

**PENGARUH PENGETAHUAN, MOTIVASI, DAN SIKAP
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT
BERBASIS DIGITAL DI KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI



**RATIH AYU FADILLAH
NIM: 105741100620**

**PRODI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**PENGARUH PENGETAHUAN, MOTIVASI, DAN SIKAP
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT
BERBASIS DIGITAL DI KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan oleh:

**RATIH AYU FADILLAH
NIM : 105741100620**

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**PRODI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2024**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya” (Q.S Al-Baqarah: 286)

“Semua ada waktunya, jangan membandingkan hidupmu dengan orang lain. Tidak ada perbandingan antara matahari dan bulan karena mereka bersinar tepat waktunya” (B.J Habibie)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alam,

Skripsi ini saya persembahkan:

Pertama, untuk diri saya sendiri terimakasih telah berjuang dan bertahan melewati segala rintangan dan terus bersemangat untuk menyelesaikan perkuliahan.

Kedua, untuk orang tua saya bapak tercinta Alm. H. Syamsuddin mama tersayang Hj. Jumiati yang senantiasa memberikan doa', dukungan dan tiada hentinya memberikan pencerahan kehidupan. Untuk kakak saya Rezki Fadlillah Syamsuddin yang terus mendukung.



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Dan Sikap Terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital Di Kota Makassar
Nama Mahasiswa : Ratih Ayu Fadillah
No. Stambuk/NIM : 105741100620
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan di depan panitia penguji skripsi satu (S1) pada tanggal 03 Agustus 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar

Makassar, 03 Agustus 2024

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
NBM: 861 013

Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy., M.E.I
NIDN. 2116019102

Mengetahui:

Dekan

Ketua Program Studi



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507

Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
NBM: 861 013



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama: Ratih Ayu Fadillah, Nim : 105741100620 diterima dan disahkan oleh panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0004/SK-Y/60202/091004/2024 M, Tanggal 28 Muharram 1446 H/ 06 Juli 2024 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam pada program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 28 Muharram 1446 H
03 Agustus 2024 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas umum : Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU (.....)
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si (.....)
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc (.....)
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Idham Khalid, S.E., M.M (.....)
2. Dr. Syahidah Rahmah, S.E.S.y., M.E.I (.....)
3. Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc (.....)
4. Sri Wahyuni, S.E., M.E (.....)

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si

NBM: 651 507



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ratih Ayu Fadillah
Stambuk : 105741101820
Program Studi : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Dan Sikap Terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital Di Kota Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya Sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 03 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



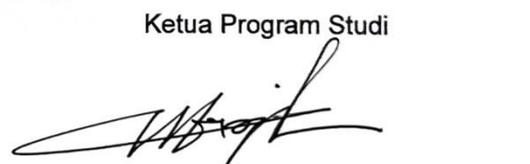


Ratih Ayu Fadillah
NIM: 105741100620

Diketahui Oleh:


Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507

Dekan


Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si
NBM: 861 013

Ketua Program Studi

**HALAMAN PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ratih Ayu Fadillah
NIM : 105741100620
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah yang berjudul:

Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Sikap Terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital di Kota Makassar

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 03 Agustus 2024

Yang Membuat Pernyataan,



Ratih Ayu Fadillah
NIM: 105741100620

ABSTRAK

RATIH AYU FADILLAH. 2024. *Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Sikap terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital di Kota Makassar*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : H. Muhammad Najib Kasim dan Syahidah Rahmah.

Penelitian ini merupakan penelitian jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, motivasi dan sikap terhadap keputusan membayar berbasis digital di Kota Makassar. Sampel penelitian ini diambil dari *muzakki* yang berada di Kota Makassar yang pernah membayar zakat berbasis digital. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan terkait dengan masalah yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan pembagian kuesioner juga sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert dengan perhitungan statistik menggunakan aplikasi *Statistical Package For The Social Science* (SPSS) versi 25 mengenai pengaruh pengetahuan, motivasi dan sikap terhadap keputusan membayar berbasis digital di Kota Makassar yang sebelumnya telah dibahas, maka penulis menarik kesimpulan penting terhadap penelitian ini yaitu pengaruh pengetahuan, motivasi dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital. Lembaga pengelola zakat dalam proses pengumpulan zakat harus terus beradaptasi dan mengadopsi skema-skema digital agar lebih efektif dan efisien, karena dapat menjangkau lebih luas dan memudahkan *muzakki* dalam membayar zakat. Oleh karena itu, dengan meningkatkan layanan digital zakat, maka akan meningkatkan pengetahuan, motivasi, dan sikap *muzakki* dalam membayar zakat sehingga dapat meningkatkan jumlah pembayaran zakat melalui digital.

Kata kunci : Pengetahuan, Motivasi, Sifat, Keputusan

ABSTRACT

RATIH AYU FADILLAH. 2024. *The Influence of Knowledge, Motivation, and Attitudes on the Decision to Pay Digital Zakat in Makassar City.* Thesis. Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Main Supervisor H. Muhammad Najib Kasim and Co-Supervisor Syahidah Rahmah.

This research is a quantitative study aimed at examining the influence of knowledge, motivation, and attitudes on the decision to pay digitally-based zakat in Makassar City. The research sample consists of zakat muzakki in Makassar City who have previously used digital zakat payment methods. The data collected for this study are quantitative data obtained from questionnaires distributed on the researched issue. Data collection was conducted through observation, questionnaire distribution, and the use of primary and secondary data sources. The instrument used in this research employed a Likert scale method, and statistical analysis was performed using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 25 to determine the impact of knowledge, motivation, and attitudes on the decision to pay digital zakat in Makassar City. Based on the findings discussed earlier, the study concludes that knowledge, motivation, and attitudes have a positive and significant influence on the decision to pay zakat digitally. Zakat management institutions should continuously adapt and adopt digital schemes in zakat collection processes to enhance effectiveness and efficiency, thereby reaching a broader audience and facilitating zakat muzakki in fulfilling their obligations. Therefore, by improving digital zakat services, it is possible to enhance the knowledge, motivation, and attitudes of zakat payers, ultimately increasing zakat payments through digital platforms.

Keywords: *Knowledge, Motivation, Attitudes, Decision*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbil'alamiin. Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam selalu terpanjatkan kepada Nabi besar Muhammad SAW tak lupa pula mengirimkan doa kepada sahabat, keluarga, dan para pengikutnya Rasulullah SAW. Oleh karenanya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Sikap terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital di Kota Makassar".

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat kelulusan dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dalam penyusunan skripsi ini penulis sangat menyadari bahwa segala urusan dapat diselesaikan dengan mudah dan lancar berkat adanya bantuan, dan bimbingan dari banyak pihak. Sehingga dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada::

1. Bapak Prof Dr. H. Ambo Asse, M.,Ag Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Dr. Andi Jam'an, SE., M.Si Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Dr. H. Muhammad Najib Kasim, SE., M.Si, selaku ketua Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar dan pembimbing I yang memudahkan dalam segala urusan perkuliahan.
4. Ibu Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy., M.E.I, selaku pembimbing II yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.

5. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
6. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Terimakasih kepada NIM 10581234715 telah setia menemani, membantu, dan mendengarkan keluh kesah dan sabar menghadapi mood saya selama perjalanan skripsi.
8. Terima kasih teruntuk seluruh kerabat, teman, dan rekan perjuangan ekis 20 yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat keterbatasan dan kesalahan karena pengetahuan yang dimiliki masih sangat terbatas. Maka dari itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat membuat skripsi ini dapat lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak terutama buat kampus biru Unismuh tercinta.

*Nashrun min Allah wa Fathul Karien, Billahi fii Sabilil Haq, Fastabikul Khairat
Wassalamu Alaikum Wr.Wb.*

Makassar, 03 Agustus 2024

Penulis,

Ratih Ayu Fadillah

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI AKHIR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Tinjauan Teori.....	9
1. Pengetahuan.....	9
a. Pengertian Pengetahuan.....	9
b. Sumber Pengetahuan	10
c. Indikator Pengetahuan	10
2. Motivasi.....	11
a. Pengertian Motivasi.....	11
b. Tingkatan Motivasi	12
c. Indikator Motivasi	13
3. Sikap.....	14
a. Pengertian Sikap.....	14
b. Dimensi Sikap	15

c. Indikator Sikap	16
4. Keputusan.....	16
a. Pengertian Keputusan.....	16
b. Faktor-Faktor Keputusan.....	17
c. Indikator Keputusan	18
5. Zakat.....	19
a. Defenisi Zakat	19
b. Dasar Hukum Zakat	20
c. Syarat-Syarat <i>Muzakki</i>	22
d. Jenis-Jenis Zakat	23
e. <i>Mustahik</i>	27
f. Manfaat Zakat	28
6. Zakat Berbasis Digital	29
B. Penelitian Terdahulu	29
C. Kerangka Berfikir	33
D. Hipotesis	35
BAB III. METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
C. Jenis dan Sumber Data.....	36
D. Populasi dan Sampel	37
E. Metode Pengumpulan Data.....	38
F. Definisi Operasional Variabel	39
G. Metode Analisis Data	42
H. Uji Hipotesis	44
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Penyajian Data Hasil Penelitian	49
C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)	79
BAB V. Penutup	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Layanan Digital Zakat	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Skor Responden	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional	40
Tabel 4.1 Total Perolehan Dana Zakat BAZNAS Kota Makassar 2019-2023	48
Tabel 4.2 Total Perolehan Dana Zakat Lazismu Kota Makassar 2019-2023	48
Tabel 4.3 Penggunaan Skala Likert	49
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Platform Pembayaran Zakat	54
Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Jenis Zakat	55
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif	56
Tabel 4. 11 Responden Terhadap Pengetahuan	58
Tabel 4. 12 Responden Terhadap Motivasi	61
Tabel 4. 13 Responden Terhadap Sikap	63
Tabel 4. 14 Responden Terhadap Keputusan	65
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Uji Validitas	67
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.17 Uji Normalitas	70
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas	72
Tabel 4.19 Uji Heteroskedastisitas	73

Tabel 4.20 Analisis Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi	76
Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial.....	77
Tabel 4.23 Hasil Uji Simultan.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4.1 Grafik Normalitas Histogram	70
Gambar 4.2 Grafik Normalitas P-Plot.....	71
Gambar 4.3 Grafik Uji Heteroskedastisitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Terdahulu	104
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	107
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	114
Lampiran 4 Metode Analisis Data	126
Lampiran 5 Permohonan Izin Penelitian	135
Lampiran 6 Surat Izin Penelitian	136
Lampiran 7 Surat Balasan dan Persetujuan BAZNAS.....	137
Lampiran 8 Surat Balasan dan Persetujuan Lazismu.....	138
Lampiran 9 Pengambilan Data dan Penyebaran Kuesioner.....	145
Lampiran 10 Hasil Validasi Data	141
Lampiran 11 Hasil Validasi Abstrak.....	142
Lampiran 12 Hasil Turnitin	143
Lampiran 13 Biografi Penulis	154

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi Islam muncul pada masa pemerintahan Rasulullah SAW untuk memahami isu-isu ekonomi maupun tindakan yang dilakukan manusia dari sisi Islam. Ekonomi pada masa tersebut bersumber dari dua pendapatan dengan salah satu sumber pendapatan berasal dari dana zakat (Fahmi, 2019).

Zakat merupakan salah satu dari lima rukun Islam yang wajib dilaksanakan bagi kaum muslim. Zakat tidak hanya beribadah seorang diri, tetapi memberikan manfaat kepada orang lain (Sumadi, 2019). Zakat memberikan pengaruh terhadap ekonomi Islam, karena aktivitas yang dilakukan bermanfaat pada pembangunan ekonomi umat seperti pendidikan, sosial manusia, dan dakwah (Rahmah & Natasya, 2022).

Seorang muslim yang telah membayar zakat masuk ke dalam kategori orang-orang yang tidak menyalahgunakan hak orang lain dan membersihkan jiwanya dari rasa kikir. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. At-Taubah/9: 103 adalah sebagai berikut:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ

سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Terjemahnya:

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”. (QS. At Taubah/9: 103)

Ayat di atas mengasumsikan bahwa semua harta memiliki zakat, termasuk properti yang diperdagangkan wajib untuk dikeluarkan zakatnya. Selain itu, zakat juga dapat membersihkan diri seseorang. Dalam hal ini, seorang muslim tidak dapat menyucikan dan membersihkan dirinya sebelum membayar zakat.

DPR-RI menerbitkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 terkait pengelolaan zakat. Lembaga zakat di Indonesia terdiri atas dua, yaitu lembaga yang bekerja sama dengan pemerintah maupun tidak bekerja sama. Di satu pihak, lembaga pemerintah yang bertugas mengawasi dana zakat disebut Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Sedangkan lembaga non pemerintah disebut Lembaga Amil Zakat (LAZ) yang dapat didirikan oleh masyarakat sesuai dengan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 atas izin pemerintah dalam rangka mendukung BAZNAS (Nazaruddin, 2022).

Penghimpunan zakat mencapai Rp9.375.583.798.000 dengan peningkatan sebesar 113 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 4.397.800.993.000. Hal ini memberikan dampak baik untuk pertumbuhan ekonomi apabila dikelola dengan tepat, maka akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Namun demikian, realisasi tersebut baru mendekati 10 persen dari target Rp327.000.000.000.000 yang ditetapkan pada 2023 (BRIN, 2024). Hal ini menjadi masalah dalam sistem internal, padahal Indonesia seharusnya bisa mendorong pertumbuhan ekonomi dengan tetap berpegang pada salah satu prinsip syariat Islam melalui pengelolaan yang baik dan dukungan kaum muslim untuk membayar zakat kepada lembaga zakat.

Sistem zakat turut mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi sehingga lembaga amil zakat terus berupaya dalam meningkatkan pengumpulan zakat. BAZNAS mengikuti perkembangan zaman melalui digital dengan menawarkannya kepada masyarakat sejak tahun 2016. Dana zakat diperoleh pada tahun 2016 sebesar Rp490.000.000 meningkat sebanyak 397 kali dalam kurung waktu enam tahun memperoleh sebesar Rp195.400.000.000 (BAZNAS, 2024). Hal ini menunjukkan zakat berbasis digital juga salah satu upaya untuk meningkatkan pembayaran zakat.

Baznas menawarkan berbagai cara untuk membayar zakat dapat melalui layanan perbankan, layanan langsung, dan platform digital. Layanan perbankan untuk membayar zakat seperti transfer rekening, atm, mobile banking, teller bank, auto debit dan rekening, zakat payroll system serta bank mitra BAZNAS. Kemudian, layanan langsung membayar zakat seperti membayar zakat ke kantor pusat BAZNAS, jemput zakat, dan kasir retailer. Sedangkan pembayaran melalui digital dapat dilihat melalui tabel 1.1 di bawah ini.

Tabel 1.1 Layanan Digital Zakat

No.	Jenis Layanan digital	Contoh
1	BAZNAS Platform	Web BAZNAS
2	Commercial Platform	Jenius, syariah jago, paytren, arahmuslim, sepulsa, quran best, PT MASJED Indonesia Digital, SOBAT SYARIAH
3	Non Commercial Platform	Kitabisa com, peduli sehat, benihbaik.com, wecare.id, beramaljariyah.org, waktumuhijrah, dan bantoo

4	<i>Social Media Platform</i>	Facebook, twitter, instagram, linked, dan tiktok
5	<i>Artificial Intelligence Platform</i>	Zakat Virtual Assistant (ZAVIRA), Voice Command Zakat Assistan (Aplikasi Lenna), dan Zakat Augmented Reality (Teknologi AR Aplikasi BAZNAS)
6	<i>Innovative Platform</i>	Gopay, Ovo, link aja, dana, shopee, gojek, dan spin,

Sumber: BAZNAS, 2024

Zakat berbasis digital dapat menjadi solusi dalam pembayaran, karena proses untuk membayar zakat dapat lebih cepat dan mudah, biaya transaksi lebih murah, sistem pembayaran secara *real time*, mudah mengakses informasi, dapat bertransaksi dengan jumlah besar, menjangkau seluruh masyarakat baik di perkotaan maupun di pedesaan. Oleh karena itu, zakat berbasis digital memberikan dampak besar dan positif dengan sistem dan metode yang beragam.

Pembayaran melalui digital semakin meningkat dari tahun ke tahun di Provinsi Sulawesi Selatan dengan mencatat peningkatan transaksi ekonomi dan keuangan digital meliputi uang elektronik, ATM-Debit, kartu kredit, QRIS, dan retail *online*. BI (Bank Indonesia) merincikan transaksi uang elektronik meningkat 26 persen mencapai Rp6.800.000.000.000, transaksi kartu kredit meningkat sebesar 13 persen mencapai Rp3.300.000.000.000, sedangkan transaksi ATM mencapai Rp274.000.000.000.000 dengan peningkatan sebanyak 35 persen, dan belanja e-commerce sebesar Rp5.670.000.000.000 hingga september 2022. Oleh karena itu, pemerintah Kota Makassar mendukung dan mendorong digitalisasi dan perubahan

penyaluran program bansos dari tunai menjadi non-tunai (Kassa, 2023). Hal ini dapat memberikan peluang besar pada transaksi pembayaran zakat berbasis digital.

Perilaku konsumen menurut Kotler & Kettler dalam Zurosny (2021) merupakan salah satu bidang ilmu yang mempelajari terkait keputusan untuk memilih, membeli, memakai, dan memanfaatkan produk dan jasa yang dilakukan oleh individu, kelompok, maupun organisasi guna untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumen yang berpengaruh secara psikologis dalam mengambil keputusan meliputi pengetahuan, sikap, dan motivasi, persepsi, dan keyakinan (Zurosny, 2021).

Keputusan untuk membayar zakat oleh *muzakki* yang memilih menyalurkan zakat melalui digital, karena telah didukung dan terbiasa menggunakan digital juga dorongan dari faktor psikologis (sikap, keyakinan, pengetahuan), dan gaya hidup. Sedangkan menyalurkan secara langsung ke lembaga zakat oleh *muzakki*, karena faktor dorongan psikologis (motivasi, keyakinan, sikap, pengetahuan), budaya, sosial (peran, status, keluarga), dan gaya sikap (Fikri Izzuddin & Kholilul Rohman, 2022).

Keputusan seseorang untuk membayar zakat dipengaruhi oleh pengetahuan individu. Pengetahuan zakat merupakan kemampuan untuk memahami informasi tentang zakat secara umum termasuk persyaratan hukum, nilai yang harus dizakati, mengatur, mengumpulkan, mendistribusikan zakat, dan meningkatkan pemahaman akan perlunya membayar zakat sebagai ibadah sosial untuk kesejahteraan masyarakat (Haki, 2020). Ketika individu mendapatkan banyak pengetahuan maka akan memutuskan sesuatu dengan menyikapi dan mendapatkan dorongan untuk

membayar zakat dengan teknologi tertentu yang dapat mengelola dana zakat secara optimal (Mahardhika, 2020).

Faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat, yaitu motivasi. Motivasi membayar zakat merupakan dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan demi mencapai tujuan tertentu sebagai bentuk ketaatan mematuhi perintah Allah SWT juga sadar bahwa harta yang dimiliki telah memenuhi ketentuan *nishab* dan *haul*. Selain itu, motivasi *muzakki* untuk membayar zakat juga dipengaruhi oleh pengetahuan yang menimbulkan dorongan dalam diri seseorang sehingga mengambil keputusan (Shafi et al., 2024).

Faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat, yaitu sikap. Keputusan dari sikap seseorang tidak hanya bergantung pada motivasi, namun juga perlu adanya kontrol yang cukup dengan pengetahuan. Sikap *muzakki* menjadi salah satu gagasan dari motivasi yang akan berpengaruh terhadap keputusan yang akan dilakukan (Audina, 2020). Sikap *muzakki* membayar zakat merupakan penilaian dari perasaan kepedulian seseorang terhadap orang-orang yang membutuhkan zakat. Perasaan kepedulian akan terus bertambah seiring dengan pengetahuan terkait zakat yang diperoleh. Maka dari itu, *muzakki* yang membayar zakat memperoleh hikmah, manfaat dan kelapangan (Safwan, 2021).

