpulan data melalui link dapat disebarluaskan dengan memberikan broadcast melalui media sosial kepada para muzaki untuk memudahkan proses pengumpulan data penelitian. Penyebaran kuesioner juga dilakukan secara langsung kepada beberapa responden, karena adanya keterbatasan bila menyebarkan kuisisioner secara langsung karena para muzaki yang berzakat secara online jarang sekali untuk datang langsung ke kantor cabang sehingga mengalami kesulitan untuk berinteraksi dengan muzaki yang sudah berzakat secara online .

Penyebaran kuesioner yang dilakukan berhasil memperoleh responden sebanyak 97 responden yang digunakan untuk olah data dengan software SPSS. Sebelum melakukan pengolahan data penelitian, jawaban yang diperoleh dari

responden akan diklasifikasikan berdasarkan pada karakteristik yang telah ditentukan peneliti saat membuat kuesioner. Pengelompokan responden berdasarkan karakteristik tertentu dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bagian yaitu :

berikut ini merupakan klasifikasi berdasarkan jenis kelamin responden :

a. Klasifikasi Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1

Klasifikasi Menurut Jenis Kelamin Responden

jenis kelamin					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	Pria	50	51.5	51.5	51.5
	Wanita	47	48.5	48.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber: Hasil output SPSS

Hasil olah data menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang ada 47 orang diantaranya perempuan sedangkan sisanya 50 orang laki-laki. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh laki laki sebanyak 51%.

Berikut ini merupakan Klasifikasi responden berdasarkan umur :

b. Klasifikasi Menurut umur Responden

Tabel 4.2 klasifikasi menurut Umur Responden

		Usia			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	> 30 tahun	47	48.5	48.5	48.5
	16 - 20 tahun	1	1.0	1.0	49.5
	21 - 25 tahun	27	27.8	27.8	77.3
	26 - 30 tahun	22	22.7	22.7	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber: Hasil output SPSS

Hasil olah data menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang ada didominasi oleh responden yang berumur lebih dari 30 tahun serta 21 tahun -25 tahun masing-masing sebanyak 47 orang (48.5%) dan 27 tahun (27,8%). Responden dengan umur 26-30 tahun sebanyak 22 Orang (22,7%) ,dan yang berusia 16-20 tahun sebanyak 1orang (1%), Responden dengan umur 21 -30 cenderung lebih melek akan teknologi dan merupakan usia produktif karena pada usia tersebut rata-rata dari mereka sudah memiliki penghasilan dan dewasa sehingga segala sesuatu yang tidak diketahui olehnya akan berusaha untuk mereka ketahui termasuk adanya teknologi yang semakin berkembang dan beragam,

Berikut ini merupakan Klasifikasi responden berdasarkan alamatnya :

c. Klasifikasi Menurut Alamat Responden

Tabel 4.3 Klasifikasi Menurut Alamat Responden

		Alamat			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	Kecamatan ampel	3	3.1	3.1	3.1
	Kecamatan Andong	1	1.0	1.0	4.1
	Kecamatan Banyudono	6	6.2	6.2	10.3
	Kecamatan Boyolali	11	11.3	11.3	21.6
	Kecamatan Cepogo	12	12.4	12.4	34.0

Kecamatan Gladagsari	2	2.1	2.1	36.1
Kecamatan Juwangi	2	2.1	2.1	38.1
Kecamatan Karanggede	2	2.1	2.1	40.2
Kecamatan Kemusu	2	2.1	2.1	42.3
Kecamatan Klego	2	2.1	2.1	44.3
Kecamatan Mojosongo	9	9.3	9.3	53.6
Kecamatan musuk	2	2.1	2.1	55.7
Kecamatan Ngemplak	8	8.2	8.2	63.9
Kecamatan Nogosari	3	3.1	3.1	67.0
Kecamatan Sambu	3	3.1	3.1	70.1
Kecamatan Sawit	9	9.3	9.3	79.4
Kecamatan Selo	5	5.2	5.2	84.5
Kecamatan Simo	1	1.0	1.0	85.6
Kecamatan Tamansari	3	3.1	3.1	88.7
Kecamatan Teras	9	9.3	9.3	97.9
Kecamatan Wonosamudro	1	1.0	1.0	99.0
Kecamatan wonosegoro	1	1.0	1.0	100.0
Total	97	100.0	100.0	

Sumber :Hasil Output SPSS

Hasil olah data menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang diperoleh dari masing-masing kecamatan didominasi oleh Kecamatan Cepogo sebanyak 12 orang (12,4%) dan Kecamatan Boyolali 11 Orang (11,3%). Kecamatan cepogo dan Kecamatan Boyolali memiliki wilayah yang luas serta memiliki lingkungan yang modern karena di wilayah tersebut terdapat fasilitas umum yang cukup lengkap serta modern. Adanya berbagai fasilitas dan lingkungan yang modern membuat seseorang tentunya akan mengikuti perkembangan yang ada termasuk teknologi.

berikut ini merupakan klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan :

d. Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	AMIL	1	1.0	1.0	1.0
	Guru /Dosen	8	8.2	8.2	9.3
	Pekerja suwasta	1	1.0	1.0	10.3
	Pelajar /Mahasiswa	19	19.6	19.6	29.9
	Wiraswasta	50	51.5	51.5	81.4
	Wirausaha	18	18.6	18.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber :Hasil output SPSS

Hasil olah data menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang ada didominasi oleh wiraswasta yang berjumlah 50 orang (51,5%). Sedangkan 18 orang (18,6%) diantaranya memiliki pekerjaan sebagai wirausaha, 19 orang (19,6%) diantaranya Pelajar /Mahasiswa, serta 8 orang (8,2%) diantaranya adalah Guru/Dosen. Responden yang digunakan mayoritas berlatar belakang pekerjaan wiraswasta dan wirausaha .

Berikut ini merupakan klasifikasi responden berdasarkan penghasilan responden :

e. Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan

		Penghasilan			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
<i>Valid</i>	> Rp.5.000.000	54	55.7	55.7	55.7
	Rp.2.500.000 - Rp.5.000.000	14	14.4	14.4	70.1
	Rp.500.000 - Rp.2.500.000	29	29.9	29.9	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Output SPSS

Hasil olah data menunjukkan bahwa dari seluruh responden yang ada 55,7% diantaranya berpenghasilan lebih dari Rp.5000.000, 14,4% diantaranya memiliki penghasilan perbulan sekitar Rp.2.500.000 hingga Rp.5000.000, 29,9% diantaranya memiliki penghasilan perbulan Rp.500.000 hingga Rp.2.500.000, mayoritas responden memiliki penghasilan lebih dari Rp 5000.000 perbulan hal ini karena mayoritas responden sekitar 78,3% sudah memiliki pekerjaan.

4.2 Pengujian dan Analisis Data

4.2.1 Hasil Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Bentuk pengujian terhadap jawaban dari responden yang bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan dalam kuesioner tersebut valid atau

tidak. Hasil pengolahan data dikatakan valid apabila r (hitung) > nilai r (tabel) (Hamid et al., 2019).

