

# Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Religiusitas terhadap Minat Berwakaf Uang menggunakan Aplikasi Wakaf

Taufik Akbar<sup>1,\*</sup>, Afif Zaerofi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Syari'ah, Institut Agama Islam Tazkia, Bogor.

\*Email Korespondensi : akbarfik98@gmail.com

## **Abstract**

*This study aims to analyze the influence of perceived ease of use, trust, and religiosity on the behavioral intention to perform cash waqf through a waqf application in the Jabodetabek area (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi). This study employs a quantitative approach with a survey method to collect data from internet users who have participated in waqf through waqf applications or websites. Statistical techniques are used for data analysis to test the proposed hypotheses, and the analytical tool applied is SEM-PLS. The results showed that the three variables had a significant influence on interest in using the cash waqf application. Perceived Ease of Use acts as a major factor in technology adoption, where the ease of use of the application increases user interest. In addition, a high level of religiosity encourages individuals to be more interested in waqf through digital applications. Trust in transparency, security, and management of funds according to sharia principles also plays an important role in increasing user interest. The implications of these findings indicate the importance of waqf application providers to improve ease of use, transparency, and features that support religious values to attract more users. The findings are expected to provide insights into the future development of digital-based waqf applications. Future research could expand the research variables and apply a qualitative approach to dig deeper into the user experience.*

**Keywords:** *Perceive ease of use, Trust, Religiosity, Cash Waqf, Cash Waqf Intention, Waqf Application..*

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan religiusitas terhadap minat berwakaf tunai melalui aplikasi wakaf di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari pengguna internet yang telah berpartisipasi berwakaf melalui aplikasi atau situs wakaf. Teknik statistik yang digunakan untuk analisis data dan menguji hipotesis dalam penelitian ini yaitu SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi wakaf uang. Persepsi Kemudahan Penggunaan berperan sebagai faktor utama dalam adopsi teknologi, di mana kemudahan penggunaan aplikasi meningkatkan minat pengguna. Selain itu, tingkat religiusitas yang tinggi mendorong individu untuk lebih tertarik berwakaf melalui aplikasi digital. Kepercayaan terhadap transparansi, keamanan, dan pengelolaan dana sesuai prinsip syariah juga berperan penting dalam meningkatkan minat pengguna. Implikasi dari temuan ini menunjukkan pentingnya penyedia aplikasi wakaf untuk meningkatkan kemudahan penggunaan, transparansi, dan fitur-fitur yang mendukung nilai-nilai agama untuk menarik lebih banyak pengguna.

**Kata kunci:** Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Religiusitas, Wakaf Uang, Minat Berwakaf Uang, Aplikasi Wakaf.

Received: 23-01-2025; Accepted: 01-03-2025; Published 01-03-2025

## PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam (87,1% dari total populasi) memiliki potensi wakaf yang besar, dengan 244,41 juta penduduk Muslim dari total populasi sebesar 280,73 juta jiwa (Kemendagri, 2023). Potensi ini perlu dimaksimalkan melalui sistem yang efisien dan mudah diakses oleh masyarakat, khususnya dengan memanfaatkan teknologi digital. Saat ini, digitalisasi telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat Indonesia, sebagaimana tercermin dari data pengguna internet yang mencapai 212,9 juta jiwa (77% populasi) pada tahun 2023 (We Are Social, 2023).

Kemajuan teknologi informasi, termasuk penggunaan uang elektronik, menghadirkan peluang besar bagi optimalisasi penghimpunan wakaf uang. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa pada April 2022, jumlah uang elektronik yang terdaftar mencapai 106,65 juta unit, dengan nilai transaksi belanja menggunakan uang elektronik secara nasional sebesar Rp38,5 triliun pada Agustus 2023 (Bank Indonesia, 2022; 2023). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sudah terbiasa dengan transaksi non-tunai yang cepat, efisien, dan transparan.

Pesatnya pertumbuhan transaksi uang elektronik menunjukkan perlunya lembaga wakaf memanfaatkan potensi ini dengan mengembangkan wakaf uang secara online. Transaksi wakaf online, yang didukung oleh peraturan Badan Wakaf Indonesia (BWI) No. 1 Tahun 2009, dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung melalui platform digital seperti ATM, internet banking, dan mobile banking. Meskipun wakaf uang tunai online membutuhkan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip hukum Islam dan peraturan nasional, keterlibatan negara tetap penting untuk mengoptimalkan peran wakaf dalam meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi (Muthoifin & Firdaus, 2020). Meskipun jumlah lembaga keuangan syariah yang berwenang menghimpun dana wakaf (LKS-PWU) telah bertambah, yaitu mencapai 48 lembaga pada tahun 2023, realisasi penghimpunan wakaf uang tunai nasional masih belum sesuai dengan potensinya (OJK 2023).

Namun, meskipun potensi wakaf uang terus meningkat setiap tahun, sebesar 1,3% pada tahun 2023 dengan nilai total Rp2,361 triliun, pencapaian tersebut masih jauh dari potensi idealnya (BWI, 2023). Salah satu kendala utama adalah kurangnya kepercayaan masyarakat akibat penyalahgunaan pengelolaan zakat dan wakaf, sebagaimana tercatat dalam 393 publikasi negatif terkait sengketa dan penyalahgunaan wakaf pada periode 2020-2023 (Pratama, 2024).

Beberapa studi telah mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan pemanfaatan wakaf uang. Misalnya, studi oleh Faturrahman (2020) dan Sulthon (2021) mengidentifikasi persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan kesadaran sebagai faktor penentu minat berwakaf digital. Studi lain oleh Adistii et al., (2021) menganalisis dan memprediksi pengaruh religiusitas dan literasi wakaf terhadap minat berwakaf uang. Selain itu, Irawati et al., (2020) menggunakan *Technology Acceptance Model (TAM)* untuk menganalisis pengaruh antarmuka pengguna dan persepsi kemudahan terhadap sikap serta perilaku pengguna dalam menggunakan sistem. Penelitian oleh Muflih (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan religiusitas berperan signifikan dalam memengaruhi adopsi layanan digital. Sementara itu, Setyawati (2020) menelaah bagaimana *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* memengaruhi *attitude towards using* dan *behavioral intention to use* pada pengguna GOPAY. Akan tetapi, penelitian yang secara eksplisit meneliti interaksi antara kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan religiusitas dalam membentuk niat masyarakat untuk menggunakan platform wakaf digital masih terbatas.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggabungan variabel kepercayaan untuk mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap aplikasi wakaf online, yang mengatasi masalah defisit kepercayaan publik yang mendesak dalam pengelolaan wakaf. Seperti yang disoroti oleh Ghafur (2023), Direktur Pemberdayaan Zakat dan Wakaf Kementerian Agama, terbatasnya pengumpulan wakaf uang tunai sebagian disebabkan oleh publisitas negatif yang meluas tentang penyalahgunaan wakaf. Selain itu, meskipun penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada kerangka kerja konseptual atau analisis deskriptif, hanya sedikit penelitian yang menggunakan

metode empiris untuk mengukur dampak variabel-variabel tersebut terhadap niat berwakaf uang. Kesenjangan ini menyoroti perlunya analisis terintegrasi yang menggabungkan faktor-faktor ini untuk memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti bagi para pemangku kepentingan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk berwakaf uang melalui aplikasi wakaf, dengan fokus pada persepsi kemudahan, kepercayaan, dan religiusitas. Penelitian akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari pengguna internet yang telah berpartisipasi berwakaf melalui aplikasi atau situs wakaf. Teknik statistik digunakan untuk analisis data untuk menguji hipotesis yang diajukan melalui Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS). Penelitian ini dibatasi pada wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), sehingga hasilnya mungkin tidak berlaku untuk daerah lain. Responden yang terlibat adalah pengguna internet di Jabodetabek yang telah berwakaf melalui aplikasi atau website wakaf, membatasi cakupan pada individu dengan pengalaman wakaf digital.

## KAJIAN PUSTAKA

### Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan beberapa teori utama untuk memahami fenomena yang terkait dengan penggunaan aplikasi wakaf uang. Salah satunya adalah *Technology Acceptance Model* (TAM), yang pertama kali dikembangkan oleh Davis (1986) dan diperluas oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw (1989). TAM bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi informasi dalam konteks pekerjaan mereka. Menurut Davis (1989), TAM mengidentifikasi dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi, yaitu *perceived usefulness* (kebergunaan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan). *Perceived usefulness* menggambarkan sejauh mana individu meyakini bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka dalam tugas tertentu, sementara *perceived ease of use* menunjukkan sejauh mana individu merasa bahwa teknologi tersebut bebas dari usaha yang berlebihan dalam penggunaannya (Davis, 1989).