Searah dari informasi tersebut, penelitian ini memiliki tujuan untuk menggali kesadaran pengguna digital di kalangan muslim di Kota Makassar yang merupakan wilayah dengan pembayaran digital meningkat setiap tahunnya. Hal ini juga diperlukan, karena dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan *muzakki*

kepada lembaga pengelola zakat untuk terus menyediakan dan meningkatkan layanan digitalnya agar pengumpulan dana zakat dapat meningkat dan mencapai target. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh pengetahuan, motivasi, dan sikap terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang akan diteliti, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan mempengaruhi keputusan membayar zakat berbasis digital di Kota Makassar?
2. Apakah motivasi mempengaruhi keputusan membayar zakat berbasis digital di Kota Makassar?
3. Apakah sikap mempengaruhi keputusan membayar zakat berbasis digital di Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang akan diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah pengetahuan mempengaruhi keputusan membayar zakat berbasis digital di Kota Makassar
2. Mengetahui apakah motivasi mempengaruhi keputusan membayar zakat berbasis digital di Kota Makassar
3. Mengetahui apakah sikap mempengaruhi keputusan membayar zakat berbasis digital di Kota Makassar

D. Manfaat Penelitian

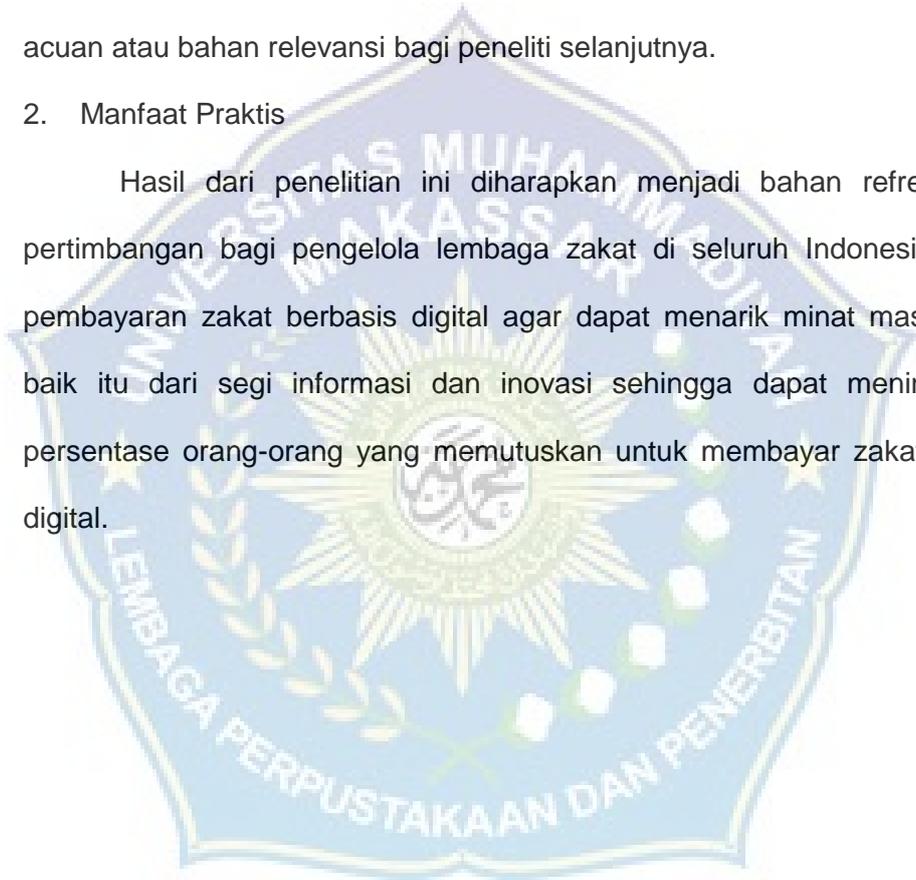
Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada beberapa pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas, memberikan sumbangan informasi dan wawasan yang luas serta dapat menjadi bahan acuan atau bahan relevansi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dan pertimbangan bagi pengelola lembaga zakat di seluruh Indonesia terkait pembayaran zakat berbasis digital agar dapat menarik minat masyarakat, baik itu dari segi informasi dan inovasi sehingga dapat meningkatkan persentase orang-orang yang memutuskan untuk membayar zakat melalui digital.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Konsep Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan menurut Notoatmodjo dalam Oktaviani & Hadian (2021) merupakan hasil tahu dan memiliki peran dalam menentukan tindakan seseorang mengenai suatu objek yang diperoleh melalui panca indra, yaitu pendengaran, penglihatan, penciuman, perasa, dan peraba. Sesuatu yang telah ditemukan dan dipelajari manusia dari pengalaman akalny dengan mengenali pola atau bentuk dan membuat prediksi disebut sebagai pengetahuan (Oktaviani & Hadian, 2021).

Pengetahuan yang telah diperoleh dan dapat dihasilkan, ketika seseorang menerapkan kecerdasan akal budinya untuk mengidentifikasi sesuatu yang belum pernah dilihat sebelumnya. Informasi dan fakta terkadang dapat membingungkan seseorang. Oleh karena itu, pengetahuan mengenai zakat terdapat dalam Al' Quran dan Hadits yang merupakan arahan dan perintah dari Allah SWT untuk dilaksanakan (Sulisdika et al., 2022).

Pengetahuan zakat menurut Bukhari dalam Suyadi et al., (2022) merupakan pembelajaran masyarakat terkait mekanisme, manfaat, dan dampak yang didapatkan sehingga dapat membangun kebiasaan mengeluarkan zakat. Pengetahuan zakat dapat diketahui dengan mengedukasikannya kepada masyarakat, karena dengan itu masyarakat dapat menilai bahwa zakat merupakan landasan agama. Selain itu,

pengetahuan zakat juga dapat mempengaruhi sikap dan pilihan untuk membayar zakat. Apabila masyarakat menilai bahwa zakat merupakan solusi akan permasalahan ekonomi dan sosial, maka zakat dapat menjadi jawaban dan solusi dalam mengatasi kondisi sosial umat Islam juga menjadi sumber kekuatan ekonomi (Suyadi et al., 2022).

b. Sumber Pengetahuan

Sumber pengetahuan menurut Ridwan et al., (2021) terdiri atas empat sebagai berikut:

- 1) Rasio. Pengetahuan yang berasal dari pemikiran manusia.
- 2) Empiris. Pengetahuan yang berasal dari pengalaman pribadi dan menarik rasa ingin tahu seseorang.
- 3) Intuisi. Pengetahuan berasal dari tubuh seseorang yang diperoleh tanpa dugaan.
- 4) Wahyu. Pengetahuan yang berasal dari Maha Kuasa tanpa melalui proses berfikir (Ridwan et al., 2021).

c. Indikator Pengetahuan

Indikator pengetahuan zakat menurut Dewan Zakat Nasional dalam Fadhila (2021) sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan Dasar Zakat. Pengetahuan umum tentang zakat yang wajib dilaksanakan dan dikeluarkan oleh setiap muslim maupun lembaga usaha dengan tujuan untuk didistribusikan kepada orang-orang yang memenuhi syarat sesuai dengan syariah.
- 2) Pengetahuan Kewajiban Zakat. Pengetahuan terkait kewajiban membayar zakat oleh setiap muslim dan menyalurkan zakat sekaligus menyucikan diri dan harta.

- 3) Pengetahuan Golongan Penerima Zakat. Pengetahuan mengenai orang-orang yang berhak menerima zakat yang di sebut dengan delapan *asnaf*, yaitu fakir, miskin, *amil* , *mualaf*, *riqab*, *gharimin*, *fi sabilillah*, dan *ibnu sabil*.
- 4) Pengetahuan *Nishab* dan *Haul* Zakat. Pengetahuan terkait *nishab* dan *haul* dalam membayar zakat oleh kaum muslim sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 5) Pengetahuan Sasaran dan Prosedur Zakat. Pengetahuan mengenai sasaran yang akan dikeluarkan zakatnya seperti emas perak, barang tambang, pertanian, tumbuhan, barang perniagaan dan lainnya (Fadhila, 2021).

2. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Teori Maslow sering dikenal sebagai *The Hierarchy of Needs*. Motivasi menurut Maslow dalam Susnita (2020) merupakan dorongan untuk memenuhi kebutuhan dengan tingkatan yang tertinggi menjadi kekuatan penggerak, apabila kebutuhan tingkatan terendah telah terpenuhi yang akan mempengaruhi tindakan seseorang. Kebutuhan dengan tingkatan terendah, seperti kebutuhan fisiologis dan kebutuhan rasa aman. Di samping itu, kebutuhan tertinggi, seperti kebutuhan sosial, kebutuhan ego, dan kebutuhan aktualisasi diri (Susnita, 2020).

Proses individu mengidentifikasi kebutuhannya dan mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dikenal sebagai motivasi. Motivasi dapat menjadi landasan seseorang untuk melakukan sesuatu atau

bertindak. Dalam hal ini, individu memilih untuk terlibat dalam suatu kegiatan, karena termotivasi untuk melakukannya (Suryadi & Rimet, 2023).

Motivasi membayar zakat berasal dari keinginan individu untuk menjalankan kewajibannya sebagai seorang muslim. Keinginan seseorang untuk mendapatkan kekayaan sering mendominasi dalam jiwa agar tidak membayar zakat. Oleh karena itu, motivasi mengacu pada dorongan atau keinginan untuk membayar zakat sebagai sarana mematuhi arahan dan perintah Allah SWT (Kharisma & Jayanto, 2021).

b. Tingkatan Motivasi

Teori Maslow sering dikenal sebagai *The Hierarchy of Needs*, Maslow dalam Susnita (2020) menyajikan lima tingkatan kebutuhan manusia. Adapun tingkatan motivasi menurut Maslow dalam Susnita (2020) sebagai berikut:

1) Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan dasar untuk mempertahankan kehidupan berupa air, makanan, rumah, pakaian, dan lainnya.

2) Kebutuhan Keamanan dan Keselamatan

Perilaku individu termotivasi oleh tuntutan akan keselamatan dan keamanan seperti seseorang membutuhkan perlindungan secara fisik dari gangguan kejahatan.

3) Kebutuhan Sosial

Kebutuhan ini didasarkan oleh kasih sayang dari keluarga, kebutuhan akan kehangatan, dan kebutuhan dalam hubungan antar manusia.

4) Kebutuhan Ego

Kebutuhan individu untuk penerimaan diri, harga diri, dan pemenuhan pribadi atas pekerjaan yang dilakukan dengan baik merupakan kebutuhan dari dalam. Sebaliknya, kebutuhan dari luar seperti kehormatan, reputasi, dan pengakuan dari orang lain.

5) Kebutuhan Aktualisasi Diri

Kebutuhan ini berasal dorongan dalam diri seseorang untuk mencapai potensi penuhnya agar menjadikan dirinya sebagai orang yang terbaik (Susnita, 2020).

c. Indikator Motivasi

Indikator motivasi membayar zakat menurut Isnaini dalam Fadhila (2021) sebagai berikut:

1) Loyalitas Membayar Zakat (*al-wala'*)

Al-wala' memiliki arti menggambarkan cinta dan kepedulian seorang muslim kepada sesamanya yang terus memegang teguh tauhid Allah SWT. *Al-wala'* merupakan bentuk mematuhi segala aturan dan menjauhi segala larangan. Loyalitas digambarkan sebagai sikap positif individu yang dapat memberikan keuntungan pada perusahaan dengan melakukan pembelian maupun menyarankan produk atau jasa tersebut kepada orang lain.

2) Rasa Berlega Hati Membayar Zakat

Rasa berlega hati merupakan ungkapan syukur kepada Allah SWT atas karunia-Nya dan rasa sukacita yang telah diperoleh.

3) Tingkat Pendapatan Membayar Zakat

Pendapatan dapat memotivasi seseorang membayar zakat, karena semakin meningkatnya pendapatan yang dimiliki, maka semakin termotivasi seseorang untuk melakukannya.

4) Bentuk Sosial Membayar Zakat

Motif sosial yang ada dalam diri *muzakki* agar terhindar dari hal-hal yang tidak diharapkan sehingga mendorong untuk membayar zakat.

5) Rasa Yakin Prosedur Membayar Zakat sesuai Syariah

Adanya keyakinan dan prosedur yang dijalankan tidak bertentangan oleh syariah sehingga *muzakki* membayar zakat pada lembaga pengelola tersebut (Fadhila, 2021).

3. Sikap

a. Pengertian Sikap

Sikap menurut Engel dalam Mashur Razak (2016:108) merupakan suatu tindakan yang ditunjukkan oleh konsumen terkait suka dan tidak suka terhadap objek (Mashur Razak, 2016:108). Sikap menurut istilah psikologi adalah kata yang mengacu pada persepsi, reaksi, dan perilaku seseorang. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan sikap sebagai tindakan atau perilaku seseorang yang didasarkan pada aturan-aturan standar sosial menyangkut norma agama (Maulidina & Solekah, 2020). Sikap dikategorikan sebagai tanggapan dengan dua reaksi, yaitu suka dan tidak suka yang mencerminkan seseorang dalam mengambil tindakan.

Sikap *muzakki* terhadap praktik membayar zakat adalah persepsi seseorang terhadap benda, orang, peristiwa, dan kegiatan. Persepsi ini

berkembang menjadi gagasan yang melambangkan preferensi seseorang terkait menguntungkan, tidak menguntungkan, atau netral untuk membayar zakat. Dengan demikian, sikap adalah kondisi manusia yang bersifat persisten (Nuryana, 2019).

Sikap *muzakki* membayar zakat merupakan tindakan yang sangat menentukan dalam terjadinya pembayaran zakat. Sikap *muzakki* yang positif yang berasal dari perasaan senang, perasaan aman, dan perasaan bermanfaat terhadap pembayaran zakat akan memutuskan untuk membayar zakat melalui lembaga pengelola zakat. Begitupun dengan sikap *muzakki* yang negatif timbul dari perasaan tidak senang, penuh akan bahaya, dan perasaan tidak mendatangkan manfaat terhadap pembayaran zakat, maka dapat mempengaruhi penurunan untuk membayar zakat melalui lembaga pengelola zakat (Fasa, 2020).

b. Dimensi Sikap

Dimensi sikap menurut Engel dalam Mashur Razak (2016:108) terdiri dari lima dimensi sebagai berikut:

- 1) Dimensi Arah. Berkaitan dengan kecenderungan suatu sikap berupa positif maupun negatif.
- 2) Dimensi Eksternitas. Berkaitan dengan intensitas ke arah positif atau negatif berdasarkan gagasan bahwa ada perbedaan derajat suka dan tidak suka.
- 3) Dimensi Resistensi. Sejauh mana sikap yang sulit dimodifikasi dengan sikap yang mudah berubah terhadap sikap yang konsisten.
- 4) Dimensi Persistensi. Berkaitan dengan adanya perubahan waktu sehingga dapat merubah sikap.

- 5) Dimensi Keyakinan. Dimensi ini mengukur tingkat keyakinan individu dengan keakuratan sikapnya (Mashur Razak, 2016:108).

c. Indikator Sikap

Indikator motivasi membayar zakat menurut Amalia & Setyono (2023) sebagai berikut:

- 1) Sikap Individu Mencerminkan Pengetahuan. Pengetahuan dan pengalaman individu secara langsung terkait dengan objek sikap dan dapat diterima oleh akal.
- 2) Perasaan Individu atas Pemakaian Sistem. Perasaan yang berkaitan dengan elemen emosional dan memiliki kekuatan untuk mengubah sikap seseorang terhadap objek.
- 3) Kecenderungan Individu Memakai Sistem. Kecenderungan seseorang untuk berperilaku atau bertindak dengan cara tertentu dengan objek sikap (Amalia R. & Setyono, 2023).

4. Keputusan

a. Pengertian Keputusan

Keputusan menurut Tjiptono dalam Hananto (2021) merupakan proses yang dilakukan oleh konsumen dalam mengenal produk atau merek dan memilih diantara berbagai pilihan sebagai solusi dalam menangani masalah sehingga dapat mengambil keputusan (Hananto, 2021). Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam merupakan salah satu bidang ilmu yang mempelajari terkait keputusan untuk memilih, membeli, memakai, memanfaatkan produk dan jasa yang dilakukan oleh individu, kelompok, maupun organisasi guna untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumen

yang berpengaruh secara psikologis dalam mengambil keputusan meliputi pengetahuan, sikap, dan motivasi, persepsi, dan keyakinan (Zuroсны, 2021).

Studi tentang perilaku konsumen yang mencakup orang, kelompok, dan organisasi dalam proses memilih, membayar, dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan ditekankan oleh suatu keputusan. Setiap konsumen memiliki kebiasaan, preferensi, dan kualitas yang berbeda-beda, maka saat proses melakukan pembelian dapat bervariasi dari individu lainnya sehingga keputusan pembelian merupakan komponen penting dari perilaku konsumen (Kotler & Armstrong, 2018).

Keputusan *muzakki* untuk membayar zakat merupakan upaya yang berfokus kepada *mustahiq*. Islam berusaha untuk memastikan dan menjunjung tinggi kesejahteraan manusia. Keputusan pembelian dalam Islam harus didasarkan pada logika yang masuk akal berdasarkan ketentuan dalam Al' Quran dan Hadits. Keputusan pembelian tidak sekadar memenuhi kepuasan, tetapi mencukupi kebutuhan yang harus dipenuhi. Manusia harus memenuhi kebutuhan hidupnya, meskipun keinginan tidak dapat terpenuhi, manusia tetap dapat bertahan hidup. Islam tidak melarang manusia berupaya untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya, tetapi mengonsumsinya secara tidak berlebihan dan tidak bertentangan dengan aturan yang disyariatkan (Afandi et al., 2022).

b. Faktor-Faktor Keputusan

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menurut Engel dalam Pradiga & Saino (2022) terdiri atas dua sebagai berikut:

1) Faktor Eksternal

Faktor eksternal dalam mengambil keputusan, yaitu digital marketing. Dalam bidang bisnis, digital sering digunakan untuk pemasaran berupa iklan yang beredar di media sosial yang dapat menjangkau pelanggan dengan cepat dan mudah digunakan

2) Faktor Internal

Faktor internal yang bersifat pribadi dalam mengambil keputusan, meliputi pengetahuan, motivasi, sikap, gaya hidup, dan sumber daya. Dalam mengambil keputusan yang digunakan oleh konsumen berkaitan dengan waktu, uang, dan perhatian. Selain itu, motivasi merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk bertindak demi mencapai tujuan tertentu (Pradiga & Saino, 2022).

c. Indikator Keputusan

Indikator keputusan menurut Sari (2019) sebagai berikut:

1) Pilihan Layanan Membayar Zakat

Muzakki dapat memilih untuk membayar zakat dengan berbagai platform yang telah bekerja sama dengan lembaga pengelola melalui digital.

2) Pertimbangan dan Keyakinan Membayar Zakat

Muzakki harus memutuskan dengan penuh pertimbangan dan kehati-hatian sebelum membayar zakat melalui digital agar terhindar dari kejadian yang dapat membahayakan.

3) Kepuasan Membayar Zakat terhadap Layanan

Layanan digital yang digunakan untuk membayar zakat dapat memberikan kepuasan kepada *muzakki* tanpa adanya keterbatasan

waktu untuk membayar dan tidak adanya batasan jumlah yang dibayarkan.

4) Rasa Aman dan Merekomendasi Transaksi

Layanan digital yang berjalan sesuai prosedur yang telah ditentukan dan sistem penjagaan ketat dari kebocoran data dapat memberikan kepercayaan kepada *muzakki* untuk melakukan pembayaran tanpa harus merasa curiga. Di samping itu, layanan digital yang memberikan rasa kenyamanan dapat mempengaruhi *muzakki* untuk terus melakukan pembayaran dan merekomendasikannya (Sari, 2019).

5. Zakat

a. Definisi Zakat

Menurut Qardhawi dalam Khairunnisa et al., (2020), zakat merupakan salah satu rukun Islam yang memiliki komponen keadilan sosial. Zakat merupakan sebuah frasa yang merujuk pada sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah SWT untuk dikeluarkan dari harta orang-orang tertentu (*aghniyā'*) dan diberikan kepada orang-orang yang berhak menerimanya dengan syarat-syarat tertentu. Zakat secara etimologi berarti suci, baik, bertambah, bersih, dan berkembang. Zakat pada dasarnya adalah pengelolaan uang yang berasal dari kekayaan *muzakki* yang wajib dikeluarkan sesuai ketentuan untuk didistribusikan kepada *mustahiq* dengan tujuan meningkatkan kehidupan sosial masyarakat (Khairunnisa et al., 2020).

Definisi zakat menurut empat Imam Mazhab sebagai berikut:

- 1) Imam Malik. Zakat dikeluarkan sebagian tertentu dari harta yang telah mencukupi *nishab* kepada *mustahiq*, selain sawah dan barang tambang.
- 2) Imam Hambali. Zakat yang dikeluarkan dari harta tertentu memiliki hak yang wajib diberikan kepada golongan yang berhak menerimanya pada waktu yang telah ditentukan.
- 3) Imam Syafi'i. Zakat didefinisikan sebagai nama untuk sesuatu dari harta dan badan yang dikeluarkan dengan cara khusus.
- 4) Imam Hanafi. Zakat yang dimiliki oleh seseorang pada harta tertentu diberikan kepada *mustahiq* mengharapkan keridhaan Allah SWT (Sarwat, 2019:4-6).

b. Dasar Hukum Zakat

Landasan hukum mengenai kewajiban zakat terdapat dalam Al' Quran dan Hadits sebagai berikut:

1) Al' Quran

a) QS. At-Taubah/9: 103

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ

وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Terjemahnya:

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”. (QS. At-Taubah/9: 103)

Berdasarkan ayat di atas menjelaskan bahwa zakat sebagai distribusi ekonomi, karena pada dasarnya semua harta milik Allah SWT dipercayakan kepada manusia dan membersihkan diri dari sifat-sifat tercela.

b) QS. At-Taubah/9: 35

يَوْمَ يُحْمَىٰ عَلَيْهَا فِي نَارِ جَهَنَّمَ فَتُكْوَىٰ بِهَا جِبَاهُهُمْ وَجُنُوبُهُمْ وَظُهُورُهُمْ هَٰذَا
مَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ مَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ مَا كُنْتُمْ تَكْتُمُونَ

Terjemahnya:

"Pada hari dipanaskan emas perak itu dalam neraka jahannam, lalu dibakar dengannya dahi mereka, lambung dan punggung mereka (lalu dikatakan) kepada mereka: "Inilah harta bendamu yang kamu simpan untuk dirimu sendiri, maka rasakanlah sekarang (akibat dari) apa yang kamu simpan itu". (QS. At-Taubah/9:35)

Berdasarkan ayat di atas menjelaskan bahwa seseorang yang memiliki harta, tetapi tidak mengeluarkan di jalan Allah termasuk golongan yang kelak dimasukkan ke dalam neraka dan harta tersebut akan menjadi alat penyiksanya.