Berikut ini merupakan hasil uji validitas pada penelitian ini :

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r (hitung)	r (tabel)	Keterangan
1	Kemudahan (X1)			
	X1.1	0,654	0,1966	Valid
	X1.2	0,651	0,1966	Valid
	X1.3	0,674	0,1966	Valid
	X1.4	0,789	0,1966	Valid
	X1.5	0,720	0,1966	Valid
2	Manfaat (X2)			
	X2.1	0,633	0,1966	Valid
	X2.2	0,843	0,1966	Valid
	X2.3	0,834	0,1966	Valid
	X2.4	0,896	0,1966	Valid
	X2.5	0,765	0,1966	Valid
3	Kepercayaan (X3)			
	X3.1	0,648	0,1966	Valid
	X3.2	0,605	0,1966	Valid
	X3.3	0,677	0,1966	Valid
	X3.4	0,691	0,1966	Valid
	X3.5	0,521	0,1966	Valid
4	Keputusan (Y)			
	Y1	0,778	0,1966	Valid
	Y2	0,766	0,1966	Valid
	Y3	0,801	0,1966	Valid
	Y4	0,766	0,1966	Valid
	Y5	0,851	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS

Berdasarkan tabel diatas untuk variabel independen yang berupa Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan dan variabel dependen Keputusan menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,1966) sehingga item pertanyaan yang digunakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Bentuk pengujian yang dilakukan terhadap data yang sudah terkumpul dengan tujuan untuk mengetahui apakah alat ukur (instrumen pernyataan) yang digunakan dalam kuesioner tersebut dipercaya atau diandalkan. Pengujian reliabilitas yang digunakan adalah cronbach's alpha, dimana jika nilai dari cronbach's alpha $> 0,60$ maka data dinyatakan reliabel atau konsisten (Janna, 2020).

Berikut ini merupakan hasil pengujian reliabilitas pada penelitian ini ;

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	Keterangan
1	Kemudahan (X1)	0,736	5	<i>Reliabel</i>
2	Manfaat (X2)	0,842	5	<i>Reliabel</i>
3	Kepercayaan (X3)	0,804	5	<i>Reliabel</i>
4	Keputusan (Y)	0,882	5	<i>Reliabel</i>

Sumber :Hasil Output SPSS

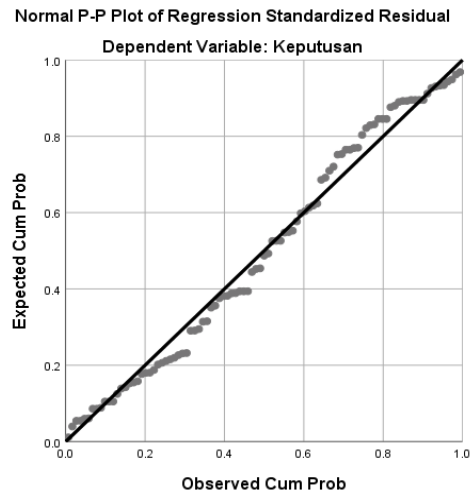
Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai dari variabel independen yang digunakan (kemudahan, manfaat, Kepercayaan) serta variabel dependen (Keputusan menggunakan layanan zakat online) menunjukkan nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$. Kesimpulan yang dapat diambil pada pengujian reliabilitas mengungkapkan bahwa baik variabel independen dan variabel dependen yang digunakan reliabel, data yang reliabel dapat dijadikan sebagai suatu alat ukur yang nantinya dapat digunakan untuk mengukur data.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

a. Hasil Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plot

Gambar 4.1



Sumber : hasil output SPSS.

Gambar diatas adalah hasil dari pengujian normalitas yang menunjukkan bahwa data tersebut dinyatakan “normal” karena terdistribusi sepanjang garis diagonal dan sekitarnya sehingga model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Hasil Uji Normalitas dengan Uji *Kolmogorov Smirnov*

Pengujian ini dilakukan agar dapat menjamin adanya kebenaran data yang diperoleh dari hasil uji normalitas yang sebelumnya telah dilakukan menggunakan *normal probability plot*, maka melakukan pengujian *Kolmogorov Smirnov*, yang hasilnya sebagai berikut :

Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		97
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.89895398
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.081
	<i>Positive</i>	.081
	<i>Negative</i>	-.075
<i>Test Statistic</i>		.081
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.126 ^c

Sumber : Hasil Output SPSS

Hasil pengujian normalitas yang dilakukan menunjukkan hasil nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah $0,126 > 0,05$ sehingga diartikan bahwa data bersifat normal. Kesimpulan atas pengujian normalitas tersebut menyatakan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian terdistribusi secara normal serta dikatakan layak untuk memenuhi asumsi normalitas.

4.2.3 Uji Heteroskedastisitas

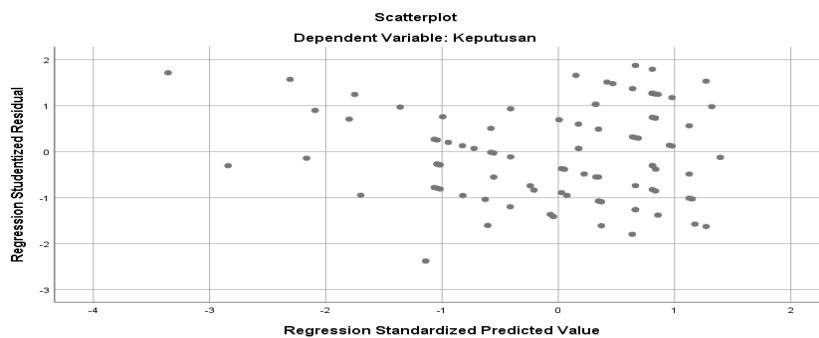
a. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplot*

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplot* pengujian heteroskedastisitas dengan hasil pengolahan yang berupa gambar *scatterplot* dengan ketentuan bahwa apabila data menyebar dengan pola yang beraturan membentuk pola bergelombang, melebar, menyempit serta tidak menyebar di

berbagai sudut maka dapat dikatakan bahwa model regresi terjadi gejala heteroskedastisitas (Purnomo, 2016).

Berikut ini merupakan gambar *scatterplot* Dari Hasil Output SPSS:

Gambar 4.1



Sumber:hasil Output SPSS

Gambar diatas menunjukkan bahwa data yang digunakan pada model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini dikarenakan, data yang berbentuk titik-titik tersebut menyebar secara acak serta tidak membentuk pola yang berulang.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Pengujian heteroskedastisitas yang dilakukan dengan uji glejser harus memperhatikan dasar pengambilan keputusan yang apabila nilai signifikansi (sig) < 0,05 maka akan dikatakan terjadi gejala heteroskedastisitas (Purnomo, 2016).

berikut ini merupakan hasil uji gejser pada penelitian ini :

Tabel 4.9 Hasil Uji Glejser

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(<i>Constant</i>)	-1.961	1.622		-1.209	.229
	Kemudahan	.146	.079	.221	1.844	.168
	Manfaat	.077	.075	.120	1.030	.305
	Kepercayaan	-.072	.063	-.133	-1.154	.251

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber :Hasil output SPSS

Pengujian heteroskedastisitas yang dilakukan dengan uji glejser harus memperhatikan dasar pengambilan keputusan yang apabila nilai signifikansi (sig) < 0,05 maka akan dikatakan terjadi gejala heteroskedastisitas (Purnomo, 2016), Kesimpulan dari pengujian ini menyatakan ketiga variabel independen yang digunakan pada model regresi (kemudahan, Manfaat, Kepercayaan) tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat pada tabel bahwa besarnya nilai signifikansi yang terdapat pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,05.