Selain itu, *trust* (kepercayaan) menjadi salah satu konsep penting dalam penelitian ini. Kepercayaan dipandang sebagai kunci dalam membentuk hubungan yang positif dengan pengguna teknologi, termasuk aplikasi wakaf uang. Rousseau et al., (1998) mendefinisikan *trust* sebagai keyakinan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan harapan, yang berdampak pada keputusan untuk berpartisipasi dalam sistem tersebut. Dalam konteks aplikasi wakaf, tingkat kepercayaan terhadap platform digital yang digunakan sangat mempengaruhi niat pengguna untuk menyumbang (Rousseau et al., 1998).

Religiusitas juga menjadi faktor yang relevan dalam konteks penelitian ini. Agama, khususnya dalam pandangan Islam, memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku individu dalam berwakaf. Menurut Firdaus (2023), wakaf adalah salah satu bentuk amal jariyah yang dapat berlanjut manfaatnya, dan sikap religius seseorang dapat memotivasi mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial semacam ini. Komitmen religiusitas seseorang juga berpengaruh terhadap keputusan mereka untuk mengalokasikan sebagian dari kekayaan mereka untuk tujuan sosial (Ali & Al-Qaradawi, 2017).

Di sisi lain, *Behavioral Intention* (niat perilaku) menjadi indikator yang penting dalam penelitian ini untuk menggambarkan niat individu untuk menggunakan aplikasi wakaf uang. Ajzen (1991) dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa niat perilaku merupakan prediktor yang kuat untuk tindakan yang akan dilakukan oleh individu. Dalam hal ini, niat untuk berwakaf melalui aplikasi digital dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* yang tercermin dalam sikap dan niat pengguna (Ajzen, 1991).

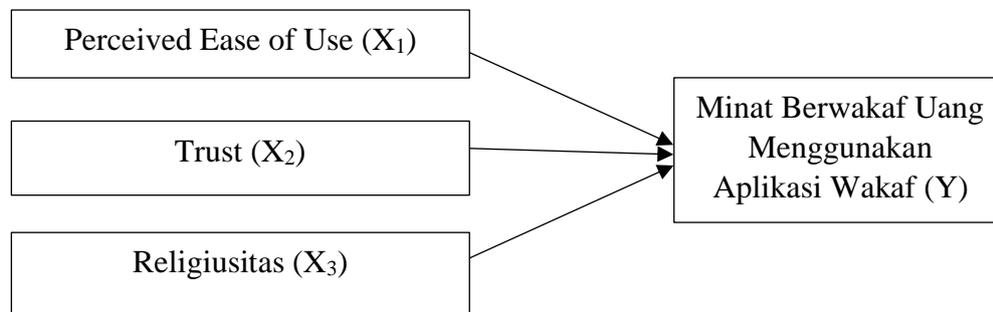
Terakhir, wakaf uang adalah dana yang dihimpun dan digunakan untuk tujuan sosial yang memiliki potensi untuk berkembang pesat di era digital. Menurut Zaytoun & Dahlan (2015), wakaf uang bisa menjadi instrumen yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan sosial apabila dikelola dengan baik, dengan memanfaatkan teknologi digital yang dapat mempercepat proses pengumpulan dan distribusinya (Zaytoun & Dahlan, 2015).

Secara keseluruhan, teori-teori ini saling mendukung dalam menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi wakaf uang dalam konteks masyarakat yang religius dan teknologi yang berkembang pesat. Misalnya, Utama & Hayati (2024) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kemanfaatan, kepercayaan, dan pengetahuan tentang riba secara signifikan mendorong minat generasi Z di Kota Semarang untuk menggunakan aplikasi LinkAja Syariah, baik secara parsial maupun simultan. Selanjutnya, Rivega & Notolegowo (2024) menunjukkan bahwa religiusitas, pengetahuan, persepsi risiko, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat pekerja sektor formal dalam berwakaf melalui m-banking. Namun, meskipun berbagai penelitian telah membahas faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan religiusitas, masih terdapat gap dalam memahami interaksi holistik di antara faktor-faktor ini, terutama dalam konteks platform wakaf digital.

Penelitian ini menawarkan *novelty* dengan mengintegrasikan perspektif religiusitas, kepercayaan, dan teknologi dalam membentuk minat masyarakat menggunakan *platform* wakaf digital, serta menguji bagaimana kombinasi faktor-faktor tersebut menciptakan pendekatan yang lebih komprehensif dalam mendorong pemanfaatan wakaf digital.

### Kerangka Penelitian

Penelitian ini menggunakan kerangka teori *Technology Acceptance Model* (TAM), yang banyak digunakan untuk menganalisis penerimaan pengguna terhadap teknologi, termasuk aplikasi wakaf. Beberapa penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Faturohman et al., (2020), Sulthon et al., (2021), Muflih (2022b), Syamlan & Aisy (2022), Syafira et al., (2020), Oktavendi & Mu'ammal (2022), Ab Shatar et al., (2021), dan Masrizal et al., (2023) menyatakan bahwa TAM relevan untuk mempelajari penerimaan terhadap aplikasi wakaf. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, model yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1. Model Penelitian**

Model penelitian ini menggambarkan hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan (Perceived Ease of Use), kepercayaan (Trust), dan religiusitas (Religiosity) terhadap minat berwakaf uang menggunakan aplikasi wakaf.

Dalam konteks berwakaf uang melalui aplikasi wakaf, penelitian oleh Faturohman et al., (2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf. Penelitian lainnya oleh Sulthon et al., (2021) juga menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap dan niat untuk menggunakan aplikasi. Muflih (2022) menambahkan bahwa kemudahan penggunaan berperan penting dalam adopsi layanan zakat mobile. Oleh karena itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah bahwa **perceived ease of use** berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang.

**H1:** Perceived Ease of Use Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berwakaf Uang Menggunakan Aplikasi Wakaf.

Kepercayaan menjadi faktor yang penting dalam adopsi aplikasi, khususnya dalam konteks keuangan Islam. Penelitian oleh Syafira et al., (2020) menemukan bahwa kepercayaan sebagai

variabel intervening dapat mempengaruhi niat untuk membayar melalui pembayaran digital. Oktavendi & Mu'ammal (2022) juga menunjukkan bahwa kepercayaan mempengaruhi niat untuk mengadopsi pembayaran digital, dengan keyakinan yang meningkat apabila risiko dapat diminimalkan. Penelitian Ab Shatar et al., (2021) juga menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap pengumpulan wakaf tunai. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang diajukan adalah bahwa **kepercayaan** berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang.

**H2:** Kepercayaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berwakaf Uang Menggunakan Aplikasi Wakaf.

Religiusitas menjadi variabel yang penting dalam konteks wakaf uang, terutama dalam masyarakat Muslim. Penelitian oleh Muflih (2022) menemukan bahwa religiusitas berperan signifikan dalam meningkatkan adopsi layanan zakat mobile. Penelitian Masrizal et al., (2023) juga menyatakan bahwa religiusitas adalah faktor yang signifikan dalam mempengaruhi sikap umat Islam untuk melakukan wakaf. Adistii et al., (2021) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat berwakaf uang. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah bahwa **religiusitas** berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang.

**H3:** Religiusitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berwakaf Uang Menggunakan Aplikasi Wakaf Uang.

## METODE PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Indonesia, khususnya di kawasan Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi), yang dipilih berdasarkan data dari Bank Indonesia (2022) yang menunjukkan bahwa 39,69 juta (37,22%) uang elektronik terdaftar di Jakarta. Ini berarti lebih dari sepertiga uang elektronik terdaftar di ibu kota, sementara wilayah Jawa Barat mencatatkan angka 11,98 juta unit (11,23%). Sisa sekitar 51,55% tersebar di wilayah Indonesia lainnya. Data akan dikumpulkan pada bulan Desember 2024 hingga Januari 2025.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Beragama Islam,
- Berdomisili di wilayah Jabodetabek,
- Pernah berwakaf uang melalui aplikasi atau website wakaf.

Sampel yang diambil merupakan bagian dari populasi yang dianggap representatif dan cukup untuk mewakili karakteristik keseluruhan populasi. Berdasarkan rekomendasi dari Hair et al., (2010), sampel minimal yang digunakan dalam penelitian dengan model Structural Equation Modeling (SEM) adalah 100 responden.