2) Hadits

a) HR. Bukhari No. 8

بَنِي الْإِسْلَامِ عَلَى خَمْسٍ: شَهَادَةُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ، وَأَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ،
وَإِقَامُ الصَّلَاةِ، وَإِيتَاءُ الزَّكَاةِ، وَحَجُّ الْبَيْتِ، وَصَوْمُ رَمَضَانَ مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ

(رَوَاهُ بَخَارِي رَقْمَ ٨)

Artinya:

Islam itu dibangun atas lima perkara: bersaksi bahwa tiada Tuhan selain Allah dan bahwa Muhammad adalah Utusan Allah, mendirikan sholat, menunaikan zakat, berhaji ke Baitullah, dan berpuasa di bulan Ramadan." (HR Bukhari No. 8)

Hadits di atas menjelaskan bahwa Allah SWT menyeru kepada kaum muslim untuk melakukan dan mematuhi lima pilar Islam. Dalam hal ini, setiap muslim memiliki kewajiban untuk menunaikan zakat.

b) HR. Muslim

رَسُولِ اللَّهِ قَالَ: وَلَا صَاحِبِ كَنْزٍ لَا يَفْعَلُ فِيهِ حَقَّهُ إِلَّا جَاءَ كَنْزُهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ شُجَاعًا
أَفْرَعٌ يَتَّبِعُهُ فَاتِحًا فَاهُ فَإِذَا أَتَاهُ فَرَّ مِنْهُ فَيُنَادِيهِ خُذْ كَنْزَكَ الَّذِي حَبَأْتَهُ فَأَنَا عَنْهُ غَنِيٌّ
رَأَى أَنْ لَا بُدَّ مِنْهُ سَلَّكَ يَدَهُ فِي فِيهِ فَيَقْضِمُهَا فَيَضْمُ الْفَخْلِ (رَوَاهُ مُسْلِمٌ رَقْمَ ٩٨٨)

Artinya:

Dari Rasulullah saw, ia bersabda: “Tidaklah pemilik harta simpanan yang tidak melakukan haknya padanya, kecuali harta simpanannya akan datang pada hari kiamat sebagai seekor ular jantan aqra’ yang akan mengikutinya dengan membuka mulutnya. Jika ular itu mendatanginya, pemilik harta simpanan itu lari darinya. Lalu ular itu memanggilnya, “Ambillah harta simpananmu yang telah engkau sembunyikan! Aku tidak membutuhkannya.” Maka ketika pemilik harta itu melihat, bahwa dia tidak dapat menghindar darinya, dia memasukkan tangannya ke dalam mulut ular tersebut. Maka ular itu memakannya sebagaimana binatang jantan memakan makanannya”. [HR Muslim no. 988]

Hadits di atas menjelaskan bahwa zakat adalah kewajiban agama yang menjadi salah satu dari lima pilar Islam. Zakat dianggap sebagai *dharuriyat* (hal yang pasti) dalam Islam. Oleh karena itu, setiap muslim memiliki kewajiban membayar zakat.

c. Syarat-Syarat *Muzakki*

Menurut BAZNAS (2018:44), zakat memiliki syarat-syarat tertentu sebagai berikut:

- 1) Islam dan merdeka. Seorang muslim wajib beragama Islam dan orang yang baru memeluk Islam.

- 2) Harta milik sendiri dan halal. Harta yang dimiliki tidak ada kaitannya dengan orang lain dan harta yang diperoleh dengan cara halal.
- 3) Harta berkembang. Harta yang dimiliki seorang muslim merupakan harta yang menghasilkan keuntungan.
- 4) Harta telah mencapai *nishab* dan *haul*. Setiap harta memiliki ketentuan *nishabnya*, kecuali zakat pertanian dikeluarkan setiap tahun.
- 5) Harta kelebihan. Seorang muslim yang berkecapan atau kelebihan harta dikenakan wajib zakat (Khatimah & Nuradi, 2020).

d. Jenis-Jenis Zakat

Menurut BAZNAS (2018:95), zakat secara umum terbagi menjadi dua sebagai berikut:

1) Zakat Fitrah

Zakat fitrah merupakan zakat yang diberikan oleh seorang muslim dari sebagian hartanya kepada golongan yang membutuhkan dengan tujuan membersihkan jiwanya dan menebus kesalahannya selama berpuasa. Zakat ini dibayarkan sebelum salat Idul Fitri dan dibayarkan selama bulan Ramadan. Setiap individu wajib membayar 2,5 kg atau 3,5 liter makanan pokok atau uang tunai setara dengan 2,5 kg atau 3,5 liter makanan pokok.

2) Zakat Maal (Zakat harta)

a. Zakat Profesi

Harta yang berasal dari penghasilan tetap dari pekerjaan yang diperoleh secara syariah wajib dikeluarkan zakatnya. *Nishab* yang digunakan dengan nominal Rp 5.240.000 per bulan. Zakat ini dihitung dengan mengalikan total pendapatan dengan 2,5 persen.

b. Zakat Perak dan Emas

Nishab pada emas sebesar 85 gram dan perak sebesar 595 gram serta *haulnya* telah mencapai satu tahun. Zakat ini dihitung dengan mengalikan total pendapatan dengan 2,5 persen yang dihasilkan.

c. Zakat Perdagangan

Aset perdagangan merupakan aset lancar yang memperoleh keuntungan dan wajib dikeluarkan zakatnya oleh perusahaan yang telah selesai digunakan selama satu tahun dikurangi dengan pinjaman jangka pendek satu tahun. Pembayaran zakat diwajibkan jika selisih antara aset lancar dan kewajiban setara dengan *nishab* 85 gram emas, yaitu $2,5 \text{ persen} \times (\text{aset lancar} - \text{utang jangka pendek})$.

d. Zakat Perusahaan

Zakat perusahaan memiliki persamaan dengan zakat perdagangan yang *nishabnya* setara dengan 85 gram emas. Aset perusahaan berupa komoditas, mata uang, dan piutang serta aset dalam bentuk infrastruktur yang dikurangi biaya-biaya yang menekan, termasuk pinjaman yang jatuh tempo dapat dikenakan zakat. Rumus untuk menghitung zakat perusahaan adalah $2,5 \text{ persen} \times (\text{aset lancar} - \text{utang jangka pendek})$.

e. Zakat Saham

Para ulama menetapkan zakat saham pada Mukhtamar Internasional pada tanggal 29 Rajab 1404 H di Kuwait. Dalam konteks ini, zakat dikeluarkan sebesar 2,5 persen dari pendapatan jika keuntungan dari saham selama satu tahun memperoleh *nishab* 85

gram emas. Perhitungan dalam zakat ini sebesar 2,5 persen dikalikan dengan jumlah saham yang dimiliki selama setahun merupakan rumus untuk menghitung zakat saham.

f. Zakat Hewan Ternak

Pembayaran zakat wajib bagi hewan ternak yang dipelihara apabila telah mencapai *nishab* dan hasil tangkapan tidak dalam keadaan tua atau pincang, serta tidak dalam kondisi bunting. Hewan yang dizakati seperti domba, kambing, sapi, dan unta. *Nishab* unta sebanyak lima ekor dan seekor kambing perlu dikeluarkan jika *haul* dan *nishabnya* tercapai. Dua ekor kambing wajib dizakati jika mempunyai sepuluh ekor unta dan lima ekor unta yang ditanamkan memiliki tambahan satu ekor kambing lagi yang wajib dikeluarkan zakatnya. Kemudian, sapi yang berumur satu tahun harus dikeluarkan jika jumlah sapi *nishabnya* sebanyak tiga puluh ekor. Membayar zakat dengan anak sapi berumur dua tahun jika memiliki empat puluh ekor sapi. Selanjutnya, zakatnya wajib dikeluarkan sebanyak satu ekor kambing jika *nishabnya* mencapai 40 ekor kambing (termasuk domba). Selain itu, mengeluarkan sebanyak dua ekor kambing jika *nishabnya* mencapai 121 ekor kambing. Setelah itu, sebanyak tiga ekor kambing wajib dizakati jika jumlah kambingnya 201 ekor dan bertambah satu ekor kambing untuk setiap penambahan 100 ekor kambing.

g. Zakat Pertanian

Zakat dibayarkan dalam bentuk hasil pertanian yang dapat dimakan, kering, terukur, dan tahan lama seperti buah-buahan dan biji-bijian yang dapat diawetkan seperti padi, jagung, gandum, dan

tanaman pangan. Zakat yang berkaitan dengan pertanian ada dua macam. Jika bercocok tanam menggunakan air hujan untuk mengairi tanaman, maka sebesar 10 persen zakat yang harus dikeluarkan. Kedua, sebanyak 5 persen zakatnya dibayarkan jika tanaman menggunakan peralatan mesin dengan bantuan penyiraman manusia. Apabila hasil pertanian memenuhi *haul* dan *nishabnya* sebesar 652,8 kg, wajib dikeluarkan zakatnya. Ketika musim panen tiba dan hasil yang diperoleh telah bersih, maka zakat pertanian dikeluarkan setelah memperhitungkan biaya pengelolaan penanaman dan panen.

h. Zakat *Rikaz*

Zakat rikaz merupakan zakat yang didapatkan atas harta yang ditemukan di dasar laut. seperti emas, perak, dan kekayaan lainnya yang tersembunyi sejak zaman dahulu. Penemu harta tersebut wajib mengeluarkan zakat yang setara dengan 20 persen dan harta tersebut tidak harus menunggu setahun atas kepemilikannya.

i. Zakat Pertambangan

Zakat atas hasil produksi perusahaan pertambangan apabila mencapai *nishab* dan *haul* dikenal dengan zakat pertambangan yang diperoleh dari timah, minyak bumi, besi, emas, dan lainnya. Jumlah yang harus dibayarkan sebanyak 2,5 persen setelah dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan dalam mengeksplor dan mendapatkan hasilnya zakatnya apabila telah menghasikan 85 gram .

j. Zakat Warisan

Muzakki tidak perlu menunggu setahun terhadap hartanya untuk membayar zakat. Dalam hal ini, *muzakki* harus membayar zakat

sebanyak 2,5 persen jika mendapatkan uang kejutan, pesangon, hadiah, warisan, atau sejenisnya sesuai dengan ketentuan.

e. *Mustahiq*

Golongan penerima zakat terdiri atas delapan. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. At-Taubah/9: 60 adalah sebagai berikut:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمَلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَةَ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ
وَالْغُرْمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

Terjemahnya:

“Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana”. (QS. At-Tawbah/9: 60)

★ Berdasarkan ayat di atas menjelaskan mengenai golongan-golongan yang berhak menerima zakat. Adapun golongannya menurut BAZNAS (2018:267) sebagai berikut:

- 1) *Fakir*. Seseorang yang tidak memiliki harta untuk memenuhi kebutuhan seharinya, tidak memiliki pekerjaan, dan tidak ada orang lain yang menjamin hidupnya.
- 2) *Miskin*. Seseorang yang memiliki pekerjaan tetap, tetapi tidak dapat memenuhi kebutuhan seharinya baik kebutuhan primer maupun sekunder.
- 3) *Amil*. Pihak yang memiliki wewenang untuk melakukan tugasnya dalam mengumpulkan dan mendistribusikan dana zakat yang telah diperoleh.

- 4) *Mualaf*. Seseorang yang baru memeluk Islam dengan harapan keyakinannya terus bertambah dan memperjuangkan Islam.
- 5) *Riqab*. Seseorang yang dalam kehidupannya dikendalikan tuannya. Oleh karena itu, zakat digunakan untuk membebaskan budak.
- 6) *Gharimin*. Seseorang yang memiliki kelebihan hutang dan tidak mampu membayarnya karena kebutuhan bukan kemaksiatan.
- 7) *Fisabillah*. Orang yang berjihad di jalan Allah, memperjuangkan, dan memelihara agama, seperti peperangan dan kemaslahatan bersama.
- 8) *Ibnu Sabil*. Seseorang yang sedang dalam perjalanan, tetapi memiliki kendala persediaan dalam menempuh perjalanannya. Kemudian, zakat dapat diberikan kepada kaum lemah dalam bidang ekonomi.

f. Manfaat Zakat

Menurut BAZNAS (2018:69), zakat memiliki banyak manfaat yang berkaitan dengan hubungan manusia dengan tuhan dan sesama manusia. Adapun manfaatnya sebagai berikut:

- 1) Membersihkan diri dari segala dosa, membersihkan jiwa, dan menumbuhkan nilai-nilai kebajikan.
- 2) Membantu, menyantuni, dan memberdayakan kaum dhuafa.
- 3) Menyembuhkan penyakit iri dan dengki.
- 4) Menegakkan struktur sosial yang Islami yang dibangun di atas dasar-dasar Islam sehingga membentuk sistem masyarakat Islam.
- 5) Menciptakan kesejahteraan masyarakat sebagai hubungan yang ditandai dengan kerukunan, kedamaian, dan kerukunan antar individu dalam rangka membina ketentraman lahir batin (Sisdianto et al., 2021).

6. Zakat Berbasis Digital

Zakat berbasis digital diperkenalkan pada tahun 2016 dengan meluncurkan SIMBA atau platform laporan keuangan BAZNAS (Annisa Zetira, 2021). Sejak saat itu, pembayaran zakat secara bertahap telah beralih dari metode langsung ke pembayaran digital. Zakat dapat dibayarkan melalui internet banking, uang elektronik, akun virtual, e-commerce, sosial media, dan fintech (Sisdianto et al., 2021). Zakat dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan donasi melalui layanan platform digital pada fintech dan platform e-commerce yang bekerja sama dengan BAZNAS. Dengan perkembangan ini, mendorong masyarakat menjadi terbiasa menggunakan digital untuk membayar zakat (Khairunnisa et al., 2020).

Zakat berbasis digital telah menjadi inovasi lembaga amil zakat di zaman modern untuk memaksimalkan pengelolaan zakat. Dengan adanya zakat berbasis digital, tugas lembaga amil zakat untuk mengelola dan mengumpulkan segala bentuk zakat yang diberikan *muzakki* dapat memaksimalkan potensi zakat dan memaksimalkan kinerjanya dengan tinjauan yang tepat (Mauludin & Herianingrum, 2022).

B. Penelitian Terdahulu

Menurut Hariningsih dalam Hadi & Afandi (2021), penelitian terdahulu digambarkan sebagai prosedur atau pendekatan yang dapat dirasakan oleh indera manusia sehingga memungkinkan orang lain untuk melihat dan memahaminya. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Fikri Izzuddin & Kholilul Rohman (2022)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah Non Tunai	X: Persepsi, dan Norma Subjektif Y: Persepsi Kegunaan, Sikap, dan Keputusan (digital)	Kuantitatif	Keputusan membayar ZIS non tunai dipengaruhi oleh pengetahuan, media sosial, umur, tingkat pendapatan, tempat tinggal, pengguna, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol dan perilaku.
2.	Munawar et al., (2022)	Analisa Pengaruh Transparansi, Kredibilitas, Pengetahuan, Religiusitas Terhadap Motivasi Membayar Zakat Dengan Teknologi Digital Variabel Moderating Di Laz Nurul Hayat Medan	X: : Transparansi, Kredibilitas, Pengetahuan, dan Religiusitas, Y: Teknologi Z: Motivasi	Kuantitatif	Variabel transparansi, kredibilitas, pengetahuan, religiusitas berpengaruh terhadap motivasi membayar zakat. Namun, teknologi memperlemah hubungan transparansi, kredibilitas, dan pengetahuan terhadap motivasi.
3	Astuti & Prijanto (2021)	Faktor yang Mempengaruhi Minat <i>Muzakki</i> dalam Membayar Zakat melalui Kitabisa.com: <i>Planner Behavior</i>	X: Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Y: Persepsi Kegunaan, Sikap, Minat	Kuantitatif	Persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan sikap mempengaruhi minat membayar zakat secara digital melalui kitabisa.com.

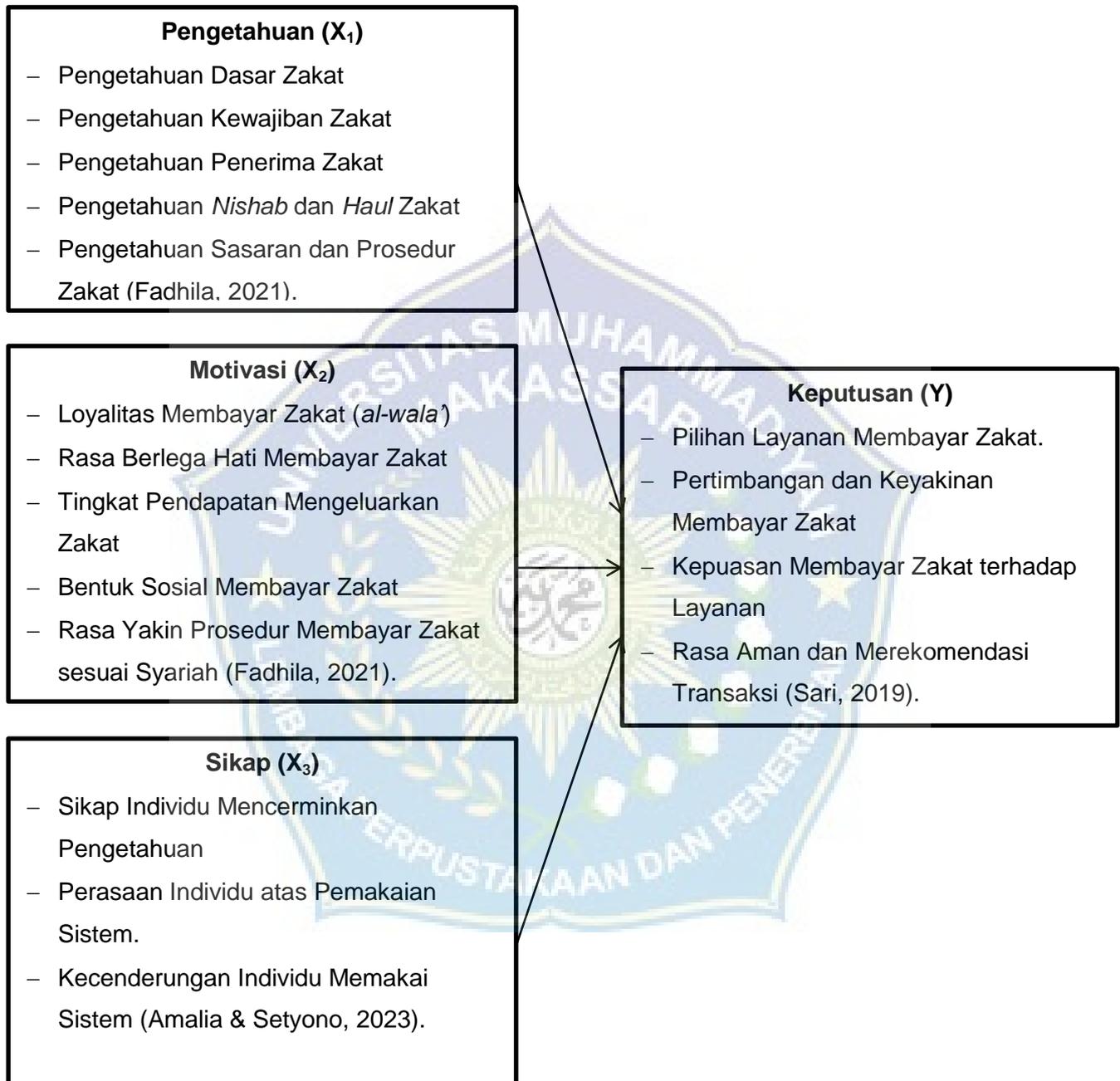
4	Ritonga et al., (2023)	Pengaruh Kepercayaan, Pengetahuan, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan <i>Muzakki</i> dalam menggunakan Digital Payment	X: Kepercayaan, Pengetahuan, dan Aksesibilitas Y: Keputusan <i>muzakki</i>	Kuantitatif	Kepercayaan, pengetahuan, dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>muzakki</i> menggunakan layanan digital payment.
5	Ninglasari (2021)	<i>Determinants Of Online Zakat Intention amongst Muslim Millenials: An Integration Of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior</i>	X: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Y: Minat Zakat	Kuantitatif	Variabel norma subjektif, sikap, dan persepsi kontrol mempengaruhi niat <i>muzakki</i> untuk membayar zakat melalui fintech. Persepsi kemudahan pengguna dan persepsi kegunaan tidak berpengaruh.
6	Putri (2021)	Pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap tingkat partisipasi masyarakat jember dalam pembayaran zakat secara <i>online</i>	X: Pengetahuan dan motivasi Y: Partisipasi masyarakat	Kuantitatif	Pengetahuan dan motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi zakat <i>online</i> pada masyarakat Kabupaten Bandung.
7	Priyojadmiko (2022)	Analisis pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dengan religiusitas dan niat terhadap keputusan <i>muzakki</i> dalam membayar zakat	X: sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dengan religiusitas dan niat Y: Keputusan <i>muzakki</i>	Kuantitatif	Pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku religiusitas dan niat memiliki pengaruh terhadap Keputusan <i>muzakki</i> dalam Membayar Zakat.

8.	Sukmawati et al., (2022)	Penerimaan dan Penggunaan <i>Muzakki</i> dalam Membayar Zakat Non-tunai di Jawa Barat: <i>Ekstensi Teori Technology of Acceptance</i>	X: Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Y: Sikap, Intensi, dan <i>actual use</i> Z: Motivasi Spiritual	Kuantitatif	Variabel sikap, motivasi, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan mempengaruhi minat <i>muzakki</i> dalam melakukan pembayaran ZIS.
9.	Febriyanti et al., (2024)	Faktor-faktor yang memengaruhi membayar zakat secara <i>online</i> keputusan <i>Muzakki</i>	X : pengetahuan zakat, pengetahuan digital, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan <i>compromise effect</i> Y: Keputusan membayar zakat	Kuantitatif	Keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital dipengaruhi oleh pengetahuan zakat, pengetahuan digital, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan <i>compromise effect</i> .
10	Fitriyah (2021)	Pengaruh Preferensi <i>Muzakki</i> terhadap Pembayaran Zakat secara <i>Online</i> (Studi pada <i>Muzakki</i> Kota Jakarta)	X: Pengetahuan teknologi, pengetahuan zakat, pendapatan, dan tabungan Y: pembayaran Zakat	Kuantitatif	Pembayaran zakat <i>online</i> dipengaruhi secara parsial dan signifikan oleh pengetahuan teknologi, pengetahuan zakat, pendapatan, dan tabungan.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan menguraikan teori yang terkait dengan variabel yang diteliti (Hikmawati, 2017:18) Penelitian ini bertujuan untuk

menguji pengaruh variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tinjauan pustaka dan berbagai penelitian relevan, maka peneliti dapat menyusun kerangka pemikiran seperti berikut:

Faktor pertama, pengetahuan menurut Notoatmodjo merupakan hasil tahu dan memiliki peran dalam menentukan tindakan seseorang mengenai suatu objek yang diperoleh melalui panca indra. Variabel pengetahuan zakat diukur dengan lima indikator menurut Fadhila (2021), yaitu pengetahuan dasar, pengetahuan kewajiban zakat, pengetahuan golongan penerima zakat, pengetahuan *nishab* dan *haul*, dan pengetahuan sasaran dan prosedur zakat.