4.2.4 Uji Multikolinieritas

Bentuk pengujian statistik yang dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu data yang berasal dari variabel independen terjadi korelasi atau tidak dalam model regresi yang digunakan. Multikolinieritas dapat dilihat Hasil

multikolinearitas dapat dilihat pada nilai *Tolerance* dan *VIF*. Dasar pengambilan keputusan apabila nilai *VIF* ≥ 10 dan *Tolerance* $\leq 0,10$ dapat diartikan bahwa terjadi gejala multikolinearitas, begitupun sebaliknya (Ghozali, 2006).

berikut ini merupakan hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini :

Tabel 4.10

Hasil Uji Multikolinearitas

	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
Kemudahan	.616	1.623	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Manfaat	.606	1.649	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kepercayaan	.608	1.645	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Hasil Output SPSS

Tabel diatas menunjukkan hasil uji statistik dimana digunakan untuk menentukan ada tidaknya hubungan dalam data yang berasal dari variabel bebas yang terdapat pada model regresi. Dilihat dari besarnya *Tolerance* dari variabel bebas (kemudahan, Manfaat, Kepercayaan) adalah 0,616, 0,606, 0,608 $\geq 0,10$. Sedangkan dilihat dari besarnya nilai *VIF* dari variabel bebas (Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan) adalah 1,623, 1,649, 1,645 ≤ 10 . Kesimpulan yang dapat diambil dalam pengujian multikolinearitas menghasilkan *VIF* yang nilainya ≤ 10 beserta *Tolerance* $\geq 0,10$ sehingga dapat diartikan model regresi yang digunakan memenuhi syarat karena tidak mengalami gejala multikolinearitas.

4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi diartikan sebagai bentuk analisis yang berfungsi mengukur adanya suatu pengaruh antara variabel variabel bebas dengan variabel terikat. Model regresi yang digunakan akan mempermudah untuk mengetahui apakah

terdapat hubungan antara satu variabel terikat dengan beberapa variabel bebas. Regresi tersebut dapat dilakukan apabila variabel bebas minimal terdiri atas dua komponen (misal X1 dan X2). Model persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = variabel Keputusan menggunakan layanan zakat online

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi Variabel Independen

X1 = Kemudahan

X2 = Manfaat

X3 = Kepercayaan

ε = *Standard Error*.

Tabel 4.11

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>T</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	9.912	1.923		5.155	.000
	Kemudahan	.189	.144	.192	1.314	.192
	Manfaat	.354	.140	.364	2.546	.012
	Kepercayaan	.424	.110	.437	3.847	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber :Hasil Output SPSS.

Tabel diatas menghasilkan model persamaan regresi linear yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 9.912 + 0,189 X_1 + 0,354 X_2 + 0,424 X_3 + e$$

Hasil pengujian terhadap model regresi tersebut menunjukkan adanya koefisien regresi dari ketiga variabel bebas (b_1 , b_2 dan b_3) bertanda positif (+) maka variabel bebas (Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan) akan membuat Keputusan menggunakan layanan zakat online meningkat. Model regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai suatu konstanta (*constant*) = 9.912 yang dapat diartika bahwa apabila semua variabel bebas (Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan) adalah tetap atau nol (0), dengan demikian maka Keputusan menggunakan layanan zakat online akan meningkat.

- b. Nilai Koefisien $b_1 = 0,189$ hal ini berarti asumsi kemudahan bernilai tetap, maka setiap peningkatan Kemudahan sebesar 1 satuan akan meningkatkan Keputusan muzaki di Baznas Boyolali menggunakan layanan zakat online akan mengalami peningkatan sebesar 0,189
- c. Nilai Koefisien $b_2 = 0,354$ hal ini berarti asumsi Manfaat bernilai tetap, maka setiap peningkatan Manfaat sebesar 1 akan meningkatkan Keputusan muzaki di Baznas Boyolali menggunakan layanan zakat online akan mengalami peningkatan sebesar 0,354.
- d. Nilai Koefisien $b_3 = 0,424$ hal ini berarti asumsi Kepercayaan bernilai tetap, maka setiap peningkatan Kepercayaan sebesar 1 akan meningkatkan Keputusan muzaki di Baznas Boyolali menggunakan layanan zakat online akan mengalami peningkatan sebesar 0,424.

4.2.6 Hasil Uji Ketetapan Model

1. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Bentuk metode analisis data yang digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk dapat menerangkan suatu hubungan yang akan terjadi antara variabel independen dengan variabel dependen, dengan dasar keputusan sebagai berikut (Hartono, 2008) ;

- a) Kedua variabel tidak terdapat hubungan (nilai $r = 0$)
- b) Hubungan kedua variabel cukup kuat (nilai $r = \pm 0,5$)
- c) Hubungan kedua variabel kuat (nilai $r = \pm 0,75$)
- d) Hubungan kedua variabel sangat kuat (nilai $r = 1$)

Berdasarkan hasil olah data berikut ini merupakan Hasil Uji koefisien

Determinasi (*Adjusted R²*):

Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.589 ^a	.347	.326	.95510

Sumber :Hasil Output SPSS

Tabel tersebut menunjukkan hasil *R Square* adalah 0,347 yang berarti 34,7% dari muzaki baznas di Kabupaten Boyolali Membuat keputusan untuk menggunakan layanan zakat online. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang digunakan (Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan) hanya memiliki pengaruh sebesar 34.7%, sedangkan untuk sisanya 65.3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

4.2.7 Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji F

Uji F atau ANOVA juga digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi untuk beberapa variabel independen bila dibandingkan dengan variabel target, khususnya dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel pada tingkat signifikansi 0,05 (Darmawan, 2019).

berdasarkan hasil olah data berikut ini merupakan Hasil Uji f :

Tabel 4.13 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.040	3	15.013	16.458	.000 ^b
	Residual	84.836	93	.912		
	Total	129.876	96			

Berdasarkan output diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 10.649 dengan nilai probabilitas (sig) = 0.000, nilai f hitung (16.458) > f tabel (3.09) dan nilai sig lebih kecil dari 0,05 atau nilai 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan H1 diterima dan H0 Ditolak berarti secara bersama sama variabel (Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan muzaki Baznas Boyolali menggunakan layanan zakat online .

2. Hasil Uji T

berdasarkan hasil olah data berikut ini merupakan hasil uji T :

Tabel 4.14 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.912	1.923		5.155	.000
	Kemudahan	.189	.144	.192	1.314	.192
	Manfaat	.354	.140	.364	2.546	.012
	Kepercayaan	.424	.110	.437	3.847	.000

Sumber : Hasil Output SPSS

mengacu pada tabel diatas hasil pengujian terhadap hipotesis menunjukkan besarnya signifikansi yang ada pada setiap variabelnya yang terdiri dari variabel bebas (Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan) terhadap Keputusan menggunakan layanan Zakat online. Adanya pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel bebas tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1) Variabel Kemudahan (X1)

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh besarnya t hitung sebesar 1,314 dengan besarnya nilai t tabel sebesar 1,984, maka nilai t hitung < t tabel. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,192 > α (0,05), maka H0 diterima dan H1 ditolak sehingga dapat diartikan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menggunakan layanan zakat online.

2) Variabel Manfaat (X2)

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh besarnya nilai t hitung adalah 2.526 dengan besarnya nilai t tabel sebesar 1,984, maka nilai t hitung > t tabel. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,01 < α (0,05), maka H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat diartikan bahwa Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menggunakan layanan zakat online.

3) Variabel Kepercayaan

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh besarnya nilai t hitung adalah 3.847 dengan besarnya nilai t tabel sebesar 1,984, maka nilai t hitung > t tabel. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 < α (0,05), maka H0 ditolak dan H1 diterima sehingga dapat diartikan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menggunakan layanan zakat online.