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan memberikan penjelasan mengenai hubungan antar variabel yang ada. Metode kuantitatif yang digunakan melibatkan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, dan pengujian hipotesis dilakukan dengan menganalisis data yang diperoleh. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara empat variabel, yaitu kemudahan yang dirasakan (X1), *trust* (X2), religiusitas (X3), terhadap minat berwakaf uang menggunakan aplikasi wakaf (Y). Peneliti akan mengukur seberapa besar pengaruh antar variabel ini terhadap minat berwakaf uang melalui aplikasi.

### Jenis Data

Creswell (2013) menjelaskan bahwa data dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua jenis: data kualitatif dan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data kuantitatif, yang dapat dikategorikan, diukur, dan dihitung dalam bentuk angka. Pengumpulan data

dilakukan melalui kuesioner berbasis *Google Form* yang disebarakan kepada responden dikumpulkan langsung dari sumber penelitian pertama yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang dibagikan kepada responden yang memenuhi kriteria.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Kuesioner ini disusun secara sistematis untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), kuesioner tertutup atau terstruktur akan digunakan, di mana responden diminta untuk memilih salah satu dari pilihan yang tersedia dengan memberi tanda centang ( $\surd$ ). Skala Likert digunakan untuk menilai sejauh mana responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan dalam kuesioner, dengan pilihan jawaban dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

### Definisi Operasional Variabel

Tabel 1 di bawah ini menjelaskan definisi operasional dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini, beserta indikator dan sumber teori yang mendasarinya.

**Tabel 1 Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Indikator	Sumber	Item Kuesioner
1	<i>Perceived ease of use</i>	Mudah dipelajari	Davis, 1989	Saya tidak butuhkan waktu lama untuk memahami cara kerja aplikasi wakaf
		Mudah dioperasikan	Rahmawati (2020)	Saya dapat menyelesaikan transaksi wakaf melalui aplikasi tanpa kesulitan teknis
		Penggunaan melalui internet akan fleksibel	Darma (2017)	Saya merasa berwakaf melalui aplikasi lebih mudah dibandingkan metode tradisional
2	<i>Trust</i>	Kepercayaan pada orang lain untuk dapat diandalkan.	Rousseau et al., (1998)	Saya percaya pihak pengelola aplikasi wakaf memiliki komitmen yang tinggi terhadap amanah wakaf
		Integritas	Mayer et al., (1995)	Saya merasa aplikasi wakaf memberikan laporan penggunaan dana yang transparan
		Kemampuan atasi risiko transaksi	Moorman et al., (1992)	Saya yakin transaksi melalui aplikasi wakaf aman dari risiko kehilangan dana

3	Religiusitas	Percaya agama memengaruhi kehidupan	Hakiem et al., (2022)	Saya percaya bahwa berwakaf adalah bagian dari tanggung jawab saya sebagai seorang Muslim
		Perilaku Beragama	Othaman & Hariri, 2012	Saya rutin berwakaf menggunakan aplikasi wakaf sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT
		Pengetahuan agama	David (1991)	Saya merasa memiliki pemahaman yang cukup tentang syarat dan ketentuan berwakaf secara syariat
4	Minat menggunakan	Keyakinan perilaku	Ajzen, (1991)	Saya merasa yakin bahwa berwakaf melalui aplikasi aman
		Kemudahan yang dirasakan	Davis (1989)	Saya merasa aplikasi wakaf mempermudah proses berwakaf dibandingkan cara konvensional
		Manfaat yang dirasakan	Davis (1989)	Saya merasa proses berwakaf melalui aplikasi sederhana dan cepat

### Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua metode, yaitu analisis deskriptif dan analisis model menggunakan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

Analisis Deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan meringkas karakteristik dasar dari kumpulan data tanpa mencari hubungan atau menguji hipotesis. Analisis ini digunakan untuk mengungkapkan persepsi masyarakat tentang topik tertentu, dalam hal ini, persepsi terhadap kemudahan penggunaan aplikasi wakaf dan hubungan dengan kepercayaan serta religiusitas.

Analisis Model PLS-SEM digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel laten yang kompleks dan terstruktur secara simultan. Proses analisis PLS-SEM terdiri dari dua tahap utama: pertama, evaluasi model pengukuran (outer model) untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator reflektif, dan kedua, evaluasi model struktural (inner model) untuk menguji hubungan antar variabel yang dikonseptualisasikan (Wiyadi & Ayuningtyas, 2019).

Pada Outer Model, beberapa pengujian dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas indikator yang digunakan, termasuk uji validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas menggunakan *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*. Pada Inner Model, dilakukan evaluasi multikolinearitas dan analisis terhadap hubungan kausal antara variabel laten untuk menentukan pengaruh antar variabel.

#### Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

- Uji Validitas Konvergen: Mengukur sejauh mana indikator mampu merefleksikan konstruk yang diteliti. Validitas dinilai berdasarkan *loading factor* ( $\geq 0,7$ ) dan AVE ( $\geq 0,5$ ).
- Uji Validitas Diskriminan: Memastikan setiap konstruk unik dan berbeda dari konstruk lain. Evaluasi menggunakan *Fornell-Larcker Criterion* (akar kuadrat AVE lebih besar dari korelasi antar konstruk) dan *Cross-Loadings* (loading faktor indikator lebih tinggi pada konstraknya sendiri).
- Uji Reliabilitas: Digunakan untuk menilai konsistensi internal indikator, dengan nilai yang dianggap reliabel adalah *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,7$  dan *Composite Reliability*  $\geq 0,7$ .

#### Evaluasi Model Struktur (Inner Model)

- Multikolinearitas: Diperiksa menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk memastikan tidak ada masalah multikolinearitas yang dapat mempengaruhi hasil model.
- *Path Coefficient* dan *T-statistic*: Mengukur pengaruh signifikan antar variabel laten. Koefisien signifikan jika t-statistic  $\geq 1,96$  dan p-value  $< 0,05$ .

Melalui metode ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai hubungan antar variabel yang mempengaruhi minat berwakaf uang menggunakan aplikasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

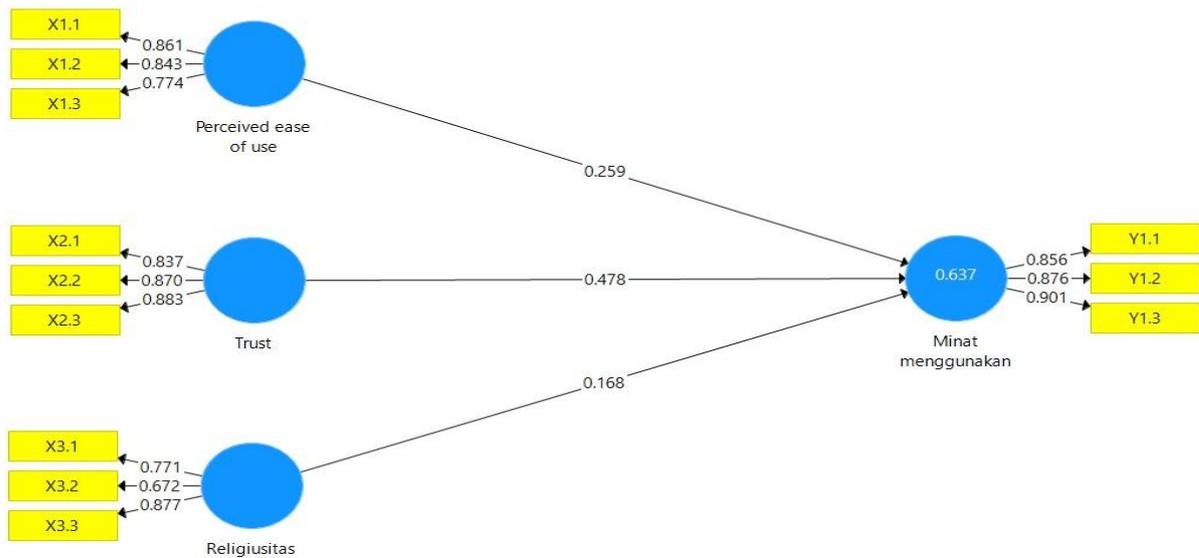
### Hasil

#### Evaluasi Model Pengukuran PLS-SEM

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dalam SEM sangat penting karena menentukan validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan. Evaluasi ini dilakukan melalui beberapa kriteria, termasuk *Convergent Validity*, *Average Variance Extracted* (AVE), *Composite Reliability*, *Cronbach's Alpha*, dan *Discriminant Validity*. Setiap kriteria ini memberikan gambaran yang berbeda tentang seberapa baik indikator-indikator yang digunakan dapat menggambarkan konstruk laten yang diukur.