Faktor kedua, motivasi merupakan dorongan untuk memenuhi kebutuhan dengan tingkatan yang tertinggi menjadi kekuatan penggerak, apabila kebutuhan tingkatan terendah telah terpenuhi yang akan mempengaruhi tindakan seseorang. Variabel motivasi membayar zakat diukur dengan lima indikator menurut Fadhila (2021), yaitu loyalitas membayar zakat (*al-wala'*), rasa berlega hati membayar zakat, tingkat pendapatan mengeluarkan zakat, bentuk sosial membayar zakat, dan rasa yakin prosedur membayar zakat sesuai syariah.

Faktor ketiga, sikap merupakan suatu tindakan yang ditunjukkan oleh konsumen terkait suka dan tidak suka terhadap objek. Variabel sikap membayar zakat diukur dengan tiga indikator menurut Amalia & Setyono (2023), yaitu sikap individu mencerminkan pengetahuan, perasaan individu atas pemakaian sistem, dan kecenderungan individu memakai sistem. Kemudian nantinya akan diperoleh keterkaitan antara variabel pengetahuan, motivasi, dan sikap dengan variabel keputusan.

Keputusan merupakan proses yang dilakukan oleh konsumen dalam memilih diantara berbagai pilihan sehingga dapat menentukan pengambilan keputusan. Variabel keputusan zakat diukur dengan empat indikator menurut Hananto (2021), yaitu pilihan layanan membayar zakat, pertimbangan dan keyakinan membayar zakat, kepuasan membayar zakat terhadap layanan, serta rasa aman dan merekomendasi transaksi.

D. Hipotesis

Menurut Polentiek dalam Anuraga et al., (2021), hipotesis merupakan jawaban bersifat sementara berupa kalimat pernyataan yang terletak pada rumusan masalah penelitian berdasarkan teori relevan (Anuraga et al., 2021). Berdasarkan pengidentifikasian fenomena dan seperti yang telah dijelaskan di atas, dugaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital.

H_1 : Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital.

H_0 : Motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital.

H_2 : Motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital.

H_0 : Sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital.

H_3 : Sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menemukan hubungan antara variabel. Dalam hal ini, untuk menguji hipotesis maka peneliti akan memproses dan menganalisis data sehingga diharapkan pada penilaian hipotesis akan menunjukkan pengaruh atau tidak berpengaruh (Sugiyono, 2019:34). Selain itu, metode survei juga digunakan pada penelitian ini. Menurut Singarimbun et all., dalam Adiyanta (2019) metode survei merupakan penelitian berbasis data yang dilakukan pada populasi kecil dan besar untuk menentukan peristiwa dan hubungannya dengan karakteristik sosiologis dan psikologis (Adiyanta, 2019).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar sebagai simbol *tren* transaksi pembayaran digital yang meningkat di wilayah ini.

2. Waktu Penelitian

Periode pelaksanaan penelitian ini dari 13 Maret hingga 13 Mei 2024 dengan jangka waktu dua bulan.

C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder yang diperoleh dari subjek penelitian.

1. Data Primer

Menurut Hikmawati (2017:18), data primer merupakan informasi yang didapatkan langsung dari sumber terpercaya menggunakan

menggunakan kuesioner. Kuesioner pada penelitian ini diberikan kepada masyarakat muslim di Kota Makassar yang telah membayar zakat berbasis digital.

2. Data Sekunder

Menurut Hikmawati (2017:19), data sekunder merupakan data yang masih relevan dengan penelitian saat ini seperti buku, tesis, jurnal, makalah, tabel, brosur, foto, video, dan perpustakaan. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari undang-undang, Al' Quran, jurnal terdahulu, dan situs web BAZNAS, dan situs *online*.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Arifin dalam Kusumastuti et al., (2020:32) merupakan area luas yang terdiri dari individu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis. Populasi penelitian ini dari penduduk muslim Kota Makassar yang telah membayar zakat berbasis digital.

2. Sampel

Menurut Sukardi dalam Kusumastuti et al., (2020:33), sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan demikian, masyarakat muslim yang tinggal di Kota Makassar merupakan sampel. Berkaitan dengan itu, peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* sebagai penentu ukuran sampel karena jumlah populasi tidak diketahui. Kriteria penelitian ini yaitu responden beragama Islam di kota Makassar dan pernah membayar zakat melalui digital.

3. Teknik Sampling

Populasi menjadi faktor penting dalam menentukan sampel pada penelitian. Penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, karena jumlah populasi masyarakat muslim di Kota Makassar tidak diketahui. Menurut Riyanto & Hatmawan (2020:13-14) rumus *Lemeshow* dapat digunakan dalam penelitian untuk menghitung ukuran sampel, ketika jumlah populasi tidak diketahui dengan tingkat kesalahan 10%. Adapun rumusnya seperti berikut:

$$n = z^2 \cdot P(1-P) / d^2$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = derajat kepercayaan (nilai $\alpha = 5\% = 1,96$)

P = maksimal estimasi (0,5)

D = alpha (sampling error 10% = 0,10)

$$n = z^2 \cdot P(1-P) / d^2$$

$$n = 1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5) / 0,1^2$$

$$n = 96 \text{ responden}$$

Penelitian ini dilakukan kepada 125 responden masyarakat muslim Kota Makassar yang pernah membayar zakat berbasis digital.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data serangkaian pernyataan tertulis atau pertanyaan kepada responden yang dikirim melalui surat ataupun internet (Sugiyono, 2019:219). Kuesioner yang telah diisi akan dievaluasi menggunakan skala

likert dengan mengklasifikasikan variabel sebagai indikator. indikator digunakan sebagai patokan, ketika membangun item pernyataan harus sesuai dengan instrumen yang berkaitan dengan peristiwa atau masalah yang sedang diteliti.

Adapun skor ditentukan menurut Sugiyono, (2019:153) sebagai berikut:

Tabel 3.1

Skor Responden

Keterangan	Skor
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat setuju (SS)	5

Sumber data: Sugiyono, 2019:153

Peneliti memberikan skor untuk mempermudah proses penilaian tanggapan kuesioner dan memudahkan responden terkait berbagai item pernyataan agar memperlihatkan bagaimana tanggapan terhadap pengetahuan, motivasi dan sikap mempengaruhi keputusan membayar zakat berbasis digital.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut Kountur dalam Dekanawati et al., (2023) merupakan tindakan untuk memeriksa, menghasilkan data dan kesimpulan yang dikembangkan juga yang mencakup indikator-indikator

atau deskripsi gejala tertentu pada masing-masing variabel. Adapun definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Pengetahuan (X ₁)	Pengetahuan merupakan hasil yang telah diketahui, dipahami, dan dimengerti serta dapat menentukan tindakan seseorang mengenai suatu objek melalui panca indra, yaitu telinga, hidung, mata dan sebagainya (Oktaviani & Hadian, 2021).	<ul style="list-style-type: none"> – Pengetahuan Dasar Zakat. Pengetahuan umum tentang aset zakat yang wajib dikeluarkan. – Pengetahuan Kewajiban Zakat. Pengetahuan terkait kewajiban membayar zakat oleh setiap muslim. – Pengetahuan Golongan Penerima Zakat. Pengetahuan mengenai delapan golongan yang menerima zakat. – Pengetahuan <i>Nishab</i> dan <i>Haul</i> Zakat. Pengetahuan terkait <i>nishab</i> dan <i>haul</i> untuk membayar zakat sesuai ketentuan. – Pengetahuan Sasaran dan Prosedur Zakat. Pengetahuan mengenai sasaran yang telah ditentukan (Fadhila, 2021). 	Likert
Motivasi (X ₂)	Motivasi merupakan dorongan untuk memenuhi kebutuhan dengan tingkatan yang tertinggi menjadi kekuatan penggerak, apabila kebutuhan tingkatan terendah telah terpenuhi yang akan memengaruhi tindakan seseorang.	<ul style="list-style-type: none"> – Loyalitas Membayar Zakat (<i>al-wala'</i>). Loyalitas sebagai sikap positif individu melakukan pembelian maupun menyarakannya. – Rasa Berlega Hati Membayar Zakat. Unngkapan syukur kepada Allah SWT. – Tingkat Pendapatan Mengeluarkan Zakat. Pendapatan semakin meningkat, maka akan 	Likert

		<p>meningkatkan motivasi seseorang.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bentuk Sosial Membayar Zakat. Motif sosial agar terhindar dari marabahaya. - Rasa Yakin Prosedur Membayar Zakat sesuai Syariah. Adanya keyakinan dan juga prosedur yang dijalankan sesuai syariah (Fadhila, 2021). 	
Sikap (X_3)	<p>Sikap merupakan suatu tindakan yang ditunjukkan oleh konsumen terkait suka dan tidak suka terhadap objek (Mashur Razak, 2016:108).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sikap Individu Mencerminkan Pengetahuan. Pengetahuan dan pengalaman individu secara langsung. - Perasaan Individu atas Pemakaian Sistem. Perasaan yang dapat mengubah sikap seseorang terhadap objek. - Kecenderungan Individu Memakai Sistem. Kecenderungan seseorang dalam menyikapi objek (Amalia & Setyono, 2023). 	Likert
Keputusan (Y)	<p>Keputusan merupakan proses yang dilakukan oleh konsumen dalam mengenal produk atau merek dan memilih diantara berbagai pilihan sebagai solusi dalam menangani masalah sehingga dapat menentukan pengambilan keputusan (Hananto, 2021)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Pilihan Layanan Membayar Zakat. <i>Muzakki</i> dapat memilih untuk membayar zakat dengan berbagai platform - Pertimbangan dan Keyakinan Membayar Zakat. <i>Muzakki</i> harus memutuskan dengan penuh pertimbangan. - Kepuasan Membayar Zakat terhadap Layanan. Layanan digital untuk membayar zakat. - Rasa Aman dan Merekomendasi Transaksi. Platform digital yang berjalan sesuai prosedur dan merekomendasikannya (Sari, 2019). 	Likert

G. Metode Analisis Data

Menurut Hikmawati (2017:19), analisis data merupakan data yang memberikan jawaban dan penjelasan atas permasalahan penelitian dengan mencari solusi dari rumusan masalah dan mengatasi hipotesis yang diajukan. Penelitian ini menggunakan data statistik dan SPSS 25. Selanjutnya, kuesioner dikirim kepada orang yang menjadi sampel.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:300), instrumen penelitian dianggap valid jika dapat mengukur secara akurat hal yang ingin dipelajari untuk mengetahui variabel yang digunakan sesuai sebagai alat pengukuran atau tidak melalui uji validitas. Instrumen pernyataan dikatakan valid apabila r hitung yang berasal dari nilai output memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan r -tabel dengan tingkat signifikansi 5 persen. Sebaliknya, dinyatakan tidak valid apabila r -hitung memiliki nilai yang lebih kecil dibandingkan dengan r -tabel.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam Dekanawati et al., (2023), uji reliabilitas merupakan sebuah proses untuk menilai dan menentukan instrumen yang digunakan menghasilkan prediksi dalam suatu keadaan dapat dipercaya atau tidak juga sebagai alat ukur untuk menilai ketetapan instrumen tetap akurat bahkan setelah beberapa modifikasi. Reliabilitas didefinisikan sebagai data, apabila tidak valid maka akan berdampak pada hasil ujinya dan dapat diukur jika telah teruji validitas datanya. Kemudian data dianggap konsisten atau dapat dipercaya jika nilai Alfa Cronbach lebih tinggi dari nilai r tabel dengan signifikansi 0,60.

3. Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali dalam (Masiaga et al., 2022), uji asumsi klasik merupakan pengujian model penelitian menggunakan regresi. Pengujian dapat dilakukan jika data tidak menunjukkan normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Adapun asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menentukan data yang digunakan dalam penelitian variabel dependen atau variabel independen yang didistribusikan secara normal, mendekati normal atau tidak. Menurut Siregar dalam Satria & Permatasari (2021), analisis grafik dan analisis statistik menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S) dapat mengungkapkan data yang distribusi normal. Tes Kolmogorov-Smirnov One Sample digunakan dalam penelitian ini dengan tingkat signifikansi 5 persen. Ketika signifikansinya lebih dari 0,05 maka dinyatakan normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menentukan data penelitian yang berasal dari variabel dependen dan independen yang didistribusikan secara normal atau tidak normal. Menurut Husein Umar dalam Sari (2019), analisis grafik dan analisis statistik menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S) digunakan untuk mengamati data yang terdistribusi dengan normal. Uji Kolmogorov-Smirnov One Sample dengan tingkat signifikansi 5 persen digunakan. Jika signifikansinya lebih dari 0,05 maka distribusi data dapat dianggap normal, seperti estimasi nilai R² model regresi empiris sangat tinggi sehingga variabel

independen tidak memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependen, meneliti matriks korelasi variabel bebas ketika terdapat korelasi yang cukup kuat (lebih dari 0,90) antara variabel independen dan terakhir memeriksa nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor*, atau VIF. Kolinearitas yang kuat ditunjukkan oleh nilai toleransi yang rendah dikombinasikan dengan nilai VIF yang tinggi. Ketika nilai toleransi kurang dari 0,1 dan nilai VIF lebih dari 10, maka multikolinearitas terjadi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali dalam Setiawati (2021), tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk memastikan terjadi ketidaksamaan atau tidak dalam model regresi dari pengamat yang berbeda satu sama lain. Selanjutnya, grafik plot antara nilai prediksi variabel terkait, yakni ZPRED dengan residual SRESID dapat digunakan untuk menentukan ada heteroskedastisitas atau tidak dalam model regresi. Grafik scatter plot antara SRESID dan ZPRED pada sumbu y mewakili nilai prediksi dan sumbu x mewakili residual standar (prediksi $y - y$) digunakan untuk mengidentifikasi ada atau tidak adanya pola tertentu dalam heteroskedastisitas.

H. Uji Hipotesis

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hipotesis, karena penelitian ini hanya mencakup satu variabel dependen dengan berbagai variabel independen. Aplikasi Statistical Package For Social Science (SPSS) digunakan dalam menganalisis penelitian ini. Adapun pengujian hipotesis yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Berganda

Menurut Yudaruddin dalam Anggara et al., (2023), Jika dua atau lebih variabel independen digunakan sebagai elemen prediktif untuk modifikasi nilai, analisis regresi linier berganda dapat dipahami sebagai metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperkirakan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen akan terjadi yang digunakan untuk melihat pengaruh signifikan atau tidak pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Adapun persamaan regresi berganda menurut Asohi & Andri dalam Anggara et al (2023) sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan berzakat
X ₁	= Pengetahuan
X ₂	= Motivasi
X ₃	= Sikap
α	= Konstanta
β	= Koefisien regresi
e	= Standar error

2. Uji Koefisien Determinasi (R₂)

Menurut Gujarati dalam Ekasari (2018), Angka yang menunjukkan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen disebut koefisien determinasi. Koefisien determinasi dilakukan untuk mencari tahu seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersamaan dapat memberikan informasi dan penjelasan terhadap

variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Hal ini menampilkan bahwa semakin dekat koefisien nilai determinasi dengan angka 1, maka semakin baik karena hubungan yang dekat antara variabel independen dan dependen.

3. Uji Statistik T (Uji-t)

Koefisien parsial disebut sebagai uji t dengan asumsi hubungan antara dua atau lebih variabel dapat dilihat sebagai pernyataan yang kuat. Menurut Santoso Slamet dalam Lestari et al., (2020), untuk melakukan penelitian terkait ketidaksamaan antara variabel independen dan dependen, maka rumus hipotesis diperlukan dengan tujuan mengetahui variabel independen berpengaruh secara signifikan pada variabel dependen. Selain itu, H_0 diterima dan H_a ditolak, jika T-hitung lebih kecil dari T tabel dengan signifikansi lebih besar dari 0,05. Selanjutnya, H_0 ditolak dan H_a diterima, jika T hitung lebih besar dari T tabel dengan signifikan kurang dari 0,05.

4. Uji Statistik F (Uji-f)

Menurut Santoso Slamet dalam penelitian Lestari et al., (2020), uji f digunakan untuk mendapatkan informasi terkait dua variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 5 %. Menurut Santoso Slamet dalam penelitian Lestari et al., (2020) $H_0 : b_1 = b_2 \neq 0$, menunjukkan bahwa variabel independen dan variabel dependen tidak memiliki pengaruh signifikan pada saat yang bersamaan secara simultan. $H_a : b_1 = b_2 \neq 0$, menunjukkan bahwa variabel independen dan variabel dependen memiliki pengaruh signifikan pada saat yang bersamaan secara simultan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kota Makassar

Kota Makassar merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang terletak di bagian selatan Pulau Sulawesi dan menjadi ibu kota Sulawesi Selatan yang berbatasan dengan Kabupaten Maros di bagian utara, Kabupaten Gowa di bagian timur, dan Selat Makassar di bagian barat. Luas wilayah Kota Makassar tercatat sebesar 175,77 kilometer persegi. Ibu Kota Makassar memiliki peranan sebagai penghubung perdagangan dan jasa, hubungan industri, hubungan pemerintahan, hubungan komoditas darat, laut dan udara, angkutan penumpang, dan hubungan pelayanan kesehatan. Kota Makassar dari segi administrasi terbagi menjadi 15 kecamatan, antara lain Kecamatan Wajo, Kecamatan Tamalanrea, Kecamatan Mamajang, Kecamatan Biringkanaya, Kecamatan Kepulauan Sangkarrang, Kecamatan Mariso, kecamatan Panakukang, Kecamatan Manggala, Kecamatan Tamalate, Kecamatan Ujung Tanah, Kecamatan Bontoala, Kecamatan Rappocini, Kecamatan Tallo, Kecamatan Ujung Pandang, dan Kecamatan Makassar yang memiliki total jumlah penduduk sebanyak 1,5 orang dengan penduduk mayoritas muslim (Nur et al., 2023).

Hal ini menunjukkan besarnya potensi dana zakat di Kota Makassar. Mayoritas penduduknya yang beragama Islam, maka Kota Makassar berpotensi menghimpunan dana zakat dalam jumlah besar (Zulkarnain et al., 2020). Berikut sajian data kedua lembaga pengelola zakat antara BAZNAS Kota Makassar dengan Lazismu Kota Makassar.

Tabel 4.1

Total Perolehan Dana Zakat BAZNAS Kota Makassar 2019-2023

Tahun	Penerimaan Zakat		Jumlah (RP)	Persentase (%)	
	Tunai (RP)	Digital (RP)		Tunai	Digital
2019	1.337.988.092	595.756.092	1.933.744.184	69,19%	30,81%
2020	741.231.179	1.591.721.992	2.332.953.171	31,77%	68,23%
2021	1.107.210.500	1.779.914.142	2.887.124.642	38,35%	61,65%
2022	2.496.950.192	3.448.345.257	5.945.295.449	42,00%	58,00%
2023	1.532.054.516	4.135.218.591	5.667.273.107	27,03%	72,97%

Sumber : BAZNAS Kota Makassar, 2024

Tabel 4.2

Total Perolehan Dana Zakat Lazismu Kota Makassar 2019-2023

Tahun	Penerimaan Zakat		Jumlah (RP)	Persentase (%)	
	Tunai (RP)	Digital (RP)		Tunai	Digital
2019	410.438.442	23.375.704	433.814.146	94,61%	5,39%
2020	138.418.000	133.070.820	271.488.820	50,98%	49,02%
2021	74.567.900	129.316.794	203.884.694	36,57%	63,43%
2022	97.804.500	144.597.516	242.402.016	40,35%	59,65%
2023	102.071.500	143.264.003	245.335.503	41,60%	58,40%

Sumber : Lazismu Kota Makassar, 2024

Berdasarkan perolehan dana zakat dari kedua lembaga pengelola zakat di Kota Makassar diperoleh informasi terkait dana zakat melalui digital mengalami peningkatan setelah melewati masa pandemi (Tahun 2023). Dana zakat yang diperoleh BAZNAS Kota Makassar menampilkan grafik kenaikan sebesar 42,16% dari tahun 2019 yang hanya sekitar 30,81% menjadi 72,97% beralih ke pembayaran digital untuk membayar zakat.

Sedangkan dana zakat yang diperoleh dari Lazismu Kota Makassar menampilkan grafik kenaikan yang serupa sebesar 53,01% dari tahun 2019 hanya mencapai 5,39% di tahun 2019 menjadi 58,40% dengan jumlah *muzakki* yang menggunakan digital untuk membayar zakat.

B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

Peneliti menyebar kuesioner kepada *muzakki* yang berada di Kota Makassar sebagai responden. Peneliti menggunakan skala Likert 1 sampai 5 yang menunjukkan hasil dari 125 orang responden dengan menggunakan 4 variabel, yaitu keputusan sebagai variabel terikat dalam penelitian ini dan pengetahuan, motivasi serta sikap sebagai variabel bebas.

Tabel 4.3 Penggunaan Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat setuju (SS)	5

1. Karakteristik Responden

Beragamnya latar belakang responden itu sendiri menjadi salah satu cirinya. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar sehingga responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah *muzakki* di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan enam karakteristik, yaitu jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, platform pembayaran zakat, dan jenis zakat yang dibayarkan. Lihat tabel di bawah untuk informasi lebih lanjut.

1) Penyajian Data Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, informasi mengenai jenis kelamin responden yang dikumpulkan dan hasilnya ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	26	20,8	20,8	20,8
	Perempuan	99	79,2	79,2	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Setiap orang memiliki tanggapan yang berbeda-beda terhadap suatu informasi sebagai faktor utama dalam orientasi sikap yang dikaitkan dengan jenis kelamin, baik itu laki-laki dan perempuan memiliki kewajiban untuk membayar zakat jika telah memenuhi syarat dan ketentuan sehingga dapat memutuskan pilihan untuk membayar zakat (Wirosari & Fanani, 2017). Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 26 orang atau 20.8% dan responden perempuan sebanyak 99 orang atau 79.2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih besar dibandingkan responden laki-laki, karena wanita mengedepankan emosional dalam mengambil keputusan dan lebih memperhatikan informasi.