4.3 Pembahasan Hasil Data

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Zakat Online

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh besarnya t hitung sebesar 1,314 dengan besarnya nilai t tabel sebesar 1,984, maka nilai t hitung < t tabel. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,192 > α (0,05), maka H0 diterima dan H1 ditolak sehingga dapat diartikan bahwa Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menggunakan layanan zakat online. Berdasarkan berbagai pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa H1 yang menyatakan bahwa Kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan Muzaki dalam menggunakan layanan zakat online tidak terbukti atau ditolak. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh hasil (Sanjani, 2019) dan (Nurdin et al., 2021) yang memberikan hasil bahwa Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan layanan zakat online.

Kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian ini adalah bahwa banyak atau sedikit kemudahan yang ada pada layanan zakat online pun tidak dapat mempengaruhi Keputusan setiap individu dalam menggunakan layanan zakat online, hal ini karena muzaki khususnya di Baznas Boyolali sebagian merasa sudah terliterasi terhadap teknologi berbasis *android*, sehingga mereka sudah menganggap sangat mudah dalam mengoperasikan aplikasi berbasis *android*,

adanya Kemudahan ini bukan suatu hal yang mutlak untuk membuat seseorang berkeputusan menggunakan layanan zakat online, ada banyak faktor lain yang bisa mempengaruhi Keputusan seseorang untuk menggunakan layanan zakat online diantaranya faktor kualitas pelayanan, pengetahuan dll.

2. Pengaruh Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan zakat Online.

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh besarnya nilai t hitung adalah 2.526 dengan besarnya nilai t tabel sebesar 1,984, maka nilai t hitung > t tabel. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,01 < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat diartikan bahwa Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menggunakan layanan zakat online. Berdasarkan berbagai pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 yang menyatakan Manfaat berpengaruh terhadap Keputusan Muzaki dalam menggunakan layanan zakat online diterima.

hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh (Sulfina, 2022) dan (Wardhani, 2021) menyatakan Manfaat berpengaruh terhadap Keputusan. Penelitian ini sesuai dengan teori Jogiyanto (2007) yang menyatakan bahwa seseorang akan bersedia menggunakan teknologi selama teknologi tersebut dipercaya memiliki nilai manfaat. Teknologi yang mudah atau sulit dipergunakan akan tetap digunakan oleh seseorang apabila orang tersebut merasa teknologi masih memiliki bermanfaat.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Zakat Online.

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh besarnya nilai t hitung adalah 3.847 dengan besarnya nilai t tabel sebesar 1,984, maka nilai t hitung > t tabel. Dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < \alpha (0,05)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat diartikan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan menggunakan layanan zakat online. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfadino, 2021), (Mukaromah, 2021) serta (Putriatama, 2021) yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rofiq yang menyatakan bahwa adanya hubungan transaksi antara dua pihak berdasarkan pada keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkannya. Tingkat kepercayaan muzaki terhadap Badan Amil zakat muncul dikarenakan adanya suatu kinerja sistem teknologi yang baik. Masyarakat yang menggunakan layanan zakat online adalah mereka yang percaya bahwa layanan tersebut memberikan keuntungan bagi masyarakat, dimana dengan adanya proses zakat secara online akan mempermudah masyarakat karena mampu memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan. Layanan tersebut mampu memberikan solusi terhadap para muzaki yang ingin membayarkan zakatnya secara online tanpa perlu khawatir ketepatan sasaran badan amil zakat khususnya Baznas dalam penyaluran zakatnya serta penyelenggaraan transaksi digital yang jujur dan dapat dipercaya.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan menggunakan layanan zakat online. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

a) Variabel Kemudahan (X1)

Variabel Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali Menggunakan Layanan Zakat Online.

b) Variabel Manfaat (X2)

Variabel Manfaat berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali Menggunakan Layanan Zakat Online.

c) Variabel Kepercayaan (X3)

Variabel Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali Menggunakan Layanan Zakat Online.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Rendahnya koefisien determinasi yaitu hanya sebesar 0,347 menunjukkan bahwa ke tiga variabel independen dalam penelitian ini belum secara maksimal menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Muzaki Baznas Menggunakan Layanan Zakat Online .

2. Penelitian ini hanya menggunakan data dari hasil kuesioner. Pengukuran data menggunakan kuesioner memiliki beberapa kelemahan diantaranya responden tidak dapat memberikan keterangan lebih lanjut karena jawaban terbatas pada hal-hal yang ditanyakan saja. Selain itu, responden bisa saja menjawab pernyataan yang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel lainnya yang mempengaruhi Keputusan menggunakan layanan zakat online melihat dari hasil penelitian yang sudah dilakukan sekitar 65,3 % berasal dari faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Untuk badan amil zakat perlu untuk mengadakan kegiatan sosialisasi mengenai layanan zakat secara online, sehingga masyarakat tertarik untuk menggunakan layanan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Achsania Hendratmi (2019) “Presepsi Penggunaan Zakat Online Di Indonesia,” *Carbohydrate Polymers*, 6(1), hal. 5–10.
- Amijaya, G. R. (2021) “Pengaruh Pengetahuan, Teknologi dan Kepercayaan terhadap keputusan t Penggunaan Layanan Mobile Banking pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Tulungagung,” hal. 95–105. Tersedia pada: <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>.
- Arwanita, D. (2022) “Pengaruh Manfaat Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Infaq Sedekah dan Wakaf Melalui BSI Mobile,” *UIN Raden Intan Lampung*.
- Asaloei, E. K. S. S. S. (2018) “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Pembelian Ulang Konsumen,” *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(3), hal. 27–34.
- Darmawan, D. (2019) “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan Dan Mutu E-Banking Informasi, Kepercayaan Dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah B,” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), hal. 1689–1699.
- Darmawan, F. (2020) “Hubungan Presepsi Manfaat ,Presepsi Kemudahan dan Presepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-TOL (Survei Terhadap Konsumen: Kelurahan Rawa Bunga),” *Hubungan Presepsi Manfaat ,Presepsi Kemudahan dan Presepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-TOL (Survei Terhadap Konsumen: Kelurahan Rawa Bunga)*, 12(2004), hal. 6–25.
- Gama Putra Brahmanta dan Nuruni Ika Kusuma Wardhani (2021) “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan, Risiko Terhadap Minat Menggunakan Ulang ShopeePay Di Surabaya,” *Sains Manajemen*, 7(2), hal. 97–108. doi: 10.30656/sm.v7i2.3580.
- irawati et al (2020) “Analisis Tam (Technology Acceptance Model) Aplikasi Medscape® Pada Mahasiswa Jurusan Farmasi Universitas Tadulako,” *PREPOTIF: Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 6(2), hal. 1776–1781. doi: 10.31004/prepotif.v6i2.5229.
- Khairunnisa, A. H. *et al.* (2020) “The Influence of Brand Awareness and Trust on Decisions to Distribute Zakat and Donations through Tokopedia,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), hal. 284.
- lestariyanti puji (2022) “Pengaruh Manfaat ,Kepercayaan ,Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BSI).” Tersedia pada: <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/id/eprint/13273>.
- Maghfirah, F. (2020) “Peningkatan Perolehan Dana Zakat Melalui Penggunaan Teknologi Online,” *Az Zarga*, Vol. 12, N(2), hal. 58–76.