#### Uji *Convergent Validity*

*Convergent Validity* adalah salah satu kriteria utama untuk menilai indikator-indikator yang mengukur sebuah konstruk laten benar-benar berkorelasi tinggi satu sama lain. Uji *Convergent Validity* dilakukan dengan melihat nilai *loading factor* dari setiap indikator terhadap konstruk yang diukur. Menurut Hair et al., (2017), penilaian dalam PLS-SEM mengikuti dua langkah proses, yaitu penilaian terpisah dari pengukuran sebuah model struktural. Model pengukuran yang bersifat reflektif harus dinilai dengan memperhatikan reliabilitas dan validitas. Indikator individu dianggap reliabel jika memiliki nilai korelasi di atas 0.70. Namun, untuk riset tahap pengembangan skala, loading antara 0.50 hingga 0.60 masih dapat diterima, seperti yang dijelaskan oleh Ghazali (2008).



**Gambar 2 Hasil Ouput Model Pengukuran Outer Loading (Minat Menggunakan)**

Berdasarkan Gambar 2, hasil model pengukuran menunjukkan bahwa variabel *Perceived Ease of Use* (X1) diukur dengan tiga indikator, di mana X1.1 memiliki outer loading tertinggi (0.861) dan X1.2 (0.843), yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang. Untuk variabel *Trust* (X2), indikator X2.3 memiliki outer loading tertinggi (0.883), yang menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap aplikasi memengaruhi minat tersebut. Sementara itu, variabel *Religiusitas* (X3) dengan indikator X3.3 (0.877) menunjukkan bahwa religiusitas juga berperan penting.

Hasil uji *Convergent Validity* (Tabel 3) menunjukkan bahwa semua indikator memiliki outer loading > 0,70, yang mengindikasikan validitas konvergen yang memadai. Dengan demikian, analisis selanjutnya dapat melanjutkan uji reliabilitas dan model struktural untuk mengevaluasi hubungan antar variabel.

**Tabel 2 Hasil pengujian convergent validity**

Variabel Penelitian	Kode	Butir Kuesioner	Original Sample	Interprestasi
Perceived ease of use	X1.1	1. Saya tidak membutuhkan waktu lama untuk memahami cara kerja aplikasi wakaf	0,861	Valid
	X1.2	2. Saya dapat menyelesaikan transaksi wakaf melalui aplikasi tanpa kesulitan teknis	0,843	Valid
	X1.3	3. Saya merasa berwakaf melalui aplikasi lebih mudah dibandingkan metode tradisional	0,774	Valid
Trust	X2.1	4. Saya percaya pihak pengelola aplikasi wakaf memiliki komitmen yang tinggi terhadap amanah wakaf	0,837	Valid
	X2.2	5. Saya merasa aplikasi wakaf memberikan laporan penggunaan dana yang transparan	0,870	Valid
	X2.3	6. Saya yakin transaksi melalui aplikasi wakaf aman dari resiko kehilangan dana	0,883	Valid

Religiusitas	X3.1	7. Saya percaya bahwa berwakaf adalah bagian dari tanggung jawab saya sebagai seorang Muslim	0,771	Valid
	X3.2	8. Saya rutin berwakaf menggunakan aplikasi wakaf sebagai bentuk ketaatan kepada Allah SWT	0,672	Valid
	X3.3	9. Saya merasa memiliki pemahaman yang cukup tentang syarat dan ketentuan berwakaf secara syariat	0,877	Valid
Minat menggunakan	Y1.1	10. Saya merasa yakin bahwa berwakaf melalui aplikasi aman	0,856	Valid
	Y1.2	11. Saya merasa aplikasi wakaf mempermudah proses berwakaf dibandingkan cara konvensional	0,876	Valid
	Y1.3	12. Saya merasa proses berwakaf melalui aplikasi sederhana dan cepat	0,901	Valid

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

*Convergent Validity* dapat diukur menggunakan *Average Variance Extracted (AVE)*, yang dianggap mencukupi jika nilainya lebih besar dari 0,50, menunjukkan bahwa lebih dari 50% variabilitas indikator dapat dijelaskan oleh konstruk tersebut. Nilai AVE yang lebih tinggi menunjukkan validitas konvergen yang lebih baik, dengan konstruk laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varians indikatornya.

Berdasarkan Tabel 3, hasil *Discriminant Validity* menunjukkan bahwa semua variabel memiliki validitas konvergen yang memadai. Nilai AVE untuk variabel Minat Menggunakan (Y) adalah 0,770, yang tertinggi di antara variabel lainnya, menandakan kemampuan yang sangat baik untuk menjelaskan variabilitas indikator-indikatornya.

**Tabel 3 Hasil Discriminant Validity Melalui AVE**

Variable	Average Variance Extracted (AVE)
Minat menggunakan	0,770
Perceived ease of use	0,683
Trust	0,746
Religiusitas	0,605

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

Selanjutnya, variabel *Perceived Ease of Use (X1)* memiliki nilai AVE sebesar 0,683, yang berada di atas batas minimum 0,50, menunjukkan kemampuan variabel ini untuk menjelaskan lebih dari setengah variabilitas indikator-indikatornya. *Trust (X2)* memiliki nilai AVE sebesar 0,746, dan *Religiusitas (X3)* memiliki nilai AVE sebesar 0,605. Semua variabel ini menunjukkan validitas konvergen yang baik, mengindikasikan konstruk-konstruk tersebut cukup kuat dalam menjelaskan variabilitas indikator-indikator yang relevan.

Secara keseluruhan, nilai AVE yang ditampilkan menunjukkan bahwa semua variabel dalam model penelitian memiliki validitas konvergen yang baik, sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam model struktural.

### Uji Discriminant Validity

Evaluasi validitas diskriminan digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk laten dalam model penelitian benar-benar unik dan berbeda dari konstruk laten lainnya. Ini penting agar ide-ide atau konsep yang diukur oleh variabel laten tidak bercampur atau tumpang tindih dengan variabel laten lainnya dalam model. Untuk mengatakan bahwa suatu model penelitian memiliki validitas diskriminan yang baik, nilai *loading* dari setiap indikator terhadap konstruk latennya

harus lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading indikator tersebut terhadap konstruk laten lainnya.

**Composite Reliability dan Cronbach’s Alpha**

*Composite Reliability* mengukur konsistensi internal indikator-indikator yang mengukur variabel laten dalam sebuah model. Semakin tinggi nilai *Composite Reliability*, semakin konsisten indikator dalam mengukur konstruk laten. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel laten diukur dengan baik oleh indikator-indikator terkait. Selain itu, *Cronbach’s Alpha* juga digunakan untuk menilai reliabilitas. Nilai lebih dari 0,7 pada kedua ukuran ini menandakan reliabilitas yang baik.

**Tabel 4 Hasil Composite Reability**

	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Composite Reliability</b>
Minat menggunakan (Y)	0,851	0,910
Perceived ease of use (X1)	0,768	0,866
Trust (X2)	0,830	0,898
Religiusitas (X3)	0,677	0,819

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

Berdasarkan Tabel 4, semua variabel dalam penelitian ini menunjukkan reliabilitas yang tinggi, baik melalui uji *Cronbach’s Alpha* maupun *Composite Reliability*. Variabel Minat Menggunakan (Y) memiliki *Cronbach’s Alpha* 0,851 dan *Composite Reliability* 0,910, menunjukkan konsistensi yang baik. Perceived Ease of Use (X1) memiliki *Cronbach’s Alpha* 0,768 dan *Composite Reliability* 0,866, menunjukkan reliabilitas yang kuat. Trust (X2) memiliki *Cronbach’s Alpha* 0,830 dan *Composite Reliability* 0,898, mengindikasikan reliabilitas yang tinggi. Religiusitas (X3) menunjukkan nilai *Cronbach’s Alpha* 0,677 dan *Composite Reliability* 0,819, yang menunjukkan konsistensi internal yang baik. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa semua konstruk dalam model penelitian memiliki reliabilitas yang sangat baik, sehingga dapat dipercaya dalam analisis lebih lanjut.