2) Penyajian Data Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, informasi mengenai usia responden yang dikumpulkan dan hasilnya ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <21	5	4,0	4,0	4,0
21-30	86	68,8	68,8	72,8
31-40	20	16,0	16,0	88,8
41-50	9	7,2	7,2	96,0
>50	5	4,0	4,0	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Setiap orang memiliki selera atau persepsi berbeda-beda yang ditentukan oleh usianya sehingga keputusan yang dihasilkan pun berbeda untuk memutuskan membayar zakat (Prasetyo & Manongga, 2019). Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa responden yang berusia <21 tahun sebanyak 5 orang atau 4%, usia 21-30 tahun berjumlah 86 orang atau 68,8% dan responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 20 orang atau 16%, usia 41-50 tahun berjumlah 9 orang atau 7,2% dan usia >50 tahun adalah berjumlah 5 orang dengan persentase 4%. Dari hasil pengelompokan terlihat kelompok terbesar responden adalah berusia 21-30 tahun yaitu sebanyak 86 orang, sedangkan kelompok terkecil berusia <21 dan >50 tahun yaitu memiliki masing-masing 5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi responden yang berusia 21-30 tahun lebih memutuskan untuk membayar zakat melalui digital. Dalam hal ini, tingkat usia seseorang belum tentu menjadi faktor penentu dalam mengambil keputusan karena seiring meningkatnya usia maka, tuntutan kebutuhan pun semakin meningkat sehingga mempengaruhi penurunan konsumsi zakat.

3) Penyajian Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan berfungsi sebagai tolak ukur untuk mengukur kapasitas intelektual seseorang. Tingkat intelektual meningkat seiring dengan tingkat pendidikan. Berikut Tabel 4.6 di bawah ini menampilkan komposisi pendidikan responden:

Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	46	36,8	36,8	36,8
	S-1	71	56,8	56,8	93,6
	S-2	8	6,4	6,4	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Pendidikan merupakan sarana individu untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi dan mengambil keputusan dalam proses pembelian dan mengonsumsi produk (Susilowati et al., 2018). Berdasarkan olah data yang diperoleh dari penyebaran angket pada tabel 4.6 memperlihatkan bahwa responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini pendidikan terakhirnya didominasi oleh S1 sebanyak 71 orang atau 56,8%, pendidikan S2 sebanyak 8 orang atau 6,4% dan pendidikan SMA/SMK sebanyak 46 orang atau 36,8%. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi pendidikan responden S1 lebih banyak memutuskan untuk melakukan pembayaran zakat berbasis digital. Dalam hal ini, tinggi atau rendahnya tingkat pendidikan tidak mempengaruhi keputusan seseorang dalam membayar zakat.

4) Penyajian Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, informasi mengenai pekerjaan responden yang dikumpulkan dan hasilnya ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	38	30,4	30,4	30,4
	Karyawan Swasta	44	35,2	35,2	65,6
	Wiraswasta	12	9,6	9,6	75,2
	Mahasiswa	24	19,2	19,2	94,4
	Ibu Rumah Tangga	7	5,6	5,6	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Pekerjaan merupakan kegiatan untuk memperoleh pendapatan yang menjadi tolak ukur daya beli seseorang sehingga pendapatan inilah yang dikeluarkan oleh *muzakki* untuk berzakat sesuai syarat dan ketentuan (Susilowati et al., 2018). Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa karyawan swasta sebagai mayoritas pekerjaan responden pada penelitian ini. Data yang diperoleh dari responden bekerja sebagai PNS sebanyak 38 orang atau 30,4%, karyawan swasta sebanyak 44 orang atau 35,2%, wiraswasta sebanyak 12 orang atau 9,6%, mahasiswa sebanyak 24 orang atau 19,2% dan ibu rumah tangga sebanyak 7 orang atau 5,6%. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi pekerjaan responden sebagai karyawan swasta lebih banyak memutuskan untuk melakukan pembayaran zakat berbasis digital. Dengan demikian, pekerjaan seseorang mempunyai

pengaruh besar terhadap keputusan membayar zakat atau tidak. Karena pekerjaan yang menghasilkan pendapatan tinggi tidak hanya mempengaruhi seberapa banyak zakat yang dibayarkan oleh *muzakki*, tetapi berpengaruh pada ketentuan *nishab* harta tersebut.

5) Penyajian Berdasarkan Platform Pembayaran Zakat

Berdasarkan hasil penelitian, informasi mengenai platform pembayaran zakat yang digunakan responden dan hasilnya ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8 Responden Berdasarkan Platform Pembayaran Zakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aplikasi Laz	4	3,2	3,2	3,2
	Mobile Banking	68	54,4	54,4	57,6
	Internet Banking	8	6,4	6,4	64,0
	QRIS	19	15,2	15,2	79,2
	Fintech	26	20,8	20,8	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Platform pembayaran zakat mempermudah *muzakki* untuk membayar zakat tanpa adanya keterbatasan tempat dan waktu yang tidak mengganggu kegiatan lainnya. Dengan adanya platform pembayaran zakat dapat menunjang baik dalam pembayaran digital sehingga rentang usia apapun dapat melakukan pembayaran zakat (Rukmana et al., 2023). Berdasarkan tabel 4.8 menampilkan bahwa platform mobile banking merupakan platform pembayaran zakat yang paling banyak digunakan. Data yang diperoleh dari responden menggunakan aplikasi LAZ sebanyak

4 orang atau 3,2%, mobile banking sebanyak 68 orang atau 54,4%, internet banking sebanyak 8 orang atau 6,4%, QRIS sebanyak 19 orang dengan persentase atau 15,2% dan Fintech sebanyak 26 orang atau 20.8%. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi pembayaran zakat responden lebih banyak menggunakan mobile banking.

6) Penyajian Berdasarkan Jenis Zakat yang Dibayarkan

Berdasarkan hasil penelitian, informasi mengenai jenis zakat yang dibayar responden dan hasilnya ditampilkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9 Responden Berdasarkan Jenis Zakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Zakat Fitrah	60	48,0	48,0	48,0
	Zakat Maal	48	38,4	38,4	86,4
	Zakat Profesi	7	5,6	5,6	92,0
	Zakat Emas dan Perak	7	5,6	5,6	97,6
	Zakat Perdagangan	2	1,6	1,6	99,2
	Zakat Saham/Obligasi/Surat Berharga	1	,8	,8	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Platform layanan digital merupakan sebuah situs yang memungkinkan *muzakki* untuk membayar zakat dengan lebih mudah dan cepat. *Muzakki* dapat memutuskan memilih berbagai jenis zakat yang dibayarkan sesuai dengan aturan ketentuan yang tersedia pada platform pembayaran zakat (Suherli et al., 2022) Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa mayoritas zakat fitrah paling banyak dibayarkan oleh responden. Data yang diperoleh dari responden membayar zakat Fitrah sebanyak 60 orang atau 48%, zakat maal sebanyak 48 orang atau 38,4%,

zakat profesi sebanyak 7 orang atau 5,6%, zakat emas dan perak sebanyak 7 orang atau 5,6%, zakat perdagangan sebanyak 2 orang atau 1,6%, dan zakat saham/obligasi/surat berharga sebanyak 1 orang atau 0,8%. Hal ini menunjukkan pada tabel 4.7 bahwa responden lebih banyak memutuskan untuk membayar zakat fitrah melalui digital. Dalam hal ini, sebagian besar masyarakat hanya paham kewajibannya membayar zakat fitrah. Sedangkan jenis zakat tidak hanya zakat fitrah, tetapi ada juga zakat maal yang harus dibayarkan ketika telah memenuhi syarat dan ketentuan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pengetahuan, motivasi, sikap, dan keputusan. Variabel tersebut dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan hasil uji statistik deskriptif dapat dilihat melalui tabel 4.10

Tabel 4.10 Statistik Deskriptif

		Pengetahuan	Motivasi	Sikap	Keputusan
N	Valid	125	125	125	125
	Missing	0	0	0	0
Mean		29,65	41,79	12,62	29,52
Median		30,00	42,00	13,00	29,00
Std. Deviation		2,869	5,155	1,768	3,366
Variance		8,230	26,569	3,126	11,332
Range		13	32	7	14
Minimum		22	18	8	21
Maximum		35	50	15	35

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.10, dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai minimum sebesar 22, nilai maksimum sebesar 35, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 29.65, median sebesar 30, variance sebesar 8,230, dan range sebesar 13 serta

standar deviasi sebesar 2.869. Variabel motivasi (X2) memiliki nilai minimum sebesar 18, nilai maksimum sebesar 50, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 41,79, median sebesar 42, variance sebesar 26,569, dan range sebesar 32 serta standar deviasi sebesar 5,155. Variabel sikap (X3) memiliki nilai minimum sebesar 8, nilai maksimum sebesar 15, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 12,62, median sebesar 13, variance sebesar 3,126, dan range sebesar 7 serta standar deviasi sebesar 1,768. Variabel keputusan (Y) memiliki nilai minimum sebesar 21, nilai maksimum sebesar 35, dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 29,52, median sebesar 29, variance sebesar 11,332, dan range sebesar 14 serta standar deviasi sebesar 3,336.

2. Deskripsi Variabel

a. Pengetahuan

Kuesioner dalam penelitian ini memiliki bentuk-bentuk pernyataan seperti berikut:

1) Pengetahuan Dasar Zakat

- a. Saya mengetahui perintah Allah SWT untuk melaksanakan zakat yang harus dipatuhi.
- b. Saya mengetahui adanya kerja sama antara lembaga pengelola zakat dan platform digital sebagai tempat penyedia untuk membayar zakat.

2) Pengetahuan Kewajiban Zakat

- a. Saya mengetahui bahwa setiap muslim yang memenuhi rukun dan syarat wajib untuk membayar zakat.

- 3) Pengetahuan Golongan Penerima Zakat
 - a. Saya mengetahui orang-orang yang berhak menerima zakat.
- 4) Pengetahuan *Nishab* dan *Haul* Zakat
 - a. Saya mengetahui *nishab* dan *haul* dalam membayar zakat fitrah dan zakat harta.
- 5) Pengetahuan Sasaran dan Prosedur Zakat
 - a. Saya mengetahui objek yang menjadi sasaran untuk membayar zakat.
 - b. Saya mengetahui prosedur untuk melakukan pembayaran zakat melalui digital.

Tabel 4. 11 Responden Terhadap Pengetahuan

Butir	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0	0	0	6	4,8	80	64	39	31,2	125	100
X1.2	0	0	0	0	4	3,2	80	64	41	32,8	125	100
X1.3	0	0	0	0	4	3,2	76	60,8	45	36	125	100
X1.4	0	0	1	0,8	5	4	74	59,2	45	36	125	100
X1.5	0	0	4	3,2	14	11,2	77	61,6	30	24	125	100
X1.6	0	0	0	0	9	7,2	76	60,8	40	32	125	100
X1.7	0	0	1	0,8	21	16,8	62	49,6	41	32,8	125	100

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024

Dari tabel di atas terdapat pernyataan variabel pengetahuan seperti berikut:

- 1) Item pernyataan pada X1.1 menunjukkan responden yang setuju sebesar 64% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 31,2%, dan netral sebesar 4,8% (frekuensi terendah).
- 2) Item pernyataan pada X1.2 menunjukkan responden yang setuju sebesar 64% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 32,8%, dan netral sebesar 3,2% (frekuensi terendah).

- 3) Item pernyataan pada X1.3 menunjukkan responden yang setuju sebesar 60,8% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 36%, dan netral sebesar 3,2% (frekuensi terendah).
- 4) Item pernyataan pada X1.4 menunjukkan responden yang setuju sebesar 59,2% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 36%, dan netral sebesar 4% (frekuensi terendah).
- 5) Item pernyataan pada X1.5 menunjukkan responden yang setuju sebesar 61,6% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 24%, netral 11,2% dan tidak setuju sebesar 3,2% (frekuensi terendah).
- 6) Item pernyataan pada X1.6 menunjukkan responden yang setuju sebesar 60,8% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 32%, dan netral sebesar 7,2% (frekuensi terendah).
- 7) Item pernyataan pada X1.7 menunjukkan responden yang setuju sebesar 49,6% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 32,8%, netral sebesar 16,8%, dan tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).

b. Motivasi

Kuesioner dalam penelitian ini memiliki bentuk-bentuk pernyataan seperti berikut:

1) Loyalitas Membayar Zakat

- a. Saya berzakat karena harta berasal dari titipan Allah SWT juga perintah untuk mengeluarkan kepada golongan yang menerima zakat.
- b. Saya mengharapkan keridhaan Allah SWT dan berjihad di jalannya dengan membayar zakat sesuai ketentuan.

- 2) Rasa Berlega Hati Membayar Zakat
 - a. Saya beribadah dan mengeluarkan zakat sembari berlega hati atas segala rahmat yang dianugerahkan Allah SWT.
 - b. Rasa berlega hati yang memotivasi saya untuk segera membayar zakat.
- 3) Tingkat Pendapatan Mengeluarkan Zakat
 - a. Adanya kenaikan pendapatan sehingga saya meneguhkan hati tidak menunda perintah untuk membayar zakat.
- 4) Bentuk Sosial Membayar Zakat
 - a. Adanya motivasi sehingga saya membayarkan zakat di lembaga pengelola zakat melalui digital.
 - b. Membayar zakat diharapkan dapat membantu masyarakat yang merasakan kesulitan.
 - c. Membayar zakat merupakan rasa sosial saya untuk membersihkan harta dan mengharapkan karunia nikmatnya Allah SWT.
- 5) Rasa Yakin Prosedur Membayar Zakat sesuai Syariah
 - a. Saya membayar zakat kepada lembaga pengelola melalui digital karena terdapat rasa kepercayaan bahwa zakat akan dikelola dan disalurkan dengan benar.
 - b. Saya menggunakan jasa lembaga zakat melalui digital karena prosedur yang dilakukan tidak bertentangan dengan prinsip syariah Islam.

Tabel 4. 12 Responden Terhadap Motivasi

Butir	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0	0	0	13	10,4	62	49,6	50	40	125	100
X2.2	0	0	4	3,2	30	24	46	36,8	45	36	125	100
X2.3	0	0	2	1,6	12	9,6	60	48	51	40,8	125	100
X2.4	0	0	1	0,8	15	12	58	46,4	51	40,8	125	100
X2.5	0	0	1	0,8	13	10,4	68	54,4	43	34,4	125	100
X2.6	0	0	2	1,6	25	20	55	44	43	34,4	125	100
X2.7	1	0,8	0	0	11	8,8	57	45,6	56	44,8	125	100
X2.8	1	0,8	3	2,4	23	18,4	73	58,4	25	20	125	100
X2.9	1	0,8	1	0,8	30	24	50	40	43	34,4	125	100
X2.10	0	0	1	0,8	15	12	66	52,8	43	34,4	125	100

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024

Dari tabel di atas terdapat pernyataan variabel motivasi seperti berikut:

- 1) Item pernyataan pada X2.1 menunjukkan responden yang setuju sebesar 49,6% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 40%, dan netral sebesar 10,4% (frekuensi terendah).
- 2) Item pernyataan pada X2.2 menunjukkan responden yang setuju sebesar 36,8% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 36%, netral sebesar 24%, dan tidak setuju sebesar 10,4% (frekuensi terendah).
- 3) Item pernyataan pada X2.3 menunjukkan responden yang setuju sebesar 48% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 40,9%, netral sebesar 9,6%, dan tidak setuju sebesar 1,6% (frekuensi terendah).
- 4) Item pernyataan pada X2.4 menunjukkan responden yang setuju sebesar 46,4% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 40,8%, netral sebesar 12%, dan tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).

- 5) Item pernyataan pada X2.5 menunjukkan responden yang setuju sebesar 54,4% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 34,4%, netral sebesar 10,4%, dan tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).
- 6) Item pernyataan pada X2.6 menunjukkan responden yang setuju sebesar 44% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 34,4%, netral sebesar 20%, dan tidak setuju sebesar 1,6% (frekuensi terendah).
- 7) Item pernyataan pada X2.7 menunjukkan responden yang setuju sebesar 34,6% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 44,8%, netral sebesar 8,8%, dan sangat tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).
- 8) Item pernyataan pada X2.8 menunjukkan responden yang setuju sebesar 58,4% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 20%, netral sebesar 18,4%, dan sangat tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).
- 9) Item pernyataan pada X2.9 menunjukkan responden yang setuju sebesar 40% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 34,4%, netral sebesar 24%, dan sangat tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).
- 10) Item pernyataan pada X2.8 menunjukkan responden yang setuju sebesar 52,8% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 34,4%, netral sebesar 12%, dan tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).

c. Sikap

Kuesioner dalam penelitian ini memiliki bentuk-bentuk pernyataan seperti berikut:

- 1) Sikap Individu Mencerminkan Pengetahuan
 - a. Membayar zakat melalui digital dapat mencerminkan pengetahuan dan pandangan saya atas teknologi yang digunakan.
- 2) Perasaan Individu atas Pemakaian Sistem
 - a. Saya merasa puas memakai sistem digital untuk membayar zakat.
- 3) Kecenderungan Individu Memakai Sistem
 - a. Membayar zakat melalui digital memudahkan saya dalam melakukan pembayaran.

Tabel 4. 13 Responden Terhadap Sikap

Butir	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	0	0	1	0,8	17	13,6	56	44,8	51	40,8	125	100
X3.2	0	0	3	2,4	21	16,8	59	47,2	42	33,6	125	100
X3.3	0	0	0	0	17	13,6	61	48,8	47	37,6	125	100

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024

Dari tabel di atas terdapat pernyataan variabel sikap seperti berikut:

- 1) Item pernyataan pada X3.1 menunjukkan responden yang setuju sebesar 44,8% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 40,8%, netral sebesar 13,6%, dan tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).
- 2) Item pernyataan pada X3.2 menunjukkan responden yang setuju sebesar 47,2% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 33,6%, netral sebesar 16,8%, dan tidak setuju sebesar 2,4% (frekuensi terendah).

- 3) Item pernyataan pada X3.3 menunjukkan responden yang setuju sebesar 48,8% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 37,6%, dan netral sebesar 13,6% (frekuensi terendah).
- 4) Untuk item pertanyaan X3.3 menunjukkan frekuensi tertinggi sebesar 48,8% (setuju), frekuensi 37,6% (sangat setuju), dan frekuensi terendah adalah 13,6% (netral).

d. Keputusan

Kuesioner dalam penelitian ini memiliki bentuk-bentuk pernyataan seperti berikut:

- 1) Pilihan Layanan Membayar Zakat
 - a. Saya terlebih dahulu melakukan survei terhadap layanan digital yang akan digunakan untuk membayar zakat.
- 2) Pertimbangan dan Keyakinan Membayar Zakat
 - a. Saya memutuskan dengan penuh pertimbangan untuk membayar zakat melalui digital.
 - b. Saya memiliki keyakinan terhadap platform digital yang digunakan untuk membayar zakat.
- 3) Kepuasan Membayar Zakat terhadap Layanan
 - a. Saya merasa lega karena telah membayar zakat melalui digital.
 - b. Saya merasa lega karena dapat membayar zakat tanpa adanya keterbatasan waktu dan jumlah yang akan dikeluarkan.
- 4) Rasa Aman dan Merekomendasi Transaksi
 - a. Saya mendapatkan kenyamanan sehingga akan terus membayar zakat melalui digital.
 - b. Saya merasa nyaman membayar zakat melalui digital sehingga akan

merekomendasikannya kepada orang lain.

Tabel 4. 14 Responden Terhadap Keputusan

Butir	STS		TS		N		S		SS		TOTAL	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	0	0	1	0,8	18	14,4	60	48	46	36,8	125	100
Y2	0	0	0	0	21	16,8	64	51,2	40	32	125	100
Y3	0	0	1	0,8	12	9,6	58	46,4	54	43,2	125	100
Y4	0	0	0	0	10	8	63	50,4	52	41,6	125	100
Y5	0	0	0	0	18	14,4	60	48	47	37,6	125	100
Y6	0	0	4	3,2	27	21,6	54	43,2	40	32	125	100
Y7	0	0	1	0,8	14	11,2	65	52	45	36	125	100

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2024

Dari tabel di atas terdapat pernyataan variabel sikap seperti berikut:

- 1) Item pernyataan pada Y1 menunjukkan responden yang setuju sebesar 48% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 36,8%, netral sebesar 14,4%, dan tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).
- 2) Item pernyataan pada Y2 menunjukkan responden yang setuju sebesar 51,2% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 32%, dan netral sebesar 16,8% (frekuensi terendah).
- 3) Item pernyataan pada Y3 menunjukkan responden yang setuju sebesar 46,4% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 43,2%, netral sebesar 9,6%, dan tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).
- 4) Item pernyataan pada Y4 menunjukkan responden yang setuju sebesar 50,4% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 41,6%, dan netral sebesar 8% (frekuensi terendah).

- 5) Item pernyataan pada Y5 menunjukkan responden yang setuju sebesar 48% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 37,6%, dan netral sebesar 14,4% (frekuensi terendah).
- 6) Item pernyataan pada Y6 menunjukkan responden yang setuju sebesar 43,2% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 32%, netral sebesar 21,6%, dan tidak setuju sebesar 3,2% (frekuensi terendah).
- 7) Item pernyataan pada Y7 menunjukkan responden yang setuju sebesar 52% (frekuensi tertinggi), sangat setuju sebesar 36%, netral sebesar 11,2%, dan tidak setuju sebesar 0,8% (frekuensi terendah).

3. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen merupakan suatu uji untuk melakukan pengukuran variabel pada penelitian dengan kuesioner telah disebarkan kepada responden yang terbagi menjadi dua, yaitu uji validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019:192-193), instrumen penelitian dianggap valid jika dapat mengukur secara akurat untuk mengetahui variabel yang digunakan sesuai sebagai alat pengukuran. Instrumen pernyataan dikatakan valid apabila r hitung dari nilai output memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan dengan r tabel dengan signifikansi 5 %. Sebaliknya, dinyatakan tidak valid apabila r hitung memiliki nilai yang lebih kecil. Data diolah SPSS Version 25. Hasil uji validitas pada Tabel di bawah ini maka didapatkan df sebesar $n=125-2 = 123$ dan $\alpha = 5 \%$ sehingga nilai r tabel sebesar 0,175.