- Maysaroh, S. (2020) “Pelaksanaan Zakat Secara Online (Studi pada Badan Amil Zakat Nasional Kotabumi Lampung Utara),” *universitas Islam Negeri Raden Islam Lampung*, hal. 85.
- mytha chandra dewi (2022) “Faktor-Faktor yang Mememngaruhi Keputusan Muzaki Membayar Zakat Secara Online Melalui Platform Fintech : Dengan Menggunakan Teknologi Acceptance Model (TAM).”
- Rahman, M. (2022) “Peran Digital Marketing dan Digital Fundraising dalam Peningkatan Minat Masyarakat Membayara Zakat, Infak dan Sedekah di Baznas Kabupaten Sumenep,” *Islamic Sciences, Sumenep*, 1(1), hal. 54–69.
- Rahmani, H. F. dan Erpurini, W. (2020) “Pengaruh Kepercayaan Dan Penerapan Teknologi Aplikasi Zakat Terhadap Minat Masyarakat Dalam Berzakat,” *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 4(2), hal. 639–648. doi: 10.22437/jssh.v4i2.11324.
- Riayati Ahmad, Suhaili Alma’amun dan Nurizzati Safuhah Abdullah (2022) “Kesan faktor risiko kesihatan ke atas penggunaan E-Zakat di Malaysia ketika pandemik Covid-19,” *International Journal of Islamic and Civilization Studies*, 9(1), hal. 49–65.
- Rukani, S. dan Marlina, N. (2021) “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi Edulearning sebagai Media Pembelajaran Online di SMK Ketintang Surabaya,” *Jurnal PTK dan Pendidikan*, 7(2). doi: 10.18592/ptk.v7i2.4763.
- Saparudin et al. (2020) “The impact of mobile banking use on the Islamic financial institutional interest: A study in Indonesia,” *Banks and Bank Systems*, 17(3), hal. 1–11. doi: 10.21511/bbs.17(3).2022.01.
- Sugiyono (2020) “Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation,” *Jurnal Keterapian Fisik*, 5(1), hal. 55–61. doi: 10.37341/jkf.v5i1.167.
- Sulfina, S., Yuliniar, Y. dan Aziz, A. (2022) “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay),” *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 17(2), hal. 105. doi: 10.21460/jrak.2021.172.401.
- Tempo.co (2021) *tempo.co*. Tersedia pada: <https://bisnis.tempo.co/read/1455286/pengumpulan-zakat-via-digital-di-baznas-meningkat-30-persen-saat-pandemi>.
- Yudhistya (2018) “Pengaruh Teknologi,Presepsi Kemudahan ,Presepsi Manfaat Terhadap Kepuasan dalam Menggunakan Teknologi Mobile Banking.”
- yuliyanto (2018) “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Layanan Lembaga Keuangan Syariah,”
- Sugiyono. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Sulfina, Yuliniar, & Aziz, A. (2022). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan*

- Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektronik (Shopeepay). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 17(2), 105. <https://doi.org/10.21460/jrak.2021.172.401>
- Sunardi, & Maftukhah, A. (2015). Pengetahuan Konsumen dan Keputusan Menjadi Nasabah. *Jurnal Islaminomic*, 6(2), 35-51. Diakses September, 10, 2021. https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=Pengetahuan+Konsumen+dan+Keputusan+Menjadi+Nasabah+++%28Kasus+B+SM+Kan.Cab+Pembantu+BSD+Tangerang+Selatan%29&btnG=
- Tajudin, M. H., & Mulazid, A. S. (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP Sawangan Kota Depok. *Islamiconomic : Jurnal Ekonomi Islam*, 8.
- Wati, P. A. M. (2021). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Mahasiswa Dan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Di Masa Pandemi Covid-19. *SKRIPSI*, 19(Technology and Economics), 3–4. <http://repo.undiksha.ac.id/id/eprint/10567>
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *generasi Revolusi Industri 4.0*. CV. Pena Persada.

LAMPIRAN 1 kuisisioner penelitian

Kuisisioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan, saya Arthavetaris Novelycya Melati, mahasiswa tingkat akhir Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Saat ini saya sedang mengumpulkan data untuk keperluan skripsi dengan melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali Menggunakan Layanan zakat Online (Studi di Baznas Boyolali). Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Saudara/Saudari untuk berpartisipasi dalam penelitian yang saya lakukan saat ini dengan mengisi kuisisioner. Pengisian kuisisioner ini memakan waktu 2-3 menit. Untuk hasil dari kuisisioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Sebelum mengisi beberapa item pernyataan berikut, kami mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian dan keterangan menjawab kuisisioner. Kriteria responden:

1. Masyarakat berusia 20-45 tahun
2. Responden beragama Islam
3. Muzaki di Baznas Boyolali
4. Masyarakat yang sudah pernah menggunakan layanan zakat online

Atas partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih. Sebelum mengisi pernyataan yang terdapat pada kuisisioner, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian dan keterangan menjawab kuisisioner.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

a. Identitas Responden

Nama	
Jenis Kelamin	<input type="radio"/> Laki-laki <input type="radio"/> Perempuan
Alamat	<input type="radio"/> Kecamatan Ampel <input type="radio"/> Kecamatan Andong <input type="radio"/> Kecamatan Banyudono <input type="radio"/> Kecamatan Boyolali <input type="radio"/> Kecamatan Cepogo <input type="radio"/> Kecamatan Gladagsari <input type="radio"/> Kecamatan Juwangi <input type="radio"/> Kecamatan Karanggede <input type="radio"/> Kecamatan Kemusu <input type="radio"/> Kecamatan Klego <input type="radio"/> Kecamatan Mojosongo <input type="radio"/> Kecamatan Musuk <input type="radio"/> Kecamatan Ngeplak <input type="radio"/> Kecamatan Nogosari <input type="radio"/> Kecamatan Sambu <input type="radio"/> Kecamatan Sawit <input type="radio"/> Kecamatan Selo <input type="radio"/> Kecamatan Simo <input type="radio"/> Kecamatan Tamansari <input type="radio"/> Kecamatan Teras <input type="radio"/> Kecamatan Wonosamodro <input type="radio"/> Kecamatan Wonosegoro <input type="radio"/> Lainnya.....

Usia	<ul style="list-style-type: none"> ○ 16-20 tahun ○ 21-25 tahun ○ 26-30 tahun ○ Lebih dari 30 tahun
Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pelajar/Mahasiswa ○ Karyawan Swasta ○ Wirausaha ○ Lainnya (Sebutkan)
Pendapatan	<ul style="list-style-type: none"> ○ Rp. 500.000 – Rp. 2.500.000 ○ Rp. 2.500.000– Rp. 5.000.000 ○ Lebih dari Rp. 5.000.000

b. Petunjuk Pengisian Kuisioner

a. Tulislah identitas terlebih dahulu pada kolom yang telah disediakan.

b. Pilihlah salah satu jawaban dari pernyataan pernyataan yang tersedia dengan memberikan tanda centang (v) atau silang (X) dengan ketentuan sebagai berikut.

SS : Jika anda **Sangat Setuju** dengan pernyataan poin 5.

S : Jika anda **Setuju** dengan pernyataan poin 4.

N : Jika anda **Netral** dengan pernyataan poin 3.

TS : Jika anda **Tidak Setuju** dengan pernyataan poin 2.

STS : Jika anda **Sangat Tidak Setuju** dengan pernyataan poin 1.

Kemudahan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa layanan zakat online mudah dipelajari.					
2.	Saya merasa layanan zakat online mudah digunakan.					
3.	Saya merasa tahapan zakat online mudah dimengerti oleh pengguna.					
4.	Saya merasa layanan zakat online fleksibel dapat dilakukan dimanapun.					
5.	Saya merasa pada saat menggunakan layanan zakat online pengguna tidak akan mengalami kesulitan .					