**Fornell-Larcker Criterion**

*Fornell-Larcker Criterion* digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan dengan membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted (AVE)* setiap konstruk laten dengan korelasi antar konstruk dalam model. Validitas diskriminan dianggap baik jika akar kuadrat AVE lebih besar dari korelasi antar konstruk. Berdasarkan Tabel 5, semua variabel dalam model menunjukkan validitas diskriminan yang baik karena nilai akar kuadrat AVE lebih tinggi dari korelasi antar variabel

**Tabel 5 Hasil Fornell-Larcker Criterion**

	<b>Minat menggunakan (Y)</b>	<b>Perceived ease of use (X1)</b>	<b>Religiusitas (X3)</b>	<b>Trust (X2)</b>
Minat menggunakan (Y)	0,878			
Perceived ease of use (X1)	0,690	0,827		
Religiusitas (X3)	0,602	0,650	0,778	
Trust (X2)	0,746	0,673	0,556	0,864

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

## Evaluasi Model Struktural PLS-SEM

Pengujian terhadap model struktural (*Inner Model*) dilakukan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. Hasil analisis *Bootstrap*, yang menggunakan 500 subsampel, menunjukkan jumlah resampling atau pengulangan yang dilakukan oleh komputer untuk memperoleh nilai probabilitas atau signifikansi. Hasilnya dari model struktural sebagai berikut:

### Uji Multikolinieritas (Nilai VIF)

Uji Multikolinieritas adalah proses untuk menilai apakah terdapat hubungan linear yang kuat antara dua atau lebih variabel independen (prediktor) dalam sebuah model regresi. Evaluasi ini dengan melihat nilai *Inner VIF* dan nilai *Outer VIF*. Nilai *Outer VIF* dalam penelitian ini tertera dalam Tabel 6.

**Tabel 6 Nilai outer VIF**

	VIF
X1.1	2,238
X1.2	2,173
X1.3	1,265
X2.1	1,726
X2.2	2,010
X2.3	2,062
X3.1	1,268
X3.2	1,390
X3.3	1,658
Y1.1	1,815
Y1.2	2,260
Y1.3	2,439

*Sumber: Diolah oleh penulis, 2025*

Salah satu cara untuk mendeteksi multikolinieritas adalah dengan menghitung VIF untuk setiap variabel independen. VIF yang lebih besar dari 5 dianggap sebagai indikasi adanya multikolinieritas yang serius. Berdasarkan nilai VIF dalam tabel diatas adalah semua nilai VIF yang ditampilkan berada di bawah 5 yang berarti tidak ada indikasi multikolinieritas yang serius. Nilai VIF yang melebihi 5 dianggap sebagai tanda adanya multikolinieritas yang tinggi, yang dapat menyebabkan masalah dalam interpretasi koefisien regresi.

### Uji Koefien Determinant (R<sup>2</sup>)

Uji Koefisien Determinasi, sering disebut sebagai R<sup>2</sup> (R-Squared), adalah ukuran Koefisien determinasi yang menunjukkan proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R<sup>2</sup> yang tinggi menunjukkan model yang kuat dalam menjelaskan variasi data, sedangkan nilai yang rendah menunjukkan sebaliknya. Adapun nilai R<sup>2</sup> dalam penelitian ini tertera dalam tabel 7.

**Tabel 7 Nilai R Square**

	R Square	R Square Adjusted
Minat menggunakan (Y)	0,637	0,630

*Sumber: Diolah oleh penulis, 2025*

Nilai R-Squared sebesar 0,637 menunjukkan bahwa *Percived Ease Of Use*, *Trust* dan religiusitas mampu menjelaskan 63,7% dari variabilitas dalam Minat menggunakan. Dengan kata lain, 63,7% variasi minat berwakaf uang menggunakan aplikasi wakaf dapat dijelaskan oleh variabel-variabel tersebut. Ini menunjukkan bahwa model tersebut memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan.

## Uji F Square (F2)

Menurut Cohen (1988), nilai *f square* digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan klasifikasi sebagai berikut: 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, 0,15 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,35 menunjukkan pengaruh besar.

**Tabel 8 Nilai F Square**

Minat Menggunakan	
Percived Ease of Use	0,081
Trust	0,328
Religiusitas	0,043

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

Tabel 8 menampilkan nilai *f square* untuk setiap variabel eksogen terhadap variabel endogen, yang mengukur sejauh mana variabel eksogen memengaruhi minat menggunakan. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *f square* untuk Perceived Ease of Use adalah sebesar 0,081. Karena berada di antara 0,02 dan 0,15, pengaruhnya terhadap minat menggunakan dikategorikan lemah, yang mengindikasikan bahwa meskipun kemudahan penggunaan berkontribusi, dampaknya relatif kecil dalam mendorong minat pengguna.

Selanjutnya, nilai *f square* untuk religiusitas adalah 0,043, yang juga masuk dalam kategori lemah. Ini menunjukkan bahwa meskipun religiusitas relevan, perannya tidak terlalu signifikan dalam memengaruhi keputusan pengguna untuk memanfaatkan platform. Sebaliknya, nilai *f square* untuk kepercayaan (*trust*) adalah 0,328, yang terletak di antara 0,15 dan 0,35, sehingga dikategorikan memiliki efek sedang. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan memainkan peran yang lebih menonjol dibandingkan variabel lainnya dalam meningkatkan minat menggunakan.

## Evaluasi Model Fit

Nilai SRMR dari tabel model fit dapat digunakan untuk menguji kecocokan model. Sebuah nilai SRMR dianggap akurat jika kurang dari 0,1. Berdasarkan tabel 9, nilai SRMR dalam penelitian ini adalah 0,084, sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini cenderung memprediksi respons pada sampel lain dengan akurat.

**Tabel 9 Model Fit**

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,084	0,084
d_ULS	0,556	0,556
d_G	0,258	0,258
Chi-Square	243,480	243,480
NFI	0,768	0,768

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

## Pembahasan

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi nilai Koefisien Jalur (*Path Coefficient*), Statistik T (*T-Statistics*), dan P-Values. Hipotesis dianggap diterima jika nilai Koefisien Jalur lebih dari 0, nilai *T-Statistics* lebih dari 1,96 (pada tingkat signifikansi 5%), dan nilai P-Values kurang dari 0,5. Hubungan langsung antar variabel dapat dilihat di tabel. *Path Coefficient* untuk masing-masing hubungan antara variabel independen dan variabel dependen:

**Tabel 10 Hubungan Langsung Antar Variabel Path, T-Value Dan P-Value**

	<b>Path Coefficient</b>	<b>T Statistics ( O/STDEV )</b>	<b>P Value</b>	<b>Hasil</b>
Perceived ease of use -> Minat menggunakan	0,259	2,934	0,003	Positif Signifikan
Trust -> Minat menggunakan	0,478	6,215	0,000	Positif Signifikan
Religiusitas -> Minat menggunakan	0,168	2,035	0,042	Positif Signifikan

Sumber: Diolah oleh penulis, 2025

### Hubungan Perceived Ease of Use dengan Minat Menggunakan (H1)

Hubungan *Perceived ease of use* dengan minat menggunakan (H1) diterima. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien yang Positif (0,259), serta signifikan dengan P-Values 0,003, lebih kecil dari 0,05. Artinya *perceived ease of use* berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi minat menggunakan. lebih lanjut menegaskan bahwa hubungan ini bukan terjadi secara kebetulan, tetapi menunjukkan bahwa *Perceived ease of use* adalah faktor yang kuat dalam memengaruhi minat menggunakan suatu teknologi.

Berdasarkan nilai R-Square sebesar 0,637 artinya 63,7% menunjukkan bahwa kontribusi variabel *Perceived ease of use* terhadap minat menggunakan, sementara nilai F-Square sebesar 0,081 diantara 0,02 dengan 0,15 sehingga dinyatakan bahwa efek lokal variabel ini termasuk dalam kategori lemah terhadap minat menggunakan. Artinya, meskipun *Perceived Ease of Use* bukan faktor dominan, perannya cukup penting untuk mendorong adopsi aplikasi. Indikator paling kuat dari variabel *Perceived ease of use* adalah indikator mudah dipelajari menjadi fokus pengembangan, terutama pada antarmuka aplikasi yang intuitif.

Penelitian Faturhman et al., (2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Artinya, semakin mudah sebuah aplikasi atau sistem untuk digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna akan merasa bahwa aplikasi tersebut bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini sejalan dengan konsep dasar TAM, di mana *perceived ease of use* menjadi salah satu penentu penting dalam adopsi teknologi.

Penelitian Sulton (2021) menambahkan bahwa sikap pengguna terhadap teknologi juga dipengaruhi oleh faktor persepsi kemudahan suatu teknologi, sehingga mendorong sikap positif terhadap penggunaannya. Muflih (2022) menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam meningkatkan adopsi layanan berbasis teknologi, seperti layanan zakat mobile. Dalam konteks layanan ini, kemudahan akses dan relevansi dengan nilai religius menjadi faktor kunci yang mendorong pengguna untuk mengadopsi teknologi tersebut. Religiusitas, yang terkait dengan kepercayaan dan nilai spiritual, memperkuat keterkaitan antara kebutuhan pengguna dengan fitur atau fungsi teknologi yang ditawarkan.