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Uji Validitas

NO	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Pengetahuan (X1)			
	1	0,757	0,175	Valid
	2	0,622	0,175	Valid
	3	0,632	0,175	Valid
	4	0,713	0,175	Valid
	5	0,673	0,175	Valid
	6	0,691	0,175	Valid
	7	0,717	0,175	Valid
2	Motivasi (X2)			
	1	0,709	0,175	Valid
	2	0,707	0,175	Valid
	3	0,680	0,175	Valid
	4	0,684	0,175	Valid
	5	0,739	0,175	Valid
	6	0,703	0,175	Valid
	7	0,788	0,175	Valid
	8	0,681	0,175	Valid
	9	0,723	0,175	Valid
	10	0,652	0,175	Valid
3	Sikap (X3)			
	1	0,829	0,175	Valid
	2	0,818	0,175	Valid
	3	0,806	0,175	Valid
4	Keputusan (Y)			
	1	0,716	0,175	Valid
	2	0,728	0,175	Valid
	3	0,717	0,175	Valid
	4	0,587	0,175	Valid
	5	0,744	0,175	Valid
	6	0,670	0,175	Valid
	7	0,688	0,175	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Berdasarkan tabel 4.15 maka diperoleh hasil uji validitas dengan standar signifikansi yakni 0,05 (0,175) dengan hasil ini sehingga seluruh pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung > r tabel berdasarkan

hal tersebut dapat diputuskan bahwa masing-masing item pertanyaan telah valid dan dapat lanjut ke uji reliabilitas.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali dalam Dekanawati et al., (2023), uji reliabilitas merupakan sebuah proses untuk menilai dan menentukan instrumen yang digunakan menghasilkan prediksi dalam suatu keadaan dapat dipercaya atau tidak. Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen penelitian dapat digunakan lebih dari satu kali oleh responden yang sama. Perhitungan reliabilitas adalah perhitungan terhadap konsistensi data kuesioner dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Penggunaan rumus ini disesuaikan dengan teknik skoring yang dilakukan pada setiap item dalam instrumen. Nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari r kritis product moment dalam suatu indikator agar dinyatakan handal adalah minimal 0,60. Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas dari masing-masing variabel.

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
1	Variabel X1	7	0,809	0,60	Reliabel
2	Variabel X2	10	0,887	0,60	Reliabel
3	Variabel X3	3	0,750	0,60	Reliabel
4	Variabel Y	7	0,815	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.16 didapatkan informasi bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar > 0,60. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tersebut reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan data yang digunakan dalam penelitian variabel dependen atau variabel independen yang didistribusikan secara normal, mendekati normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dalam uji normalitas, yaitu dengan cara analisis grafik dan analisis statistik. Pada penelitian ini, uji normalitas secara analisis statistik menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov karena data > 30 , untuk melakukan pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov smirnov dapat dilakukan dengan membandingkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed), dengan signifikansi yang digunakan $\alpha: 0,05$ (Satria & Permatasari, 2021). Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas p , dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi.
2. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$ maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.
3. Model regresi memenuhi asumsi normalitas apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis.
4. Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis.

Tabel 4.17 Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	,000000
	Std. Deviation	1,97142821
Most Extreme Differences		
	Absolute	,069
	Positive	,053
	Negative	-,069
Test Statistic		
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

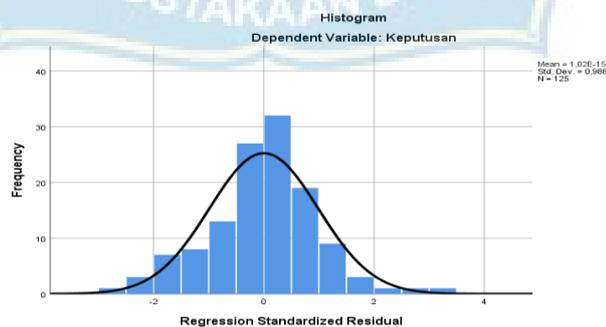
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

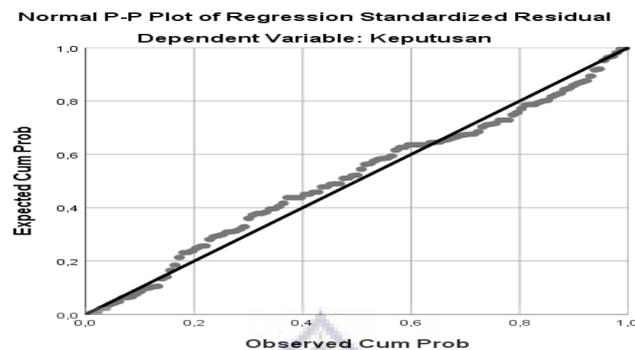
Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov pada tabel di atas diketahui nilai probabilitas p atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai probabilitas p, yakni 0,200 lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05. Hal ini berarti asumsi normalitas dipenuhi. Uji normalitas juga dapat dilihat dengan menggunakan analisis grafik berupa histogram dan normal P-Plot. Berikut merupakan hasil dari analisis grafik.

Gambar 4.1 Hasil Uji Grafik Normalitas Histogram

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Gambar 4.2 Hasil Uji Grafik Normalitas P-Plot



Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Berdasarkan grafik histogram pada gambar 4.1 dapat dilihat bahwa sebaran data berbentuk lonceng. Sedangkan pada grafik normal p-plot pada gambar 4.2 dapat dilihat bahwa titik-titik sampel mengikuti garis diagonal dari kiri bawah ke kanan atas. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menentukan data penelitian berasal dari variabel dependen dan independen yang didistribusikan secara normal atau tidak normal (Sari, 2019).. Untuk memeriksa apabila terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai variance inflation factor (VIF) dan nilai Tolerance. Model regresi yang baik jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 . Berikut merupakan hasil uji multikolinearitas tersaji pada tabel di bawahini.

Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,338	1,906		2,276	,025		
	Pengetahuan	,214	,086	,182	2,470	,015	,522	1,917
	Motivasi	,260	,062	,399	4,228	,000	,318	3,140
	Sikap	,631	,150	,331	4,218	,000	,459	2,179

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Dalam tabel 4.18 ditunjukkan bahwa data yang digunakan dalam uji multikolinieritas ini adalah data dari variabel independen. Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut.

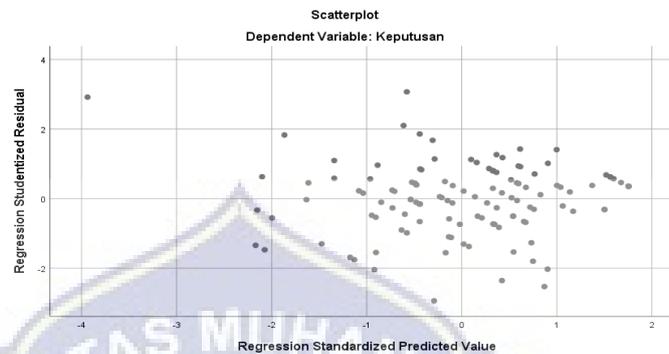
1. Nilai VIF variabel pengetahuan adalah $1,917 < 10$ dengan nilai Tolerance adalah $0,522 > 0,10$ maka variabel pengetahuan dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.
2. Variabel motivasi diperoleh nilai VIF sebesar $3,140 < 10$ dengan nilai Tolerance adalah $0,318 > 0,10$ maka variabel motivasi dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.
3. Variabel sikap diperoleh nilai VIF sebesar $2,179 < 10$ dengan nilai Tolerance adalah $0,459 > 0,10$ maka variabel sikap dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk memastikan terjadi ketidaksamaan atau tidak dalam model regresi dari pengamat yang berbeda satu sama lain. Model regresi dianggap baik, jika mempertahankan varians dan residu sehingga menunjukkan data

tersebut heteroskedastisitas (Setiawati, 2021). Berikut merupakan hasil dari analisis scatter plot yang tertera pada gambar di bawah ini.

Gambar 4.3 Grafik Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Terlihat pada tampilan grafik scatterplot pada gambar 4.3 bahwa titik-titik menyebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan data tersebut menyebar secara acak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan uji glejser untuk menentukan ada atau tidak adanya heteroskedastisitas. Tidak terjadi heteroskedastisitas bila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. dan terjadi heteroskedastisitas apabila kurang dari 0,05.

Tabel 4.19 Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,737	1,200		3,114	,002
	Pengetahuan	,001	,054	,002	,019	,985
	Motivasi	-,003	,039	-,011	-,072	,943
	Sikap	-,171	,094	-,236	-1,814	,072

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Tabel 4.19 menampilkan hasil uji heteroskedastisitas yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dengan signifikansi sebesar 0,985, variabel motivasi memiliki signifikansi sebesar 0,943, dan variabel sikap dengan signifikansi sebesar 0,72. Berdasarkan data tersebut dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada persamaan regresi. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi variabel pengetahuan, motivasi, dan sikap lebih dari 0,05.

d. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2018). Berikut merupakan hasil analisis regresi linear berganda yang tersaji pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.20 Hasil Regresi Linear Berganda

		ANOVA ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4,338	1,906		2,276	,025
	Pengetahuan	,214	,086	,182	2,470	,015
	Motivasi	,260	,062	,399	4,228	,000
	Sikap	,631	,150	,331	4,218	,000

a. Dependent Variable : Keputusan

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 4.20 diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y=4,338+0,214X_1+0,260X_2+0,631X_3$$

Berdasarkan model regresi linear berganda pada tabel didapatkan informasi sebagai berikut.

1. Nilai konstanta sebesar 4,338 yang berarti apabila tidak terdapat perubahan pada nilai variabel independen (pengetahuan, motivasi dan sikap) maka variabel dependent (keputusan) nilainya adalah 4,338. Nilai koefisien regresi berganda pada variabel bebas diperkirakan mengalami kenaikan sebesar satu poin, maka nilai variabel bebas diperkirakan konstan. Hal ini membuktikan bila variabel bebas lainnya diperkirakan konstan, maka diperkirakan nilai variabel dapat naik atau turun sesuai dengan nilai koefisien variabel bebasnya.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,214 dan positif artinya jika variabel pengetahuan mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan dan variabel independen lainnya bernilai tetap, maka variabel pengetahuan (X1) meningkatkan nilai dari variabel keputusan (Y) sebesar 0,214.
3. Nilai koefisien regresi pada variabel motivasi (X2) sebesar 0,260 dan positif artinya jika variabel motivasi mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan dan variabel independen lainnya bernilai tetap, maka variabel motivasi (X2) meningkatkan nilai dari variabel keputusan (Y) sebesar 0,260.
4. Nilai koefisien regresi pada variabel sikap (X3) sebesar 0,631 dan positif artinya jika variabel sikap (X3) mengalami kenaikan sebesar 1 poin secara signifikan dan variabel independen lainnya bernilai tetap,

maka variabel sikap (X3) meningkatkan nilai dari variabel keputusan sebesar 0,631.

2) Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan untuk mencari tahu seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersamaan dapat memberikan informasi dan penjelasan terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Hal ini menampilkan bahwa semakin dekat koefisien nilai determinasi dengan angka 1, maka semakin baik karena hubungan yang dekat antara variabel independen dan dependen (Ekasari, 2018). Berikut merupakan hasil dari koefisien determinasi (R^2) yang tersaji pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.21 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,811 ^a	,657	,649	1,996

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas, nilai R Square dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas (independen) dalam menerangkan variabel terikat (dependen). Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa besarnya nilai korelasi atau hubungan yaitu (R) sebesar 0,811, maka dari hasil tersebut diperoleh koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,657. Dilihat dari Nilai R Square variabel bebas pengetahuan (X1), motivasi (X2), dan sifat (X3) mampu menjelaskan variabel dependen keputusan

membayar zakat sebesar 65,7% sedangkan sisanya sebesar 34,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

3) Uji Parsial (T)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji parsial dapat dilakukan dengan membandingkan T hitung dengan T tabel juga nilai signifikan 0,05. Apabila T hitung lebih besar daripada T tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima. Kemudian T hitung lebih kecil daripada T tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y sehingga H₀ diterima dan H_a ditolak.

Dengan menggunakan sampel sebanyak 125, variabel independen 3 dan taraf nyata 5%, maka didapatkan T tabel sebesar $(\alpha/2; n-k-1) = (0.025; 121) = 1,979$.

Tabel 4.22 Hasil Uji Parsial

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4,338	1,906		2,276	,025
	Pengetahuan	,214	,086	,182	2,470	,015
	Motivasi	,260	,062	,399	4,228	,000
	Sikap	,631	,150	,331	4,218	,000

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Berdasarkan hasil uji t, yang tersaji pada tabel 4.22 diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan (X1) menunjukkan nilai T hitung sebesar 2,470 > T tabel (1,979) dengan nilai signifikansi sebesar 0,015 yang nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 diterima.
 2. Variabel motivasi (X2) menunjukkan nilai T hitung sebesar 4,228 > T tabel (1,979) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 diterima.
 3. Variabel sikap (X3) menunjukkan nilai T hitung yang didapatkan nilai sebesar 4,218 > T tabel (1,979) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa sikap (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H3 diterima.
- 4) Uji Simultan (F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen secara bersama-sama terhadap satu variabel dependen. Apabila F hitung lebih besar daripada F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X dan variabel Y sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sampel yang digunakan sebanyak 125 dan variabel independen 3 dengan taraf 95%, maka didapatkan F Tabel sebesar $(F = k; n-k) = (3, 123) = 2,68$.

Tabel 4.23 Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	923,270	3	307,757	77,270	,000 ^b
	Residual	481,930	121	3,983		
	Total	1405,200	124			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Sikap, Pengetahuan, Motivasi

Sumber : Hasil Olah Data, SPSS 2024

Berdasarkan tabel 4.23 diperoleh bahwa nilai F hitung sebesar $77,270 > F$ tabel sebesar 2,68 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel independen berupa pengetahuan (X1), motivasi (X2), dan sikap (X3) berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan (Y). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel independen yang berupa pengetahuan (X1), motivasi (X2), dan sikap (X3) terhadap variabel dependen keputusan (Y).

C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

Peneliti akan membahas variabel-variabel yang dilaksanakan dengan para *muzakki* di Kota Makassar dijadikan sebagai sampel penelitian. Penelitian ini berjudul “pengaruh pengetahuan, motivasi dan sikap terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital di Kota Makassar” memiliki empat variabel yaitu pengetahuan sebagai variabel (X1), motivasi sebagai variabel (X2), sikap sebagai variabel (X3) dan keputusan sebagai variabel

(Y). Berdasarkan rumusan masalah bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital di Kota Makassar, bagaimana pengaruh motivasi terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital di kota Makassar, dan bagaimana pengaruh sikap terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital di kota Makassar.

Pengetahuan menurut Notoatmodjo merupakan hasil tahu dan memiliki peran dalam menentukan tindakan seseorang mengenai suatu objek yang diperoleh melalui panca indra (Oktaviani & Hadian, 2021). Sedangkan pengetahuan zakat menurut Bukhari merupakan pembelajaran masyarakat terkait mekanisme, manfaat, dan dampak yang didapatkan ketika membayar zakat sehingga membangun kebiasaan mengeluarkan zakat sebagai perintah yang harus dilaksanakan (Suyadi et al., 2022). Oleh karena itu pengetahuan mengenai zakat diperoleh dari berbagai sumber yang bertujuan untuk memahami mekanisme, tujuan, dan manfaat yang dicapai setelah membayar zakat serta melaksanakan perintah Allah SWT.

.Landasan pengetahuan zakat sebagaimana firman Allah SWT:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

Terjemahnya:

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggung jawaban” (QS. Al-Isra’/17: 36)

Berdasarkan firman Allah SWT pada ayat tersebut dapat dipahami bahwa seorang muslim penting untuk mengetahui semua hal berbau zakat baik itu berupa pengertian, hukum, besaran zakat, syarat dan ketentuan, dan tujuan zakat yang mendorong motivasi *muzakki* dalam membayar zakat,

karena ketidaktahuan seseorang dapat mempengaruhi tindakan yang akan dilakukan.

Motivasi menurut Maslow dalam Susnita (2020) merupakan dorongan untuk memenuhi kebutuhan dengan tingkatan yang tertinggi menjadi kekuatan penggerak, apabila kebutuhan tingkatan terendah telah terpenuhi yang mempengaruhi tindakan seseorang (Susnita, 2020). Sedangkan motivasi membayar zakat berasal dari panggilan individu untuk menjalankan kewajiban seorang muslim sebagai motif membayar zakat (Kharisma & Jayanto, 2021). Oleh karena itu, motivasi masyarakat mengacu pada dorongan atau keinginan masyarakat untuk melakukan zakat sebagai sarana mematuhi arahan dan perintah Allah SWT. Landasan motivasi zakat sebagaimana firman Allah SWT:

وَالَّذِينَ فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَّعْلُومٌ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Terjemahnya:

“Dan orang-orang yang dalam hartanya tersedia bagian tertentu, bagi orang (miskin) yang meminta dan orang yang tidak mempunyai apa-apa (yang tidak mau meminta)”. (QS. Al-Ma’arj/70: 24-25)

Berdasarkan firman Allah SWT pada ayat tersebut dapat dipahami bahwa motivasi untuk membayar zakat adalah untuk menaati Allah SWT, bukan karena adanya protes dari fakir dan miskin yang menjadi alasan dibalik pengenaan pajak tradisional. Sebab *muzakki* dan pemilik asli harta yaitu Allah SWT mempunyai hubungan vertikal dibandingkan hubungan horizontal dalam hal zakat. Dengan demikian, mengeluarkan zakat sama saja dengan melakukan apa yang diperintahkan Allah SWT yang bersumber dari pengetahuan yang diperoleh dari Al-Qur’an dan Hadits.

Sikap merupakan suatu tindakan yang ditunjukkan oleh konsumen terkait suka dan tidak suka terhadap objek (Mashur Razak, 2016:108). Sikap dikategorikan sebagai tanggapan dan dikaitkan dengan dua reaksi, yaitu suka dan tidak suka yang mencerminkan seseorang dalam mengambil tindakan. Sedangkan sikap *muzakki* membayar zakat merupakan tindakan yang sangat menentukan dalam terjadinya pembayaran zakat. Sikap *muzakki* yang positif yang berasal dari perasaan senang, perasaan aman, dan perasaan bermanfaat terhadap pembayaran zakat akan memutuskan untuk membayar zakat melalui lembaga pengelola zakat. Begitupun dengan sikap *muzakki* yang negatif timbul dari perasaan tidak senang, penuh akan bahaya, dan perasaan tidak mendapatkan manfaat terhadap pembayaran zakat, maka dapat mempengaruhi penurunan untuk membayar zakat melalui lembaga pengelola zakat (Fasa, 2020). Oleh karena itu, sikap positif *muzakki* mengenai zakat dapat mendorong tindakan untuk membayar zakat

Keputusan merupakan proses yang dilakukan oleh konsumen dalam mengenal produk atau merek dan memilih diantara berbagai pilihan sebagai solusi menangani masalah (Hananto, 2021). Sedangkan keputusan *muzakki* untuk membayar merupakan upaya untuk fokus pada hak-hak orang miskin dan mustahiq. Islam berusaha untuk memastikan dan menjunjung tinggi kesejahteraan manusia (Afandi et al., 2022). Oleh karena itu keputusan *muzakki* membayar zakat merupakan tindakan *muzakki* yang berasal dari pengetahuan yang diperoleh, sikap positif, dan dorongan dalam diri guna memenuhi perintah Allah SWT. Landasan keputusan membayar zakat sebagaimana firman Allah SWT:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Terjemahnya:

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”. (QS. At Taubah/9: 103)

Berdasarkan firman Allah SWT pada ayat tersebut dapat dipahami bahwa dari sudut pandang ekonomi Islam bahwa keberkahan adalah segala sesuatu yang ada di dalam harta, karena keberkahan mengarah pada kekayaan yang dapat bertambah lebih besar baik dari segi kuantitas maupun kualitas. Kuantitas harta yang diberkahi atau kekayaan yang dimiliki berasal dari adanya motivasi. Selain itu, harta yang berkualitas adalah harta yang memotivasi atau mendorong pemiliknya untuk berbuat baik, seperti adanya kesadaran dan kasih sayang terhadap perjuangan dan kesulitan yang dihadapi orang lain. Oleh karena itu, dengan adanya pengetahuan, motivasi, dan sikap menimbulkan sifat dermawan dalam diri *muzakki* sehingga memutuskan untuk membayar zakat .

Tujuan dari pembahasan penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana pengetahuan, motivasi, dan sikap mempengaruhi keputusan membayar zakat berbasis digital di Kota Makassar. Perhitungan yang diperoleh dari hasil analisis data dan uji parsial menunjukkan bahwa variabel X memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y.

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 26 orang atau 20.8% dan responden perempuan sebanyak 99 orang atau 79.2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih

besar dibandingkan responden laki-laki karena wanita mengedepankan emosional dalam mengambil keputusan dan lebih memperhatikan informasi.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa responden yang berusia <21 tahun sebanyak 5 orang atau 4%, usia 21-30 tahun berjumlah 86 orang atau 68,8% dan responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 20 orang atau 16%, usia 41-50 tahun berjumlah 9 orang atau 7,2% dan usia >50 tahun adalah berjumlah 5 orang dengan persentase 4%. Dari hasil pengelompokan terlihat kelompok terbesar responden adalah berusia 21-30 tahun yaitu sebanyak orang, sedangkan kelompok terkecil berusia <21 dan >50 tahun yaitu memiliki masing-masing 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi responden yang berusia 21-30 tahun lebih memutuskan untuk membayar zakat melalui digital.

Berdasarkan olah data yang diperoleh dari penyebaran angket pada tabel 4.6 memperlihatkan bahwa responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini pendidikan terakhirnya didominasi oleh S1 sebanyak 71 orang atau 56,8%, pendidikan S2 sebanyak 8 orang atau 6,4% dan pendidikan SMA/SMK sebanyak 46 orang atau 36,8%. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi pendidikan responden S1 lebih banyak memutuskan untuk melakukan pembayaran zakat berbasis digital.