B. Manfaat (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa dengan adanya layanan zakat online dapat melakukan zakat lebih cepat daripada zakat di kantor cabang.					
2.	Saya merasa dengan menggunakan layanan zakat online dapat meningkatkan kinerja dalam menggunakan teknologi.					
3.	Saya merasa layanan zakat online dapat meningkatkan produktivitas.					
4.	Saya merasa layanan zakat online dapat meningkatkan efektivitas karena dapat menghemat waktu.					
5.	Saya merasa dengan adanya fitur layanan zakat online bermanfaat bagi para penggunanya.					

C. Kepercayaan (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya percaya bahwa baznas mempunyai niat baik dalam adanya layanan zakat Online					
2.	Saya bersedia memberikan data pribadi saya untuk kelancaran proses zakat online					

3.	Saya percaya bahwa adanya fitur zakat online merupakan bentuk pelayanan untuk memudahkan masyarakat.					
4.	Saya percaya bahwa dengan berzakat secara online di Baznas terjamin keamanan data serta penyaluranyatepat sasaran					
5.	Saya siap menerima resiko negatif(error/kegagalan) yang memungkinkan pada saat proses zakat online					

D. Keputusan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut saya layanan zakat online mudah dipahami					
2.	Saya merasa mudah mencari informasi tentang Layanan Zakat Online yang disediakan Baznas					
3.	Saya merasa Layanan Zakat Online memberikan Alternatif bertransaksi zakat yang saya butuhkan					
4.	Saya memutuskan menggunakan layanan zakat online yang disediakan Baznas yang saya gunakan					
5.	Saya tetap menggunakan layanan zakat online yang disediakan Baznas karna telah memenuhi kebutuhan dan harapan muzaki					

LAMPIRAN 2 Hasil Data Kuisisioner

Hasil Data Kuesioner Variabel Kemudahan (X1)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	22
4	4	4	5	3	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	4	3	5	21
5	4	5	5	5	24
3	3	3	4	3	16
4	4	5	5	4	22
4	4	4	5	4	21
3	4	3	5	5	20
5	5	4	4	5	23
4	5	5	4	5	23
4	4	4	5	5	22
4	5	5	4	4	22
5	5	4	4	4	22
3	4	4	5	3	19
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	4	24
4	5	3	4	5	21
3	3	4	4	4	18
4	5	5	5	4	23
5	5	4	4	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	4	5	5	21
4	4	4	3	4	19
4	4	5	3	3	19
4	4	4	3	4	19
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	3	18

4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	3	21
4	4	4	5	4	21
4	5	5	5	4	23
5	5	4	4	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	4	4	5	5	22
5	5	4	5	5	24
5	4	4	5	5	23
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	5	24
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
3	2	3	2	3	13
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
5	4	5	5	4	23
4	4	5	5	5	23
5	5	5	4	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	4	23
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	4	23
4	5	4	4	5	22
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
4	5	4	5	5	23
5	5	5	4	5	24
5	4	5	5	5	24
4	5	5	5	4	23
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25

5	4	4	5	5	23
5	5	4	5	5	24
5	4	5	4	5	23
4	4	3	5	4	20
5	5	4	4	5	23
4	5	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	5	23
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	5	5	4	5	23
4	5	4	5	5	23
5	4	5	5	5	24
4	4	5	4	5	22
5	4	5	5	5	24
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	5	24
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	24
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	4	5	5	4	23
4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	4	23

Variabel Manfaat (X2)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	total X3
5	5	5	5	5	25
5	4	2	4	4	19
4	4	3	5	4	20
5	5	3	5	5	23
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	5	3	3	4	19
3	4	5	5	4	21
5	5	4	4	4	22
3	4	4	4	3	18
5	4	5	4	4	22
4	4	4	5	4	21
5	4	4	4	4	21
4	5	4	5	4	22
5	4	5	5	5	24
4	5	4	4	4	21
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	3	18
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
3	5	3	4	5	20
3	4	4	4	4	19
4	5	5	5	5	24
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	3	5	2	5	20
5	4	3	5	4	21
3	4	4	3	3	17
3	3	3	4	4	17
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25

3	5	3	5	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	4	4	5	4	21
3	5	4	4	4	20
4	5	4	3	4	20
5	5	5	5	5	25
4	3	5	4	4	20
4	5	5	5	5	24
5	3	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	3	5	22
4	5	4	4	5	22
3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	4	21
4	4	4	3	3	18
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
4	5	5	4	4	22
4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	4	23
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	4	24
4	5	5	5	5	24

5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	4	18
4	4	4	5	5	22
3	4	4	5	5	21
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	4	4	5	23
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	4	5	23
5	4	5	5	4	23
5	4	5	5	5	24
4	5	5	5	4	23
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
4	5	5	5	4	23
4	3	5	5	5	22
4	5	5	4	5	23
4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	5	24
4	5	5	4	5	23
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24

Variabel Kepercayaan (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	total X3
5	5	5	5	5	25
5	4	2	4	4	19
4	4	3	5	4	20
5	5	3	5	5	23
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	5	3	3	4	19
3	4	5	5	4	21
5	5	4	4	4	22
3	4	4	4	3	18
5	4	5	4	4	22
4	4	4	5	4	21
5	4	4	4	4	21
4	5	4	5	4	22
5	4	5	5	5	24
4	5	4	4	4	21
5	4	5	4	5	23
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	3	18
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
3	5	3	4	5	20
3	4	4	4	4	19
4	5	5	5	5	24
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	3	5	2	5	20
5	4	3	5	4	21
3	4	4	3	3	17
3	3	3	4	4	17
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25

3	5	3	5	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	4	4	5	4	21
3	5	4	4	4	20
4	5	4	3	4	20
5	5	5	5	5	25
4	3	5	4	4	20
4	5	5	5	5	24
5	3	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	3	5	22
4	5	4	4	5	22
3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	4	21
4	4	4	3	3	18
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
4	5	5	4	4	22
4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	4	23
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	4	24
4	5	5	5	5	24

5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	4	18
4	4	4	5	5	22
3	4	4	5	5	21
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	4	4	5	23
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	4	5	23
5	4	5	5	4	23
5	4	5	5	5	24
4	5	5	5	4	23
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
4	5	5	5	4	23
4	3	5	5	5	22
4	5	5	4	5	23
4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	5	24
4	5	5	4	5	23
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	4	23
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24

Variabel Keputusan (Y)

y1	y2	y3	y4	y5	total y
5	4	4	5	5	23
4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	4	4	5	3	21
5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	5	24
5	5	3	4	4	21
5	4	5	5	4	23
5	5	5	4	4	23
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	5	24
4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
4	5	5	4	5	23
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	4	5	23
4	4	5	5	5	23
5	5	5	4	5	24
5	4	5	5	5	24
5	5	5	4	4	23
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	4	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
4	4	3	5	4	20
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	3	22

5	4	5	5	5	24
3	5	5	4	5	22
5	4	5	5	4	23
4	5	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
5	5	5	4	5	24
5	4	4	5	5	23
5	5	4	5	5	24
4	5	5	5	5	24
5	5	5	4	4	23
4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	5	24
4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	23
4	5	5	5	5	24
4	5	4	3	5	21
5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	5	24
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
4	5	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
4	5	4	5	5	23
4	5	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	5	20
5	4	4	4	4	21
4	4	5	4	3	20
4	5	5	3	4	21
4	3	4	4	5	20
4	5	5	4	5	23
5	4	5	5	5	24
4	4	4	5	5	22