Sejalan dengan penelitian Syamlan & Aisy (2022) menegaskan bahwa penerimaan dan penggunaan suatu sistem informasi sangat bergantung pada persepsi pengguna terhadap kemudahan dan manfaat yang dirasakan. Jika pengguna merasakan bahwa sistem tersebut intuitif, bebas dari hambatan teknis, dan memberikan manfaat yang nyata, maka niat untuk menggunakan teknologi akan semakin meningkat.

Dalam konteks berwakaf uang menggunakan aplikasi wakaf, temuan ini sangat relevan untuk meningkatkan penerimaan dan adopsi aplikasi wakaf. Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use/PEoU*) memainkan peran yang sangat penting dalam menentukan apakah pengguna akan merasa nyaman menggunakan aplikasi wakaf atau tidak.

Jika pengguna merasa bahwa aplikasi wakaf mudah digunakan, mereka akan lebih cenderung untuk melakukan wakaf melalui aplikasi tersebut. Dalam hal ini, faktor kemudahan

penggunaan seperti tampilan antarmuka yang sederhana, navigasi yang jelas, dan proses transaksi yang mudah dapat meningkatkan kepercayaan pengguna.

Selain itu, persepsi kemudahan penggunaan akan mengurangi hambatan mental atau teknis bagi calon wakif yang mungkin tidak terbiasa dengan teknologi digital. Jika mereka merasa bahwa berwakaf melalui aplikasi tidak memerlukan banyak usaha atau keterampilan teknis, kemungkinan besar mereka akan lebih bersedia untuk berpartisipasi dalam program wakaf uang tersebut.

Lebih lanjut, faktor ini juga dapat memengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan aplikasi wakaf. Dengan kemudahan penggunaan yang dirasakan, masyarakat akan lebih percaya bahwa berwakaf melalui aplikasi merupakan langkah yang mudah, aman, dan bermanfaat bagi mereka, yang pada gilirannya akan memperkuat komitmen mereka untuk berwakaf lebih sering.

## Hubungan Trust dengan Minat Menggunakan (H2)

Hubungan Trust dengan minat menggunakan (H2) diterima. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien yang Positif (0,478), serta signifikan dengan P-Values 0,000, lebih kecil dari 0,05. Artinya, Trust berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi Minat menggunakan. menunjukkan bahwa *Trust* (kepercayaan) memegang peranan penting dalam mendorong minat individu untuk menggunakan suatu layanan, produk, atau teknologi. Berdasarkan nilai F-Square sebesar 0,328 berada di antara 0,15 sampai 0,35 sehingga dikatakan bahwa efek lokal variabel ini tergolong Sedang, menjadikannya faktor yang paling berpengaruh dibandingkan variabel lainnya. Indikator paling kuat dari *Trust* adalah Integritas. Fokus pada transparansi laporan dan keamanan transaksi adalah strategi utama untuk meningkatkan kepercayaan.

Penelitian ini memperkuat konsep yang dikemukakan oleh Syafira et al., (2020), di mana kepercayaan berfungsi sebagai variabel intervening yang mampu memengaruhi religiositas dan niat secara tidak langsung. Hal ini menegaskan bahwa kepercayaan tidak hanya berperan sebagai faktor utama tetapi juga sebagai penghubung yang memperkuat hubungan antara berbagai variabel dalam menentukan niat.

Selain itu, Oktavendi & Mu'ammal, (2022) menegaskan bahwa variabel *behavioral intention* dipengaruhi oleh kepercayaan, dengan catatan bahwa kepercayaan akan meningkat jika risiko dapat diminimalkan. Hal ini menyoroti pentingnya manajemen risiko dalam membangun kepercayaan konsumen. Sebagai contoh, ketika pengguna merasa bahwa risiko yang mereka hadapi, baik itu risiko finansial, keamanan data, atau ketidakpastian—dapat diminimalkan oleh penyedia layanan, maka mereka lebih cenderung untuk mencoba atau menggunakan layanan tersebut.

Penelitian Ab Shatar et al., (2021) juga mendukung temuan ini dengan menekankan dampak positif dan signifikan dari kepercayaan terhadap pengumpulan wakaf tunai. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan memiliki peran penting dalam konteks sosial maupun ekonomi, di mana keyakinan masyarakat terhadap integritas dan transparansi pengelolaan dapat mendorong partisipasi mereka.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak hanya menjadi faktor utama yang memengaruhi minat menggunakan, tetapi juga berperan dalam menghubungkan berbagai faktor lain yang mendukung intensi pengguna. Peningkatan kepercayaan, baik melalui pengelolaan risiko maupun peningkatan transparansi, menjadi strategi yang sangat relevan untuk mendorong adopsi dan minat menggunakan.

Dalam konteks berwakaf uang menggunakan aplikasi wakaf, temuan ini sangat relevan karena kepercayaan (*trust*) menjadi fondasi utama yang memengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan platform digital sebagai sarana berwakaf. Kepercayaan mencakup keyakinan terhadap keamanan aplikasi, transparansi pengelolaan dana wakaf, dan kepatuhan aplikasi terhadap prinsip syariah.

### **Hubungan Religiusitas dengan Minat Menggunakan (H3)**

Hubungan Religiusitas dengan minat menggunakan (H3) diterima. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien yang Positif (0,168), serta signifikan dengan P-Values 0,042, lebih kecil dari 0,05. Artinya Religiusitas berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi Minat menggunakan. Hasil ini menegaskan bahwa tingkat religiusitas seseorang mendorong minat untuk menggunakan aplikasi wakaf sebagai sarana filantropi berbasis teknologi. Berdasarkan nilai F-Square menunjukkan nilai 0,043 lebih kecil dari 0,15 sehingga dinyatakan bahwa efek lokal variabel ini tergolong lemah terhadap minat menggunakan. Indikator paling kuat dari religiusitas adalah percaya agama mempengaruhi kehidupan sebagai elemen kunci. Penekanan pada nilai-nilai Islam dalam fitur aplikasi dapat memperkuat minat pengguna.

Dalam penelitian Muflih (2022), religiusitas ditemukan sebagai variabel kunci yang tidak hanya mendorong adopsi layanan zakat berbasis teknologi (zakat mobile) tetapi juga memperlihatkan bagaimana nilai-nilai agama mendorong kenyamanan dan kepercayaan dalam menggunakan layanan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak hanya berdampak pada kepercayaan pribadi tetapi juga membangun kepercayaan terhadap inovasi berbasis keagamaan.

Selanjutnya, penelitian Masrizal et al., (2023) mempertegas bahwa religiusitas merupakan faktor dominan yang memengaruhi sikap umat Islam terhadap wakaf. Artinya, tingkat religiusitas yang tinggi mendorong umat untuk memiliki pandangan yang lebih positif terhadap aktivitas wakaf. Hal ini mengindikasikan bahwa religiusitas tidak hanya berkaitan dengan aspek spiritual, tetapi juga terkait erat dengan perilaku sosial keagamaan, seperti mendukung lembaga-lembaga keagamaan.

Sejalan dengan itu, penelitian Adistii et al., (2021) menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat umat Islam dalam berwakaf uang. Hal ini menegaskan bahwa individu yang lebih religius cenderung lebih terdorong untuk berpartisipasi dalam aktivitas yang selaras dengan nilai-nilai Islam, seperti wakaf, zakat, dan amal. Dengan demikian, religiusitas berfungsi sebagai penggerak utama dalam membangun minat terhadap kegiatan-kegiatan filantropi keagamaan, termasuk dalam penggunaan layanan berbasis teknologi untuk mendukung aktivitas tersebut.

Religiusitas bukan hanya aspek individual, tetapi juga merupakan kekuatan sosial yang mampu mendorong keterlibatan umat Islam dalam kegiatan berbasis nilai-nilai keagamaan, baik melalui metode konvensional maupun inovasi teknologi. Penelitian-penelitian sebelumnya menguatkan bukti bahwa tingkat religiusitas yang tinggi memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan minat dan adopsi berbagai layanan atau aktivitas yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam.

Dalam konteks berwakaf uang menggunakan aplikasi wakaf, temuan ini sangat relevan karena religiusitas menjadi landasan utama yang mendorong umat Islam untuk memanfaatkan teknologi dalam aktivitas filantropi keagamaan. Temuan ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi tidak hanya terdorong untuk berwakaf sebagai bentuk ibadah dan amal, tetapi juga cenderung lebih menerima inovasi digital seperti aplikasi wakaf.