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa karyawan swasta sebagai mayoritas pekerjaan responden pada penelitian ini. Data yang diperoleh dari responden bekerja sebagai PNS sebanyak 38 orang atau 30,4%, karyawan swasta sebanyak 44 orang atau 35,2%, wiraswasta sebanyak 12 orang atau 9,6%, mahasiswa sebanyak 24 orang atau 19,2% dan ibu rumah tangga sebanyak 7 orang atau 5,6%. Hal ini menunjukkan

bahwa proporsi pekerjaan responden sebagai karyawan swasta lebih banyak memutuskan untuk melakukan pembayaran zakat berbasis digital.

Berdasarkan tabel 4.8 menampilkan bahwa platform mobile banking merupakan platform pembayaran zakat yang paling banyak digunakan. Data yang diperoleh dari responden menggunakan aplikasi LAZ sebanyak 4 orang atau 3,2%, mobile banking sebanyak 68 orang atau 54,4%, internet banking sebanyak 8 orang atau 6,4%, QRIS sebanyak 19 orang dengan persentase atau 15,2% dan Fintech sebanyak 26 orang atau 20,8%. Hal ini menunjukkan bahwa proporsi pembayaran zakat responden lebih banyak menggunakan mobile banking.

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa mayoritas zakat fitrah paling banyak dibayarkan oleh responden. Data yang diperoleh dari responden membayar zakat Fitrah sebanyak 60 orang atau 48%, zakat maal sebanyak 48 orang atau 38,4%, zakat profesi sebanyak 7 orang atau 5,6%, zakat emas dan perak sebanyak 7 orang atau 5,6%, zakat perdagangan sebanyak 2 orang atau 1,6%, dan zakat saham/obligasi/surat berharga sebanyak 1 orang atau 0,8%. Hal ini menunjukkan pada tabel 4.7 bahwa responden lebih banyak memutuskan untuk membayar zakat fitrah melalui digital.

Hasil penelitian uji validitas menunjukkan bahwa taraf signifikan 5% dengan r hitung sebesar 0,175 memiliki nilai lebih besar dari nilai r tabel. Maka, setiap pernyataan dalam kuesioner penelitian valid.

Kemudian pada uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap indikator pernyataan dalam kuesioner memenuhi persyaratan konsistensi yang dapat

diandalkan atau reliabel, karena setiap pernyataan memiliki nilai lebih besar 0,6.

Selanjutnya pada uji normalitas diketahui bahwa uji Kolmogorov Smirnov menghasilkan nilai sebesar 0,200. lebih besar standar 0,5. Maka asumsi normalitas dipenuhi. Kemudian pada grafik normal, titik-titik sampel mengikuti garis diagonal dari kiri bawah ke kanan atas sehingga data berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas ditemukan hasil perhitungan Nilai VIF pada variabel pengetahuan (X1) adalah $1,917 < 10$ dengan nilai Tolerance $0,522 > 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Pada variabel motivasi (X2) diperoleh nilai VIF sebesar $3,140 < 10$ dengan nilai Tolerance $0,318 > 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Pada variabel sikap (X3) diperoleh nilai VIF sebesar $2,179 < 10$ dengan nilai Tolerance $0,459 > 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,985, nilai signifikan dari variabel motivasi (X2) sebesar 0,943, dan nilai signifikan dari variabel sikap (X3) sebesar 0,72. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas karena semua variabel memiliki nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

Hasil pada uji koefisien determinasi atau R Square memiliki nilai sebesar 0,657. Hal ini menunjukkan nilai R Square pada variabel bebas pengetahuan (X1), motivasi (X2), dan sifat (X3) memberikan pengaruh pada variabel dependen keputusan (X3) sebesar 65,7% sedangkan sisanya sebesar 34,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan hasil yang telah diuji sehingga mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital di Kota Makassar

Hasil uji T yang dilakukan terhadap variabel variabel pengetahuan (X1) menunjukkan nilai T hitung sebesar $2,470 > T$ tabel (1,979) dengan nilai signifikansi sebesar 0,015 yang nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan (Y) sehingga hipotesis H1 diterima.

Koefisien (B) dengan nilai Exp B sebesar 4,338 memiliki koefisien faktor pengetahuan yang positif sebesar 0,214. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memberikan pengaruh sebesar 21,4 % terhadap keputusan yang artinya semakin tinggi pengetahuan *muzakki* mengenai zakat, maka peluang *muzakki* untuk membayar zakat berbasis digital akan meningkat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan zakat memiliki pengaruh positif terhadap keputusan *muzakki* untuk membayar zakat. Hal ini membuktikan bahwa apabila pengetahuan *muzakki* yang diperoleh semakin tinggi, maka keputusannya semakin besar untuk membayar zakat berbasis digital. Pengetahuan memiliki peranan sebagai penentu keputusan *muzakki* dalam melakukan pembayaran zakat berbasis digital.

Hasil penelitian Muh Fachrul Ilmi Jibu et al. menyatakan bahwa tingkat pengetahuan seseorang mempengaruhi keputusannya dalam membayar zakat (Jibu et al., 2022). Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat pendidikan masyarakat, maka minat untuk membayar zakat juga

meningkat. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Fitriyah yang menyatakan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh terhadap keputusan membayar zakat (Fitriyah, 2021). Dengan membayar zakat, umat Islam menunjukkan bahwa telah mematuhi ajaran agama Islam, menyadari adanya konsekuensi dari setiap tindakan, dan menyadari manfaat untuk mendukung kesejahteraan ekonomi para *mustahiq*. Pengetahuan zakat berpengaruh terhadap keputusan pembayaran zakat melalui digital (Febriyanti et al., 2024). Zakat berbasis digital berperan menjadi media informasi, menyajikan semua informasi secara jujur, transparan, dan akurat. *Muzakki* yang memiliki pengetahuan dan mengetahui pilihan pembayaran zakat memilih metode pembayaran digital. Hal ini dikarenakan umat Islam sadar dan memahami kewajiban membayar zakat sebagai bentuk pengabdian terhadap perintah agama, sehingga pengetahuan memberikan dampak positif yang besar terhadap keputusan melakukan pembayaran zakat secara digital.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Pertiwi (2020) menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat secara online. Adanya faktor sosial budaya sehingga masyarakat cenderung melakukan metode pembayaran secara langsung kepada *mustahiq*. Dengan meningkatkan citra dan kredibilitas pembayaran zakat secara online menggunakan platform serta bagi lembaga pengelola zakat dapat memberikan terus edukasi dan meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat melalui upaya sosialisasi mengenai zakat online agar dapat meningkatkan penghimpunan zakat.

Penelitian ini menguatkan bahwa pengetahuan dianggap sebagai faktor penentu bagi *muzakki* untuk memutuskan membayar zakat. Seseorang yang memiliki pengetahuan zakat dan mahir dalam teknologi internet, tertarik dan memilih pembayaran zakat *digital*, karena sistemnya lebih mudah dan tersedia berbagai macam metode pembayaran.

2. Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital di Kota Makassar

Hasil uji T yang dilakukan terhadap variabel motivasi (X2) menunjukkan nilai T hitung sebesar $4,228 > T$ tabel (1,979) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan (X2) sehingga hipotesis H2 diterima.

Koefisien (B) dengan nilai Exp B sebesar 4,338 memiliki koefisien faktor motivasi yang positif sebesar 0,260. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel motivasi memberikan pengaruh sebesar 26 % terhadap keputusan yang artinya semakin banyak *muzakki* yang termotivasi untuk menunaikannya melalui digital maka dana zakat yang terkumpulkan akan semakin besar dan bermanfaat bagi *mustahiq*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan *muzakki* untuk membayar zakat. Hal ini membuktikan bahwa apabila motivasi yang diperoleh semakin tinggi, maka keputusannya semakin besar untuk membayar zakat berbasis digital. Motivasi memiliki peranan sebagai penentu keputusan *muzakki* dalam melakukan pembayaran zakat berbasis digital.

Berdasarkan penelitian diperoleh data bahwa motivasi *muzakki* berpengaruh terhadap tingkat partisipasi masyarakat membayar zakat *online* (Putri, 2021). Penelitian ini juga didukung oleh Fitriyah yang menemukan bahwa *muzakki* yang melakukan pembayaran zakat melalui digital, karena termotivasi untuk menunaikannya dan merasakan nyaman setelah membayarnya sehingga zakat tunai yang terkumpul dapat bertambah dan bermanfaat bagi *mustahiq* (Fitriyah, 2021). Motivasi untuk melaksanakan perintah Allah SWT bahwasanya harta yang dimiliki telah mencapai *nishab* dan *haul* serta rasa kepedulian kepada *mustahiq*. Oleh karena itu, semakin banyak *muzakki* yang termotivasi untuk berzakat, maka semakin banyak pula dana yang bisa dihimpun dan disalurkan kepada *mustahiq*. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Pertiwi (2020) yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat secara online.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Dirga (2023) menyatakan bahwa motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat. Motivasi perlu memperhatikan laporan dari lembaga pengelola zakat yang ditunjang seperti pendapatan dan kredibilitas lembaga pengelola zakat sehingga mampu mendorong kualitas keputusan *muzakki* serta dapat menambahkan faktor persepsi yang mempengaruhi keputusan *muzakki*

Membayar zakat melalui digital dapat meningkatkan motivasi *muzakki* untuk membayar zakat melalui lembaga yang menjadi sarana pengelolah zakat. Lembaga zakat memiliki kewajiban untuk terus meningkatkan

kepuasaan *muzakki* melalui dari dampak kebermanfaatan zakatnya, memaksimal potensi terhadap berita kegiatan dan laporan digital serta layanan perhitungan zakat dari platform zakat. Penggunaan mata uang digital dan teknologi serta taktik pemasaran zakat yang inovatif memiliki potensi untuk lebih memajukan digitalisasi zakat yang menjadi tugas bagi lembaga zakat.

3. Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital di Kota Makassar

Hasil uji T yang dilakukan terhadap Variabel sikap (X3) menunjukkan nilai T hitung yang didapatkan nilai sebesar $4,218 > T$ tabel (1,979) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa sikap (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis H3 diterima.

Koefisien (B) dengan nilai Exp B sebesar 4,338 memiliki koefisien faktor sikap yang positif sebesar 0,631. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel motivasi memberikan pengaruh sebesar 63,1% terhadap keputusan yang artinya semakin positif sikap yang dimiliki muzakki, maka semakin besar keputusan untuk membayar zakat melalui digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif terhadap keputusan *muzakki* untuk membayar zakat. Hal ini membuktikan bahwa apabila sikap yang diperoleh semakin tinggi, maka keputusannya semakin besar untuk membayar zakat berbasis digital. Sikap memiliki peranan sebagai penentu keputusan *muzakki* dalam melakukan pembayaran zakat berbasis digital.

Hasil penelitian Sufyan dan Mas'ud dan menunjukkan bahwa sikap berpengaruh terhadap keputusan membayar zakat (Sufyan & Mas'ud, 2022). Sikap mempengaruhi keputusan dalam membayar zakat melalui digital yang mengidentifikasi bahwa sikap dapat mengukur tanggapan seseorang terhadap penggunaan teknologi yang digunakan ketika memutuskan untuk melakukan pembelian. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Priyojadmiko yang menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh terhadap keputusan membayar zakat (Priyojadmiko, 2022). Kemudian, sikap memiliki pengaruh terhadap keputusan untuk membayar zakat (Amalia S, 2019). Karena sikap memiliki persamaan dengan perasaan. Semakin besar sikap seseorang untuk menolong sesama, maka membayar zakat juga semakin besar.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Okta menyatakan bahwa sikap tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat. Faktor kemudahan dalam penggunaannya, keamanan data pribadi, dan pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap sikap dan kepercayaan *muzakki* untuk membayar zakat melalui digital (Musta'anah et al., 2023).

Sikap terhadap pengguna teknologi mengacu pada perasaan seseorang dalam menerima atau menolak suatu barang atau perilaku berdasarkan skala penilaian dua sisi, baik ataupun negatif dan seberapa puas atau tidak puasnya mereka terhadap sistem sehingga menjadi tolak ukur untuk memutuskan membayar zakat melalui digital.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari rumusan masalah, hipotesis dan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Dan Sikap Terhadap Keputusan Membayar Zakat Digital di Kota Makassar”. Adapun penjabarannya seperti berikut:

1. Nilai signifikansi pada variabel pengetahuan (X1) menunjukkan nilai T hitung sebesar $2,470 > T$ tabel (1,979) dengan nilai signifikansi sebesar 0,015 yang nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *muzakki* untuk membayar zakat sehingga H1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa apabila pengetahuan *muzakki* yang diperoleh semakin tinggi, maka keputusannya untuk membayar zakat berbasis digital semakin besar.
2. Nilai signifikansi pada variabel motivasi (X2) menunjukkan nilai T hitung sebesar $4,228 > T$ tabel (1,979) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *muzakki* untuk membayar zakat sehingga H2 diterima Hal ini membuktikan bahwa apabila motivasi *muzakki* yang diperoleh semakin tinggi, maka keputusannya untuk membayar zakat berbasis digital semakin besar.
3. Nilai signifikansi pada variabel sikap (X3) menunjukkan nilai T hitung sebesar $4,218 > T$ tabel (1,979) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000

yang lebih kecil dari 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *muzakki* untuk membayar zakat sehingga H3 diterima. Hal ini membuktikan bahwa apabila *muzakki* memiliki sikap positif yang besar, maka keputusannya untuk membayar zakat berbasis digital semakin besar.

4. Hasil pengujian analisis regresi linear berganda menunjukkan nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,811 yang dapat dijelaskan oleh temuan uji regresi linier berganda dengan koefisien determinasi atau (R Square) sebesar 0,657. Dilihat dari nilai R Square variabel bebas pengetahuan, motivasi dan sifat mampu menjelaskan variabel dependen keputusan membayar zakat sebesar 65,7% sedangkan sisanya sebesar 34,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. Saran

Dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan pengetahuan, motivasi, dan sikap terhadap keputusan membayar zakat berbasis digital di Kota Makassar. Adapun saran peneliti sebagai berikut :

1. Lembaga zakat harus terus meningkatkan fungsi dan desain sistem zakat digital agar memudahkan *muzakki* dalam membayar zakat baik dalam bentuk website maupun aplikasi. Diharapkan lembaga zakat juga dapat bekerja sama secara erat dan terbuka dengan platform zakat digital guna meningkatkan pembayaran zakat melalui digital. Selain itu, dapat mengoptimalkan dampak dari figur publik, selebriti, atau akademisi, juga dapat memanfaatkan media sosial untuk memasarkan

dan bersosialisasi kepada *muzakki* dengan membagikan membagikan artikel, video, atau gambar.

2. Bagi *muzakki* diharapkan penelitian dapat memberikan informasi kepada *muzakki* mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi penggunaan media digital dalam membayar zakat, mengetahui manfaat membayar zakat sehingga menjadi pertimbangan *muzakki* untuk memutuskan membayar zakat melalui digital.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang akan meneliti zakat berbasis digital dapat memasukkan objek sasaran yang lebih luas dengan menambahkan, mengubah, dan memodifikasi variabel selain yang digunakan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan *muzakki* untuk membayar zakat melalui digital serta menggunakan responden yang lebih beragam.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanta, F. C. S. 2019. *Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris*. Jurnal administrasi hukum dan tata pemerintahan Vol. 2 No. 4. <https://doi.org/10.14710/alj.v2i4.697-709>.
- Afandi, A., Fadhillah, A., & Hidayat, N. W. 2022. *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Transparansi dan Reputasi Lembaga Terhadap Keputusan Muzaki Dalam Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta*. Jurnal Manajemen Keuangan Sosial Syariah Vol. 3 No. 1. <https://doi.org/10.24952/jjsfim.v3i1.5598>.
- Amalia, R., & Setyono, J. 2023. *Determinants Of Hajj Saving Intention At Bank Syariah Indonesia*. Jurnal Perbankan Syariah Vol. 4 No.1. <https://doi.org/10.46367/jps.v4i1.1035>.
- Amalia, S. N. A. 2019. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan Technology Acceptance Model And Theory Of Planned Behavior*. Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam Vol. 9 No. 1. <https://doi.org/10.20414/iqtishaduna.v9i1.687>.
- Anggara, A., Auliasari, K., & Agus Pranoto, Y. 2023. *Metode Regresi Linier Berganda Untuk Prediksi Omset Penyewaan Kamera Di Joe Kamera*. Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika Vol. 7 No. 1. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i1.6158>.
- Annisa Zetira. 2021. *Optimalisasi Penghimpunan Zakat Digital Di Masa Pandemi*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 8 No. 2. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.241>.
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. 2021. *Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar dengan Software R*. Jurnal Budimas Vol. 3 No. 2. <https://doi.org/10.29040/budimas.v3i2.2412>.
- Astuti, P., Sutomo, M., & Nirwan, N. 2020. *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Membeli Motor Matic Yamaha Mio M3Cw 125 Di Kota Palu*. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Vol. 5 No. 2. <https://doi.org/10.22487/jimut.v5i2.146>
- Astuti, W., & Prijanto, B. 2021. *Faktor yang Memengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory of Planned Behavior*. Jurnal Ekonomi Islam dan Keuangan Vol. 9 No. 1. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>.
- Audina, M. J. 2020. *Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Tentang Zakat Terhadap Keputusan Muzakki Untuk Membayar Zakat Maal Di Lembaga Amil (Studi Terhadap Karyawan PT. Pertamina RU III Plaju Palembang)*. International Seminar on Social, Humanities, and Malay Islamic Civilization,

Vol. 8. No. 1.

- BAZNAS. 2024. *Layanan Pembayaran*. <https://baznas.go.id/layananpembayaran>
- Badan Amil Zakat Nasional. 2018. *Fikih Zakat Kontekstual Indonesia*. Alfabeta: Jakarta.
- BAZNAS. 2024. BAZNAS Dukung Pengembangan Islamic social Finance di Era Digital. https://baznas.go.id/newsshow/BAZNAS_Dukung_Pengembangan_Islamic_Social_Finance_di_Era_Digital/2240.
- BRIN, H. 2024. *Periset BRIN Potensi Zakat Sebagai Raksasa Tidur Indonesia*. PPID BRIN.
- Dekanawati, V., Astriawati, N., Setiyantara, Y., Subekti, J., & Kirana, A. F. 2023. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Diklat Kepabeanaan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan*. *Jurnal Sains Dan Teknologi Maritim* Vol. 23 No. 2, 159-176. <https://doi.org/10.33556/jstm.v23i2.344>.
- Dirga, Z. D. 2023. *Pengaruh Faktor-Faktor Motivasi Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat*. *Jurnal Mirai Management* Vol. 8 No. 2.
- Ekasari, Y. K. 2018. *Pencapaian Siswa (Analisis Deskriptif Pada Sma Negeri Di Kabupaten Purwakarta)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol. 2 No. 1. <http://stieb-perdanamandiri.ac.id/media/Jurnal/2018/10>.
- Fadhila, I. M. 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengeluarkan Zakat, Infaq Dan Sedekah Di Laziswaf Unida Gontor*. *Jurnal Ekonomi Islam dan Kedermawaaan* Vol. 4 No. 2. <https://doi.org/10.21111/jiep.v4i02.6358>.
- Fahmi, N. 2019. *Norma dan Nilai dalam Ilmu Ekonomi Islam*. *Jurnal Studi Islam* Vol. 11 No. 1. <https://doi.org/10.47945/tasamuh.v11i1.175>.
- Fasa, A. 2020. *Intensitas Muzakki Dalam Menyalurkan Zakat Melalui Lembaga Amil Zakat Resmi Jawa Barat*. *Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah* Vol. 2 No. 2. <https://doi.org/10.15575/aksy.v2i2.9793>
- Febriyanti, N., Wicaksana, R. S., Sahira, A. J., & Susetyo, A. B. 2024. *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Membayar Zakat Secara Online Keputusan Muzakki*. *Jurnal Economina* Vol. 3 No. 4. <https://doi.org/10.55681/economina.v3i4.1280>.
- Fikri Izzuddin, F., & Kholilul Rohman, I. 2022. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat Infak Sedekah Non Tunai*. *Jurnal Bank Islam dan Keuangan* Vol. 5 No. 2. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.Vol.5\(2\).11250](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.Vol.5(2).11250).
- Fitriyah, F. 2021. *Pengaruh Preferensi Muzakki Terhadap Pembayaran Zakat Secara Online (Studi Pada Muzakki Kota Jakarta)*. *Jurnal Ilmiah Feb Universitas Brawijaya*.

- Hadi, N. F., & Afandi, N. K. 2021. *Literature Review is A Part of Research*. Jurnal Sultra Educational Vol. 1 No. 3. <https://doi.org/10.54297/seduj.v1i3.203>.
- Haki, U. 2020. Pengaruh Pengetahuan Zakat dan Citra Lembaga Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Fitrah. Jurnal Ekonomi Islam, Keuangan Dan Perbankan Vol 4 No. 1. <https://doi.org/10.35448/jiec.v4i1.8182>.
- Hananto, D. 2021. *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel*. Seminar Nasional Penelitian 2021 Vol. 1 No. 1. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/11027>.
- Hikmawati, F. 2017. *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo Persada.
- Jibu, M. F. I., Niswatin, & Boku, Z. 2022. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Maal melalui Lembaga Amil Zakat di Gorontalo*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 3 No. 2. <https://doi.org/10.37905/jar.v3i2.51>.
- Kassa, N. N. 2023. *Transaksi Digital Sulsel Tumbuh Dua Digit Selama 2022, Ini Rinciannya*. Sulawesi.
- Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., Rini, N., & Yarsi, U. 2020. *Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia*. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Vol. 6 No. 2. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.761>.
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. 2021. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah*. AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 16 No. 1. <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>.
- Kotler & Armstrong. 2018. *Principles Of Marketing*. Pearson Education: Jakarta.
- Kusumastuti, A., Khoiron, Ah. M., & Achmadi, T. A. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish: Jakarta.
- Lestari, J. S., Farida, U., & Chamidah, S. 2022. *Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Vol. 2. No. 2. <https://doi.org/10.24269/asset.v2i2.2388>.
- Mahardhika, A. S. 2020. *Millennials ' Intention in Stock Investment : Extended Theory of Planned Behavior*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia Vol. 5 No. 1. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v5i1.10268>.
- Mahardika, M. C. 2020. *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kendali Perilaku Terhadap Niat Kepatuhan Pegawai lain Surakarta Dalam Membayar Zakat*. Jurnal Akademi Dakwah dan Komunikasi Vol. 1. No. 2. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i2.2765>.