4	5	5	4	5	23
3	4	4	4	5	20
4	5	4	5	5	23
4	5	5	5	4	23
4	5	5	4	5	23
4	5	4	5	5	23
5	5	4	5	5	24
4	5	4	5	4	22
4	5	5	5	4	23
4	5	4	5	5	23
4	5	5	4	5	23
5	4	5	5	5	24
4	4	5	4	4	21
4	5	4	5	5	23
5	5	5	4	5	24
4	5	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	5	23
5	5	4	4	5	23
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
4	5	5	4	5	23

LAMPIRAN 3

jenis kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pria	50	51.5	51.5	51.5
	wanita	47	48.5	48.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 30 tahun	47	48.5	48.5	48.5
	16 - 20 tahun	1	1.0	1.0	49.5
	21 - 25 tahun	27	27.8	27.8	77.3
	26 - 30 tahun	22	22.7	22.7	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	AMIL	1	1.0	1.0	1.0
	Guru /Dosen	8	8.2	8.2	9.3
	Pekerja suwasta	1	1.0	1.0	10.3
	Pelajar /Mahasiswa	19	19.6	19.6	29.9
	Wiraswasta	50	51.5	51.5	81.4
	Wirausaha	18	18.6	18.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

penghasilan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> Rp.5.000.000	54	55.7	55.7	55.7

Rp.2.500.000 - Rp.5.000.000	14	14.4	14.4	70.1
Rp.500.000 - Rp.2.500.000	29	29.9	29.9	100.0
Total	97	100.0	100.0	

		alamat			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kecamatan ampel	3	3.1	3.1	3.1
	Kecamatan Andong	1	1.0	1.0	4.1
	Kecamatan Banyudono	6	6.2	6.2	10.3
	Kecamatan Boyolali	11	11.3	11.3	21.6
	Kecamatan Cepogo	12	12.4	12.4	34.0
	Kecamatan Gladagsari	2	2.1	2.1	36.1
	Kecamatan Juwangi	2	2.1	2.1	38.1
	Kecamatan Karanggede	2	2.1	2.1	40.2
	Kecamatan Kemusu	2	2.1	2.1	42.3
	Kecamatan Klego	2	2.1	2.1	44.3
	Kecamatan Mojosongo	9	9.3	9.3	53.6
	Kecamatan musuk	2	2.1	2.1	55.7
	Kecamatan Ngemplak	8	8.2	8.2	63.9
	Kecamatan Nogosari	3	3.1	3.1	67.0
	Kecamatan Sambu	3	3.1	3.1	70.1
	Kecamatan Sawit	9	9.3	9.3	79.4
	Kecamatan Selo	5	5.2	5.2	84.5
	Kecamatan Simo	1	1.0	1.0	85.6
	Kecamatan Tamansari	3	3.1	3.1	88.7
	Kecamatan Teras	9	9.3	9.3	97.9
Kecamatan Wonosamudro	1	1.0	1.0	99.0	

	Kecamatan wonosegoro	1	1.0	1.0	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Statistik Deskriptif

- Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kemudahan	97	15.00	25.00	22.0309	2.19589
Manfaat	97	13.00	25.00	22.1546	2.24230
Kepercayaan	97	15.00	25.00	22.2887	2.26366
Keputusan	97	15.00	25.00	22.7010	2.20872
Valid N (listwise)	97				

Uji Instrument Penelitian

1. Uji Validitas X1

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1. total
X1.1	Pearson Correlation	1	.674**	.170**	.264**	.253**	.654**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.390**	1	.450**	.514**	.621**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.362**	.450**	1	.387**	.393**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.513**	.514**	.387**	1	.448**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.348**	.621**	.393**	.448**	1	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1. total	Pearson Correlation	.709**	.810**	.684**	.749**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	

N	97	97	97	97	97	97
---	----	----	----	----	----	----

**UJI Validitas X2
Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.tot al
X2.1	Pearson Correlation	1	.545**	.474**	.450**	.601**	.633**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.545**	1	.402**	.415**	.504**	.843*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.474**	.402**	1	.422**	.422**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.450**	.415**	.422**	1	.406**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.601**	.504**	.422**	.406**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.to tal	Pearson Correlation	.810**	.756**	.719**	.716**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

**UJI VALIDITAS X3
Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.tot al
X3.1	Pearson Correlation	1	.347**	.391**	.444**	.511**	.648**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.2	Pearson Correlation	.347**	1	.442**	.465**	.435**	.605**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97

X3.3	Pearson Correlation	.391**	.442**	1	.537**	.409**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.4	Pearson Correlation	.444**	.465**	.537**	1	.570**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.5	Pearson Correlation	.511**	.435**	.409**	.570**	1	.521**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.to tal	Pearson Correlation	.710**	.722**	.756**	.803**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

UJI VALIDITAS Y Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y.total
Y1	Pearson Correlation	1	.417**	.547**	.581**	.624**	.591**	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	.417**	1	.611**	.438**	.544**	.553**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	.547**	.611**	1	.523**	.610**	.533**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y4	Pearson Correlation	.581**	.438**	.523**	1	.601**	.562**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y5	Pearson Correlation	.624**	.544**	.610**	.601**	1	.694**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Y.tot al	Pearson Correlation	.778**	.766**	.801**	.766**	.851**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

**UJI
RELIABILITY X1**

**Reliability
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	15.78	5.557	.510	.703
X1.2	15.65	5.155	.663	.718
X1.3	15.62	5.899	.513	.710
X1.4	15.57	5.834	.620	.641
X1.5	15.63	5.346	.599	.676

UJI RELIABILITY X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	15.84	7.991	.685	.750
X2.2	15.81	6.156	.604	.774
X2.3	15.85	6.254	.548	.790
X2.4	15.74	5.214	.538	.794
X2.5	16.10	5.007	.629	.866

UJI RELIABILITY X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	17.83	4.970	.538	.782
X3.2	17.84	4.835	.543	.781
X3.3	17.85	4.584	.579	.771
X3.4	17.75	4.577	.669	.741
X3.5	17.75	4.958	.629	.757

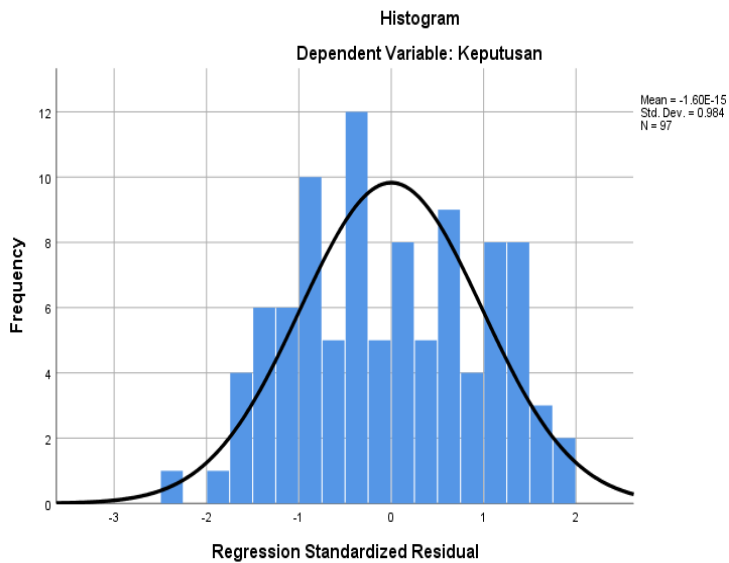
UJI RELIABILITY Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	6