Religiusitas memengaruhi keyakinan umat terhadap pentingnya wakaf sebagai bagian dari ajaran Islam dan perintah agama. Dalam aplikasi wakaf, fitur-fitur seperti transparansi, kemudahan akses, serta laporan penggunaan dana wakaf juga menjadi faktor yang lebih mudah diterima oleh mereka yang religius karena selaras dengan prinsip kejujuran dan tanggung jawab dalam Islam.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kemudahan penggunaan, tingkat kepercayaan, dan religiusitas memiliki peran signifikan dalam mendorong minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi wakaf. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi pengembang teknologi filantropi berbasis syariah untuk fokus pada pengembangan fitur yang intuitif, membangun kepercayaan melalui transparansi dan keamanan, serta menyesuaikan pendekatan yang relevan dengan nilai-nilai religius. Dengan demikian, implementasi yang lebih efektif dari

aplikasi wakaf diharapkan dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mendukung pengelolaan wakaf secara lebih modern dan berkelanjutan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan aplikasi wakaf uang, dengan fokus pada variabel *Perceived Ease of Use*, *Trust*, dan *Religiusitas*. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi wakaf uang.

1. **Perceived Ease of Use** menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi wakaf uang merupakan faktor kunci yang mempengaruhi minat individu untuk mengadopsi teknologi ini. Hal ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang menekankan bahwa semakin mudah penggunaan suatu teknologi, semakin besar kemungkinan individu untuk menggunakannya.
2. **Religiusitas** juga berperan penting dalam meningkatkan minat individu untuk berwakaf melalui aplikasi digital. Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih terdorong untuk terlibat dalam kegiatan filantropi berbasis agama, seperti wakaf.
3. **Trust** atau kepercayaan menunjukkan peran yang signifikan dalam adopsi aplikasi wakaf uang. Kepercayaan terhadap transparansi, keamanan, dan pengelolaan dana yang sesuai dengan prinsip syariah menjadi faktor utama yang meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan aplikasi ini.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengonfirmasi bahwa kemudahan penggunaan aplikasi, tingkat religiusitas, dan kepercayaan pengguna adalah faktor-faktor yang sangat mempengaruhi minat untuk menggunakan aplikasi wakaf uang. Temuan ini memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan aplikasi wakaf berbasis digital di masa depan.

### **Saran**

Saran untuk Lembaga Penyedia Aplikasi Wakaf:

1. **Meningkatkan Kemudahan Penggunaan:** Lembaga penyedia aplikasi wakaf disarankan untuk terus menyempurnakan antarmuka pengguna (*user interface*) dan pengalaman pengguna (*user experience*) untuk memastikan aplikasi wakaf dapat diakses dan digunakan dengan mudah oleh berbagai kalangan, terutama yang belum terbiasa dengan teknologi digital.
2. **Transparansi dan Keamanan:** Lembaga penyedia aplikasi perlu menjaga dan meningkatkan transparansi dalam pengelolaan dana wakaf. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan laporan penggunaan dana yang jelas dan berkala, serta memastikan tingkat keamanan aplikasi untuk mengurangi kekhawatiran pengguna terkait potensi risiko.
3. **Menambahkan Fitur yang Mendukung Nilai-nilai Agama:** Lembaga penyedia aplikasi wakaf sebaiknya menambahkan fitur-fitur yang mendukung nilai-nilai agama dan memberikan informasi yang lebih mendalam tentang manfaat dan keutamaan berwakaf sesuai dengan ajaran Islam. Ini akan memperkuat hubungan aplikasi dengan pengguna yang religius dan meningkatkan minat mereka untuk berwakaf.

Saran Penelitian Selanjutnya:

1. **Perluasan Variabel Penelitian:** Penelitian selanjutnya dapat memperluas variabel-variabel yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan aplikasi wakaf. Variabel sosial, demografis, atau budaya juga dapat diperhatikan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai adopsi teknologi wakaf.
2. **Penelitian Kualitatif:** Penelitian lanjutan dengan pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam atau studi kasus, dapat dilakukan untuk memahami lebih dalam sikap,

pengalaman, dan tantangan yang dihadapi oleh pengguna aplikasi wakaf. Pendekatan ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan relevan mengenai kebutuhan pengguna serta hambatan yang mungkin mereka hadapi dalam menggunakan aplikasi wakaf.

Arah Penelitian Masa Depan: Penelitian lebih lanjut perlu mengeksplorasi bagaimana integrasi faktor-faktor sosial dan budaya dapat memperkuat adopsi aplikasi wakaf, serta melihat bagaimana perkembangan teknologi baru dapat memengaruhi efektivitas aplikasi ini dalam meningkatkan partisipasi wakaf uang di masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ab Shatar, W. N., Hanaysha, J. R., & Tahir, P. R. (2021). Determinants of cash waqf fund collection in Malaysian Islamic banking institutions: empirical insights from employees' perspectives. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 13(2), 177–193. <https://doi.org/10.1108/IJIF-06-2020-0126>
- Adistii, D., Susilowati, D., & Ulfah, P. (2021). Peran Akuntabilitas sebagai Moderasi Hubungan Religiusitas dan Literasi Wakaf terhadap Minat Berwakaf Uang. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 122–137. <https://doi.org/10.18196/rabin.v5i2.12238>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. In *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES* (Vol. 50).
- Ascarya, A. (2021). Peran keuangan sosial syariah selama pandemi Covid-19 dalam pemulihan ekonomi Indonesia. *Jurnal Internasional Keuangan dan Manajemen Islam dan Timur Tengah*. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-07-2020-0351>
- Badan Wakaf Indonesia (2023) <https://www.bwi.go.id/wp-content/uploads/2023/12/Arahan-dan-Up-Date-Perwakafan-Rakornas-2023>.
- Bagozzi, R. P. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error: a comment.
- Bagozzi, R. P., Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Canonical correlation analysis as a special case of a structural relations model. *Multivariate Behavioral Research*, 16(4), 437-454.
- Bank Indonesia: Transaksi Belanja Pakai E-Money Tembus Rp38 Triliun pada Agustus 2023 (katadata.co.id)
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Budiansyah, M. I., & Ayyubi, S. El. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Wakif Dalam Berwakaf Online. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2), 212. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3741>
- Creswell, J. W. 2013. *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). Los Angeles: Sage Publications.
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Los Angeles: Sage Publications.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *IT Usefulness and Ease of Use*, 319–340.
- Davis, F.D, Bagozzi, R. P, Washar, P. R, (1989), User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F.D. 1989, 'Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and Acceptance of Information System Technology'. *MIS Quarterly*, Vol. 13 No. 3, pp.319-339.

- Devellis, R. F. (2016). *Scale Development: Theory And Applications* (4th Ed.). Sage Publications, Inc.
- Didik. (2019). 10 Aplikasi Pembayaran Digital yang Populer Saat Ini. <https://carisinyal.com/jenis-pembayaran-digital-populer/>
- Elok Irianing Tyas; Emile Satia Darma (2017). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi: Studi Empiris Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Sekitarnya. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 1 No. 1.
- Faturohman, T., Hassandi, I., & Yulianti. (2020). USER ACCEPTANCE OF ONLINE WAQF APPLICATIONS: EVIDENCE FROM INDONESIA. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 6(3), 503–530. <https://doi.org/10.21098/jimf.v6i3.1117>
- Febriyanti, H. (2018). Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai Dalam Era Digital Terhadap Tingkat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. 6681, 306–313.
- Firdaus, A. (2023). Integrasi Wakaf pada Asuransi Syariah. <https://www.researchgate.net/publication/366822393>
- Fishbein M., & I. Ajzen. 1991, *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley, pp.74-85.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. 1981. "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error." *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Fuadi, NFZ (2018). Wakaf sebagai alat Islam untuk pembangunan ekonomi. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9 (1),
- Galih Pratama (2024) Kemenag Buka-bukaan Permasalahan Wakaf di Indonesia. [Kemenag Buka-bukaan Permasalahan Wakaf di Indonesia | Infobanknews](https://www.infobanknews.com/kemenag-buka-bukaan-permasalahan-wakaf-di-indonesia)
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustani, G., & Ernawan, D. A. (2016). Cash waqf as alternative source of financing for Islamic micro-finance institutions in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 2(2).
- Hair Jr F.J., Sarstedt M., Hopkins L. & Kuppelwieser G. V., (2014), "Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research", *European Business Review*, Vol. 26 No. 2, pp. 106-121
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. 2010. *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. 2014. *Multivariate Data Analysis* (7th Edition). Pearson Education Limited.
- Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer On Partial Least Square Structural Equation Modelling (Pls-Sem)*. Los Angeles: Sage Publication.
- Hair, J.F., Jr, Hult, G.T.M., Ringle, C. And Sarstedt, M. (2017), *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*. Usa: Sage Publications.
- Hasan, S. (2010). Wakaf Uang Dan Implementasinya Di Indonesia. *De Jure: Jurnal Hukum Dan Syar'iah*, 2(2), 162–177. <https://doi.org/10.18860/j.fsh.v2i2.2976>.
- Hendarsyah, D. (2021). Peran Ekonomi Digital Dalam Pemulihan Ekonomi Dampak Covid- 19 Di Indonesia.
- Hilman Hakiem, Irfan Syauqi Beik, & Idqan Fahmi. (2022). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Masyarakat Berwakaf Uang/Melalui Uang dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Kota Bogor. *AL-MUZARA'AH*, 10(2), 155–168. <https://doi.org/10.29244/jam.10.2.155-168> <https://doi.org/10.29313/jres.v1i1.97>
- Huda, N.', & Heykal, M. (2015). *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*.
- Imam T. Saptono, 2023. *Badan Wakaf Indonesia (BWI) . Proyeksi Perwakafan Nasional*.
- Indra., & Ascarya. (2022). *Standard Methodology For Research In Islamic Economics And Finance. Teaching And Research Methods For Islamic Economics And Finance* (1st Ed). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003252764>

- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4(2), 106–120.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*, Yogyakarta: Penerbit Andi, Edisi I
- Masrizal, Huda, N., Harahap, A., Trianto, B., & Sabiu, T. T. (2023). INVESTIGATING THE DETERMINANTS OF CASH WAQF INTENTION: AN INSIGHT FROM MUSLIMS IN INDONESIA. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(1), 17–38. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i1.1607>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & David Schoorman, F. (1995). An Integrative Model of Organizational Trustt (Vol. 20, Issue 3). <https://www.jstor.org/stable/258792?seq=1&cid=pdf->
- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships between Providers and Users of Market Research: The Dynamics of Trustt within and between Organizations. *Journal of Marketing Research*, 29(3), 314–328. <https://doi.org/10.1177/002224379202900303>
- Muflih, M. (2022b). Muzakki's adoption of mobile service: integrating the roles of technology acceptance model (TAM), perceived Trustt and religiosity. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2021-0273>
- Muhson, A. (2006). *Teknik Analisis Kuantitatif*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta, 183-196.
- Muthoifin, M., & Firdaus, I. (2020). Pengelolaan Wakaf Produktif untuk Pemberdayaan Umat. *Profetika: Jurnal* 253–259. <https://doi.org/10.23917/profetika.v21i2.13085>
- Oktavendi, T. W., & Mu'ammal, I. (2022). Acceptance model for predicting adoption of Zakat, Infaq, and Sodaqoh (ZIS) digital payments in Generation Z. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(4), 684–700. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2021-0267>
- Neter, J., Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., & Wasserman, W. 1996. *Applied Linear Statistical Models*. McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C. (1994). *Psychometric Theory* (3rd Ed.). New York.
- Othman, R., & Hariri, H. (2012). Conceptualizing Religiosity Influence on Whistle-Blowing Intentions. In *British Journal of Economics, Finance and Management Sciences* (Vol. 6, Issue 1).
- Putri, N. E., & Iskandar, D. (2017). Analisis Preferensi Konsumsi Dalam Penggunaan Social Messenger di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus: Line, Kakaotalk, Wechat, Whatsapp). *Jurnal Manajemen Indonesia*, 14(2), 110. <https://doi.org/10.25124/jmi.v14i2.356>
- Qolbi, A., & Sukmana, R. (2022). Determinan Niatan Mahasiswa Terhadap Wakaf Tunai Secara Online Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(1), 78. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20221pp78-91>
- Ramli, Y., & Rahmawati, M. (2020). The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness that Influence Customer's Intention to Use Mobile Banking Application. 22, 33–42. <https://doi.org/10.9790/487X-2206113342>
- RI Departemen Agama. (2003). *Himpunan Fatwa Mejalis Ulama*.
- Rohida, L., Sos, S., Si, M., Samber, D., & Man, D. (2018). Dampak revolusi industri 4.0 terhadap kompetensi sumber daya manusia. Dalam *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia* oleh Leni Rohida (Volume 6, Edisi 1).
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of Trustt. In *Academy of Management Review* (Vol. 23, Issue 3, pp. 393–404). <https://doi.org/10.5465/AMR.1998.926617>
- Saifuddin, F., Kayadibi, S., Polat, R., Fidan, Y., & Kayadibi, O. (2014). Peran Wakaf Tunai dalam Pengentasan Kemiskinan: Kasus Malaysia. Makalah disampaikan pada Proceeding Kuala Lumpur International Business Economics and Law Conference 4 (KLIBEL4). Jil.1. 31 Mei – 1 Juni 2014. Hotel Putra, Kuala Lumpur, Malaysia. ISBN 978-967-11350-3-7.

- Sekaran, U. 2003. "Research Method For Business A Skill-Building Approach (Fourth Edition Ed.)".
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2016. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Setiadi, Budi dan Siska Lis Setiyani. (2021). Perbandingan Efektivitas Penghimpunan Dana Wakaf Melalui Uang Berbasis Online di Global Wakaf dan Dompot Dhuafa. *Journal Riset Ekonomi Syariah*.
- Setiadi, N. (2008). Perilaku konsumen konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Setyawati, R. E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Terhadap Behavioral Intention To Use Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Gopay Dikota Yogyakarta). In *Jurnal Ekobis Dewantara* (Vol. 3, Issue 1).
- Shaari, M. S. (2009). Spiritual Values And Religiosity As Determinants Of Consumer Behaviour: An Empirical Study. *Journal Of Islamic Marketing*, 1(2), 175-185.
- Stark, R., & Glock, C. Y. (1968). *American Piety: The Nature of Religious Commitment* (1st ed.). University of California Press. <https://doi.org/10.2307/jj.5973012>
- Sudaryono. (2014). Budaya dan perilaku organisasi. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sulthon, M., Wafirah, M., Al Husain, S., & Walisongo, U. (2021). Behavior Intention to Use Online Zakat: Application of Technology Acceptance Model with Development. 8.
- Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). THE EFFECT OF RELIGIOSITY AND TRUST ON INTENTION TO PAY IN ZISWAF COLLECTION THROUGH DIGITAL PAYMENTS. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 6(1), 98. <https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.17293>
- Syamlan, Y. T., & Aisy, R. R. (2022). PERSEPSI MUSLIM JABODETABEK MENGENAI UANG ELEKTRONIK (UNIK) TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI UNIK BERBASIS SERVER. *Journal of Islamic Accounting and Finance*, II(2). <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di->
- Syamsuri, Purdy, PFR dan Aris Stianto. (2020). Potensi Wakaf di Indonesia (Kontribusi Wakaf untuk Memerangi Kemiskinan). *MALIA (TERAKREDITASI)*, 12 (1), 79–94. <https://doi.org/10.35891/ml.v12i1.1939> Tata Kelola di Malaysia: Usulan Model Wakaf Moneter untuk Praktisi dan Masa Depan.
- Talisa Rahma Pramintasari & Indah Fatmawati. (2017) Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. Vol 8,No1.
- Tarsi. (2014). Wakaf Uang Dengan Sistem Online. Mahkamah Agung Republik Indonesia. 2014. Wakaf Uang dengan Sistem Online Oleh: Drs.H.Tarsi.,SH.,M.HI (18/2) - Direktorat Jenderal Badan Peradilan Agama (mahkamahagung.go.id)
- Widyawati. (2012). Politik Filantropi Islam di Indonesia Pasca Soeharto: Kajian UU Wakaf 2004. *Kemajuan dalam Ilmu Pengetahuan Alam dan Terapan*, 6(8), 1438–1444. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84874543961&IDMitra=40&md5=096e0d02e9b8305798801857ecfc5b1e>.
- Yulianto, Y. (2016). MEMBELI, DERAJAT DIFERENSIASI PRODUK DAN CUSTOMER MENGGUNAKAN UANG ELEKTRONIK (Studi pada Pengguna Uang Elektronik e-Money di Kota Semarang) YANA YULIANTO Augusty Tae Ferdinand dan Harry Soesanto Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis University.