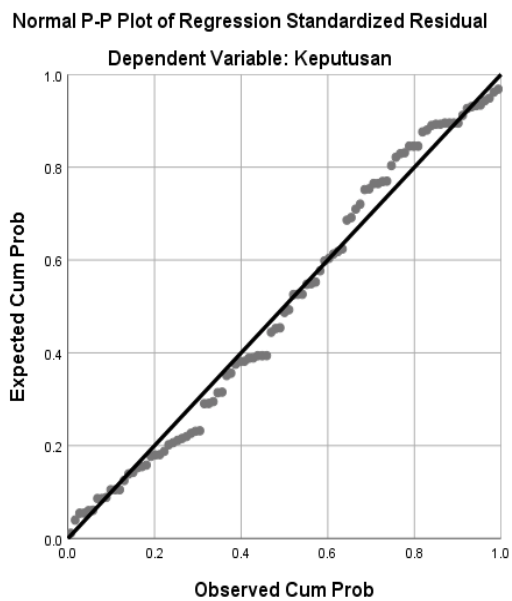
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	21.42	11.658	.676	.864
Y2	21.69	10.913	.627	.877
Y3	21.42	11.512	.707	.859
Y4	21.40	11.820	.663	.866
Y5	21.35	10.947	.772	.848

2. Uji Asumsi Klasik
 1. Uji Normalitas

a. Hasil Uji Normalitas Histogram



b. Hasil Uji Normalitas P.P Plot



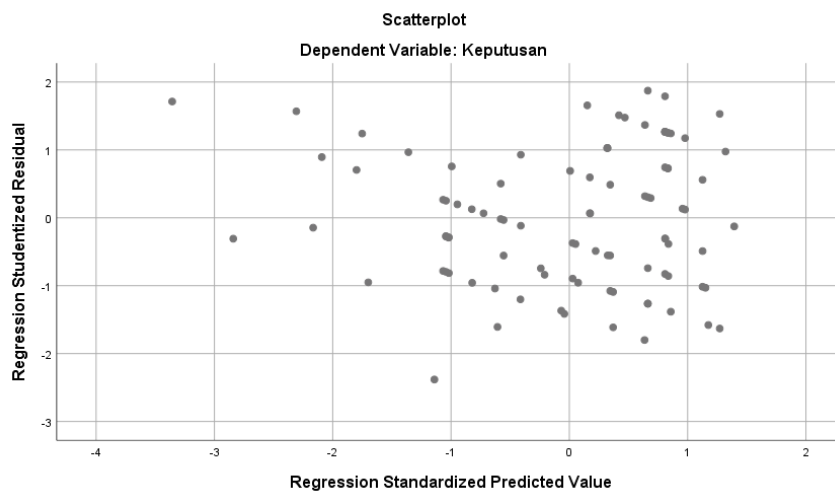
c. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	97

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.89895398
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.075
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.126 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

2. Heteroskedastisitas

a. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot



Uji gejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.961	1.622		-1.209	.229
	Kemudahan	.146	.079	.221	1.844	.168

	Manfaat	.077	.075	.120	1.030	.305
	kepercayaan	-.072	.063	-.133	-1.154	.251

a. Dependent Variable: Abs_RES

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14.217	2.200		6.462	.000		
	kemudahan	-.027	.128	-.027	-.213	.832	.616	1.623
	Manfaat	.189	.144	.192	1.314	.192	.606	1.649
	Kepercayaan	.354	.140	.364	2.526	.013	.609	1.645

a. Dependent Variable: Keputusan

4. Uji ketetapan Model

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.589 ^a	.347	.326	.95510

a. Predictors: (Constant), persepsi manfaat , Teknologi , persepsi kemudahan

5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.912	1.923		5.155	.000
	Kemudahan	.189	.144	.192	1.314	.192
	Manfaat	.354	.140	.364	2.546	.012
	Kepercayaan	.424	.110	.437	3.847	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

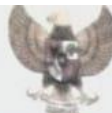
6. Hasil Uji Hipotesis

- Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.912	1.923		5.155	.000
	Kemudahan	.189	.144	.192	1.314	.192
	Manfaat	.354	.140	.364	2.546	.012
	Kepercayaan	.424	.110	.437	3.847	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Lampiran 4 Surat Keterangan Melakukan Penelitian


BAZNAS
Badan Amil Zakat Nasional
KABUPATEN BOYOLALI

SURAT KETERANGAN
NOMOR 003-69/BAZNAS-KAB-22/VI/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Drs. Jamal Yazid, M.Si
Jabatan : Ketua BAZNAS Kabupaten Boyolali

dengan ini menerangkan bahwa :

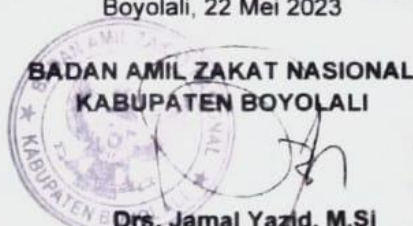
Nama : **Arthavetaris Novelycya Melati**
NIM : 195231058
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta

Benar – benar telah melaksanakan Riset dan Penelitian di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Boyolali, pada tanggal 14 April 2023 dengan judul penelitian:

" Pengaruh Kemudahan, Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzaki Baznas Boyolali Menggunakan Layanan Zakat Online ".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Boyolali, 22 Mei 2023


BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL
KABUPATEN BOYOLALI
Drs. Jamal Yazid, M.Si
Ketua

Kantor :
Komplek Perkantoran Terpadu Kabupaten Boyolali Jl. Merdeka Timur Kamin Mojosongo Telp. (0276) 322 164.
Nomor Rekening Zakat Bank Jateng Syariah 6-093-00097-7 BSI 777-17777-88, BSI 737 477 7700;
Nomor Rekening Zakat Bank Jateng Syariah 6-093-00097-7 BSI 848 588 8820, Bank Jateng Syariah 6 093 00733;

Lampiran 5 Cek Plagiasi

cek plagiasi artha

ORIGINALITY REPORT

26%	23%	11%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	4%
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
3	123dok.com Internet Source	1%
4	Submitted to iGroup Student Paper	1%
5	core.ac.uk Internet Source	1%
6	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
7	m.mediaindonesia.com Internet Source	1%
8	Febigrace Rangan, Aaron Simanjuntak, Yohanes Seralurin. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Kesiapan Teknologi Informasi, Keamanan Dan Kerahasiaan Terhadap Minat Perilaku	1%

Shopeepay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang", Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management, 2022

Publication

-
- 119 Galih Raspati, Eva Marsusanti, Yuyun Yuniati, Andi Riyanto. "Efek Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja", Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, 2020 <1%

Publication

-
- 120 Suwardi Suwardi, Ravika Berliana. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU VANS", Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2022 <1%

Publication

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

LAMPIRAN 6 TAMPILAN ZAKAT ONLINE

BAZNAS
bcznas.go.id

BAZNAS
Badan Amil Zakat Nasional

TUNAIKAN ZAKAT, INFAK, DAN SEDEKAH
ANDA DENGAN **AMAN DAN MUDAH**

Bayar Kalkulator

Pilih Jenis Dana

Zakat

Zakat Maal

Masukkan Nominal:

Rp.

Silahkan lengkapi data di bawah ini:

11.04 44 100

BAZNAS
Badan Amil Zakat Nasional

Masukkan Nominal:

Rp.

Silahkan lengkapi data di bawah ini:

Arthavetaris

Bapak Ibu

081326937127

arthamelati6@gmail.com

Dengan mengisi formulir ini, donatur akan menerima Bukti Setor Zakat (BSZ), laporan penyaluran, info layanan BAZNAS melalui email & whatsapp.

Pilih Pembayaran