- Mashur Razak. 2016. *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press: Jakarta.
- Masiaga, N. R., Worang, F. G., & Mandagie, Y. 2022. *Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berbelanja Secara Online Di Lazada.Com*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi Vol. 10 No. 2. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.40476>.
- Maulidina, I. H., & Solekah, N. A. 2020. *Anteseden Perilaku Membayar Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional di Lumajang*. Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 8 No. 2. <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v8i2.8193>.
- Mauludin, M. R., & Herianingrum, S. 2022. *Pengaruh Digital Zakat Terhadap Penghimpunan Zakat Dan Kinerja Lembaga Amil Zakat*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan Vol. 9 No. 1. <https://doi.org/10.20473/Vol.9iss20221pp47-58>
- Munawar, R., J. Nst, Y. S., & Ridwan, M. 2022. *Analisa Pengaruh Transparansi, Kredibilitas, Pengetahuan, Religiusitas Terhadap Motivasi Membayar Zakat Dengan Teknologi Digital Sebagai Variabel Moderating Di Laz Nurul Hayat Medan*. Jurnal Kajian Islam Vol. 5 No. 1. <https://doi.org/10.21093/el-buhuth.v5i01.5635>.
- Musta'anah, A., Ghofur, R. A., Hilal, S., & Etika, C. 2023. *Hubungan Digitalisasi Zakat Terhadap Intensi Perilaku Generasi Millenial Membayar Zakat*. Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah Vol. 6 No. 1. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12847](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12847)
- Nazaruddin. 2022. *Implementasi Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat (Studi Kasus Baitul Mal Kota Lhokseumawe)*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol. 1 No. 1. <https://doi.org/10.47766/ibrah.v1i1.11277>.
- Nur, D., Raharjo, M. F., & Chaerul, M. F. 2023. *Infografis Kependudukan Kota Makassar Menggunakan Algoritma K-Means*. Jurnal Teknologi Elekterika Vol. 2 No. 2. <https://doi.org/10.31963/elekterika.v20i2.4488>.
- Ninglasari, S. Y. 2021. *Determinants of Online Zakat Intention amongst Muslim Millennials: An Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 6 No. 2. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v6i2.387>
- Nuryana, F. 2019. *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kontrolperilaku Terhadap Niat Kepatuhan Muzakki Pegawai Negeri Sipil (Pns) Dalam Membayar Zakat Profesi Pada Badan Amil Zakat (Baz) Kabupaten Sumenep*. Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Keagamaan Islam Vol. 13 No. 2. <https://doi.org/10.19105/nuansa.v13i2.1105>.
- Okta, N. N. 2021. *Analisis Pengaruh Religiositas, Pendapatan, Dan Sikap Terhadap Minat Membayar Zakat Masyarakat Muslim Kabupaten Semarang Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderating*. Jurnal Ekonomi Islam Vol. 6 No. 2.

- Oktaviani, Y., & Hadian, A. 2021. *Pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap minat donatur muslim dalam memberi donasi pada yayasan sahabat yatim indonesia cabang medan*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 1 No.1. <https://doi.org/10.57251/reg.v1i1.98>.
- Pertiwi, I. 2021. *Pengaruh Tingkat Pendapatan, Literasi Zakat, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat Pada Baznas Provinsi Lampung*. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Vol 4. No. 2.
- Pradiga, M. G., & Saino, S. 2022. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Produk Olahan Bandeng*. Jurnal Manajemen Vol. 14 No. 2. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i2.11186>.
- Prasetyo, T. D., & Manongga, A. 2019. *Analisis Pengaruh Faktor Demografi dan Norma Subjektif terhadap Keputusan Investasi Saham*. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen Vol. 7 No. 2. <https://doi.org/doi.org/10.35829/magisma.v7i2.121>.
- Priyojadmiko, E. & Arrsyid, A. 2022. *Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Dengan Religiusitas Dan Niat Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Vol. 1 No. 1. <https://doi.org/10.37252/jebi.v1i1.191>.
- Putri, L. P. A. 2021. *Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Tingkat Partisipasi Masyarakat Jember dalam Pembayaran Zakat Secara Online di Kabupaten Bandung*. Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam Vol. 8 No. 2. <https://doi.org/10.35719/altatwir.v8i2.39>.
- Rahmah, S., & Natasya, N. 2022. *Management of Productive Zakat in the Development of Micro , Small and Medium Enterprises (MSMEs) at the National Baznas of Bulukumba Regency*. Jurnal Ekonomi Islam Vol. 5 No. 2. <https://doi.org/10.26618/jei.v5i2.9196>.
- Ridwan, M., Syukri, A., & Badarussyamsi, B. 2021. *Studi analisis tentang makna pengetahuan dan ilmu pengetahuan serta jenis dan sumbernya*. Jurnal Geuthee Penelitian Multidisiplin Vol. 4 No. 1. <https://doi.org/10.52626/jg.v4i1.96>.
- Rifai, A. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press: Jakarta.
- Ritonga, L. S., Anggraini, T., & Yanti, N. 2023. *Pengaruh Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Muzakki Dalam Menggunakan Digital Payment (Studi Kasus Muzakki Kota Medan)*. Jurnal Manajemen Akuntansi Vol. 4 No. 1. <https://doi.org/10.36987/jumsi.v3i3.4306>.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimn*. Deepublish: Yogyakarta.
- Rohmah, I. M., Hidayah, R., & Maulidah, Z. 2021. *Analisis Efektivitas*

Pembayaran Zakat Melalui Layanan Online Pada Lembaga Amil Zakat Rumah Zakat. Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah Vol. 6 No. 2. <https://doi.org/10.30651/jms.v6i2.7157>.

Rukmana, C., Reinita, L., Toyiba, N., Hidayat, F., & Panorama, M. 2023. *Pengaruh Digital Payment Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat.* Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Vol. 5 No. 5. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.2572>.

Safwan, S. K. 2021. *Wisdom Of Zakat (Muzakki Behavioral Phenomenon Of Paying Zakat For Professionals In Langsa City, Aceh Province).* Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis Vol. 4 No. 2. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1666>.

Sari, A. P. 2019. *Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Proyek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.Com.* Manajemen Dan Bisnis Islam Vol. 2 No. 1.

Sarwat, A. 2019. *Ensiklopedia Fikih Indonesia 4: Zakat.* Gramedia Pusaka Utama: Jakarta.

Satria A. P. & Permatasari, R. I. 2021. *Pengaruh Penerapan Standar Operasional Prosedur Dan Kompetensi Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Divisi Ekspor Pt. Dua Kuda Indonesia.* Jurnal Ilmiah M-Progress Vol. 11 No. 1. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i1.600>.

Setiawati. 2021. *Analisis pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI.* Jurnal Inovasi Penelitian Vol. 8 No. 1. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i8.308>.

Shafi, M. F., Cahyadi, N., & Harianto, P. 2024. *Analisis Motivasi Muzakki Dalam Keputusan Mengeluarkan Zakat.* Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi Vol. 5 No. 3. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v5i3.1822>.

Sisdianto, E., Fitri, A., & Isnaini, D. 2021. *Penerapan Pembayaran Zakat Digital Dalam Presfektif Ekonomi Islam (Cashless Society).* Jurnal Keuangan dan Perbankan Vol. 4. No. 2. <https://doi.org/10.24127/jf.v4i2.644>.

Sufyan, Y., & Mas'ud, F. 2022. *Determinant Model of Decision to Use the Online Donation Platform: Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior Approach.* Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 9 No. 6. <https://doi.org/10.20473/Vol.9iss20226pp884-897>.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif.* Alfabeta: Jakarta.

Suherli, I. R., Khomaeny, E. F. F., Pribadi, P., Supriatna, N., & Alamsyah, A. 2022. *Kaum Pekerja sebagai Objek Zakat Profesi di Era Ekonomi Kontemporer.* Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah, 5(6), 2335–2346. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2280>.

Sukmawati, H., Wisandani, I., & Kurniaputri, M. R. 2022. *Penerimaan dan*

Penggunaan Muzakki dalam Membayar Zakat Non-Tunai di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan Vol. 9 No. 4. <https://doi.org/10.20473/Vol.9iss20224pp439-452>.

Sulisdika Salsa, Teuku Muhammad Syahrizal, & Nurlina, E. 2022. *Determinan Intensi Perilaku Muslim Kota Banda Aceh Berdonasi Melalui Digital Payment.* Jurnal Ilmiah Muamalah Vol. 14 No. 1. <https://doi.org/10.47498/tasyri.v14i1.1096>.

Sumadi. 2019. *Optimalisasi Potensi Dana Zakat, Infaq, Sadaqah Dalam Pemerataan Ekonomi Di Kabupaten Sukoharjo.* Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 3 No. 1. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.68>.

Suryadi, N., & Rimet. 2023. *Perkebunan (Studi Kasus Petani Di Kabupaten Bengkalis-Riau).* Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Vol. 20 No. 1. <https://doi.org/10.31849/jieb.v20i1.11572>.

Susilowati, S. V., Indriayu, M., & Sudarno. 2018. *Pengaruh Pendidikan Konsumen dan Tingkat Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS.* BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi. <https://doi.org/10.20961/bise.v4i2.23084>.

Susnita, T. A. 2020. *Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Helmi Hendra Motor Kabupaten Majalengka Dealer Resmi Honda.* Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Vol. 2 No. 2. https://doi.org/10.1007/springerreference_1459.

Suyadi, N., Museliza, V., Rimet, & Nurani, R. 2022. *T Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kampar Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat.* Jurnal Pendidikan Manajemen dan Kewiraswastaan Vol. 3 No. 3. <https://doi.org/10.37385/msej.v3i3.855>

Wirosari, T. R., & Fanani, Z. 2017. *Pengaruh Umur, Gender, Dan Pendidikan Terhadap Perilaku Risiko Auditor Dalam Konteks Audit Atas Laporan Keuangan.* Taufiequr: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 27 No. 1. <https://doi.org/10.20473/jeba.V27I12017.132-148>.

Zulkarnain, Wahab, A., & Syaharuddin, S. 2020. *Peran Ta'awun dalam Mengentas Kemiskinan di Kota Makassar.* Jurnal Ekonomi Islam Vol. 16 No. 2. <https://doi.org/10.30603/ab.v16i2.1755>.

Zurosny, E. 2021. *Perilaku Konsumen di Era Modern.* Yayasan PAT: Semarang.

L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel (kuantitatif)	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Fikri Izzuddin & Kholilul Rohman (2022)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah Non Tunai	X: Persepsi, dan Norma Subjektif Y: Persepsi Kegunaan, Sikap, dan Keputusan (digital)	Kuantitatif	Keputusan membayar ZIS non tunai dipengaruhi oleh pengetahuan, media sosial, umur, tingkat pendapatan, tempat tinggal, pengguna, sikap, norma subjektif, persepsi kontrol dan perilaku.
2.	Munawar et al., (2022)	Analisa Pengaruh Transparansi, Kredibilitas, Pengetahuan, Religiusitas Terhadap Motivasi Membayar Zakat Dengan Teknologi Digital Variabel Moderating Di Laz Nurul Hayat Medan	X : Transparansi, Kredibilitas, Pengetahuan, dan Religiusitas, Y: Teknologi Z: Motivasi	Kuantitatif	Variabel transparansi, kredibilitas, pengetahuan, religiusitas berpengaruh terhadap motivasi membayar zakat. Namun, teknologi memperlemah hubungan transparansi, kredibilitas, dan pengetahuan terhadap motivasi.
3	Astuti & Prijanto (2021)	Faktor yang Mempengaruhi Minat <i>Muzakki</i> dalam Membayar Zakat melalui Kitabisa.com: <i>Planner Behavior</i>	X: Persepsi Kemudahan, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Perilaku Y: Persepsi Kegunaan, Sikap, Minat	Kuantitatif	Persepsi kemudahan penggunaan, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, dan sikap mempengaruhi minat membayar zakat secara digital melalui kitabisa.com.

4	Ritonga et al., (2023)	Pengaruh Kepercayaan, Pengetahuan, dan Aksesibilitas terhadap Keputusan <i>Muzakki</i> dalam menggunakan Digital Payment	X: Kepercayaan, Pengetahuan, dan Aksesibilitas Y: Keputusan <i>muzakki</i>	Kuantitatif	Kepercayaan, pengetahuan, dan aksesibilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan <i>muzakki</i> menggunakan layanan digital payment.
5	Ninglasari (2021)	Determinants Of <i>Online Zakat Intention</i> amongst <i>Muslim Millenials: An Integration Of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior</i>	X: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Sikap, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol Y: Minat Zakat	Kuantitatif	Variabel norma subjektif, sikap, dan persepsi kontrol mempengaruhi niat <i>muzakki</i> untuk membayar zakat melalui fintech. Persepsi kemudahan pengguna dan persepsi kegunaan tidak berpengaruh.
6.	Putri (2021)	Pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap tingkat partisipasi masyarakat jember dalam pembayaran zakat secara <i>online</i>	X: Pengetahuan dan motivasi Y: Partisipasi masyarakat	Kuantitatif	Pengetahuan dan motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap partisipasi zakat <i>online</i> pada masyarakat Kabupaten Bandung.
7	Priyojadmiko (2022)	Analisis pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dengan religiusitas dan niat terhadap keputusan <i>muzakki</i> dalam membayar zakat	X: sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dengan religiusitas dan niat Y: Keputusan <i>muzakki</i>	Kuantitatif	Pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku religiusitas dan niat memiliki pengaruh terhadap Keputusan <i>muzakki</i> dalam Membayar Zakat.

8.	Sukmawati et al., (2022)	Penerimaan dan Penggunaan <i>Muzakki</i> dalam Membayar Zakat Non-tunai di Jawa Barat: <i>Ekstensi Teori Technology of Acceptance</i>	X: Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Y: Sikap, Intensi, dan <i>actual use</i> Z: Motivasi Spiritual	Kuantitatif	Variabel sikap, motivasi, persepsi kemudahan, persepsi kegunaan mempengaruhi minat <i>muzakki</i> dalam melakukan pembayaran ZIS.
9.	Febriyanti et al., (2024)	Faktor-faktor yang memengaruhi membayar zakat secara <i>online</i> keputusan <i>Muzakki</i>	X : pengetahuan zakat, pengetahuan digital, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan <i>compromise effect</i> Y: Keputusan membayar zakat	Kuantitatif	Keputusan membayar zakat profesi menggunakan sistem pembayaran zakat digital dipengaruhi oleh pengetahuan zakat, pengetahuan digital, persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan <i>compromise effect</i> .
10	Fitriyah (2021)	Pengaruh Preferensi <i>Muzakki</i> terhadap Pembayaran Zakat secara <i>Online</i> (Studi pada <i>Muzakki</i> Kota Jakarta)	X: Pengetahuan teknologi, pengetahuan zakat, pendapatan, dan tabungan Y: pembayaran Zakat	Kuantitatif	Pembayaran zakat <i>online</i> dipengaruhi secara parsial dan signifikan oleh pengetahuan teknologi, pengetahuan zakat, pendapatan, dan tabungan.

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Sikap terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital di Kota Makassar

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Ratih Ayu Fadillah, mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar dalam rangka sedang merancang penelitian sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi akhir.

Kuesioner merupakan salah satu cara untuk mendapatkan penelitian. Oleh karena itu, saya memohon bantuan Bapak/Ibu/Saudari/Saudari untuk mengisi kuesioner dengan jujur dan lengkap. Semua informasi yang dikumpulkan dari hasil kuesioner tidak akan dibagikan kepada orang lain dan hanya digunakan untuk kepentingan pendidikan.

Demikian surat ini disampaikan, saya mengucapkan terima kasih atas perhatian dan partisipasi yang diberikan.

BillahiFiiSabililhaq Fastabiqul Khaerat

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya

Ratih Ayu Fadillah
NIM. 105741100620

Kuesioner Penelitian dapat diakses melalui Link atau Barcode berikut:

<https://bit.ly/ZakatBerbasisDigitalKotaMakassar>



I. IDENTITAS PENELITI

Nama : Ratih Ayu Fadillah
 Nim : 105741100620
 Asal Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar
 Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/Ekonomi Islam
 No. HP : 081918182100

II. JUDUL PENELITIAN

PENGARUH PENGETAHUAN, MOTIVASI, DAN SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT BERBASIS DIGITAL DI KOTA MAKASSAR

II. Petunjuk Pengisian

1. Sebelum mengisi pernyataan dan pertanyaan berikut, saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudari/Saudari terlebih dahulu untuk membaca petunjuk pengisian.
2. Pada setiap butir pertanyaan, pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu/Saudara/Saudari.
3. Berilah tanda centang (✓) pada setiap pernyataan yang Bapak/Ibu/Saudari/Saudari pilih.
4. Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan memberikan tanda centang (✓) Terdapat tingkat 1-5 pilihan jawaban, adapun rinciannya:

No.	Bobot	Pertanyaan
1	1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	2	Tidak Setuju (TS)
3	3	Netral (N)
4	4	Setuju (S)
5	5	Sangat Setuju (SS)

III. Pertanyaan Screening

Apakah anda pernah membayar zakat melalui platform digital?

- a. Pernah
- b. Belum Pernah

Jika belum pernah, maka tidak perlu melanjutkan untuk mengisi pernyataan.

IV. Identitas Responden

Mohon Bapak/Ibu/Saudara bersedia mengisi daftar isian berikut dengan cara menjawab atau memberi tanda ceklis (✓) sesuai dengan kondisi sebetulnya.

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Perempuan

Usia : <20

20-30

31-40

41-50

>50

Pendidikan : SMA

S-1

S-2

S-3

Lainnya :

Pekerjaan : PNS

Karyawan Swasta

- Wiraswasta
- Mahasiswa
- Pelajar
- Lainnya :.....

Platform yang digunakan pembayaran Zakat:

- Aplikasi LAZ
- Mobile Banking
- Internet Banking
- QRIS
- Virtual Account
- Lainnya :.....

Jenis Zakat yang disalurkan :

- Zakat Fitrah
- Zakat Maal
- Zakat Profesi
- Zakat Emas dan Perak
- Zakat Pertanian
- Zakat Perdagangan
- Zakat Saham, Obligasi, dan Surat Berharga
- Lainnya :.....

1) Pengetahuan (X₁)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Pengetahuan Dasar Zakat						
1	Saya mengetahui perintah Allah SWT untuk melaksanakan zakat yang harus dipatuhi					
2	Saya mengetahui adanya kerja sama antara lembaga pengelola zakat dan platform digital sebagai tempat penyedia untuk membayar zakat					
Pengetahuan Kewajiban Zakat						
1	Saya mengetahui bahwa setiap muslim yang memenuhi rukun dan syarat wajib untuk membayar zakat					
Pengetahuan Golongan Penerima Zakat						
1	Saya mengetahui orang-orang yang berhak menerima zakat					
Pengetahuan Nisab dan Haul Zakat						
1	Saya mengetahui nisab dan haul dalam membayar zakat fitrah dan zakat harta					
Pengetahuan Sasaran dan Prosedur Zakat						
1	Saya mengetahui objek yang menjadi sasaran untuk membayar zakat					
2	Saya mengetahui prosedur untuk melakukan pembayaran zakat melalui digital					

2) Motivasi (X₂)

Rasa Yakin Prosedur Membayar Zakat sesuai Syariah						
1	Saya membayar zakat kepada lembaga pengelola melalui digital karena terdapat rasa kepercayaan bahwa zakat akan dikelola dan disalurkan dengan benar					
2	Saya menggunakan jasa lembaga zakat melalui digital karena prosedur yang dilakukan tidak bertentangan dengan prinsip syariah Islam					
NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Loyalitas Membayar Zakat						
1	Saya berzakat karena harta berasal dari titipan Allah SWT juga perintah untuk mengeluarkan kepada golongan yang menerima zakat					
2	Saya mengharapkan keridhaan Allah SWT dan berjihad di jalannya dengan membayar zakat sesuai ketentuan					
Rasa Berlega Hati Membayar Zakat						
1	Saya beribadah dan mengeluarkan zakat sembari berlega hati atas segala rahmat yang dianugerahkan Allah SWT					
2	Rasa berlega hati yang memotivasi saya untuk segera membayar zakat					
Tingkat Pendapatan Mengeluarkan Zakat						
1	Adanya kenaikan pendapatan sehingga saya meneguhkan hati tidak menunda perintah untuk membayay zakat					
Bentuk Sosial Membayar Zakat						
1	Adanya motivasi sehingga saya membayarkan zakat di lembaga pengelola zakat melalui digital					
2	Membayar zakat diharapkan dapat membantu masyarakat yang merasakan kesulitan					
3	Membayar zakat merupakan rasa sosial saya untuk membersihkan harta dan mengharapkan karunia nikmatnya Allah SWT					

3) Sikap (X_3)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Sikap Individu Mencerminkan Pengetahuan						
1	Membayar zakat melalui digital dapat mencerminkan pengetahuan dan pandangan saya atas teknologi yang digunakan					
Perasaan Individu atas Pemakaian Sistem						
1	Saya merasa puas memakai sistem digital untuk membayar zakat					
Kecenderungan Individu Memakai Sistem						
1	Membayar zakat melalui digital memudahkan saya dalam melakukan pembayaran					

4) Keputusan (Y_1)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Pilihan Layanan Membayar Zakat						
1	Saya terlebih dahulu melakukan survei terhadap layanan digital yang akan digunakan untuk membayar zakat					
Pertimbangan dan Keyakinan Membayar Zakat						
1	Saya memutuskan dengan penuh pertimbangan untuk membayar zakat melalui digital					
2	Saya memiliki keyakinan terhadap platform digital yang digunakan untuk membayar zakat					
Kepuasan Membayar Zakat terhadap Layanan						
1	Saya merasa lega karena telah membayar zakat melalui digital					
2	Saya merasa lega karena dapat membayar zakat tanpa adanya keterbatasan waktu dan jumlah yang akan dikeluarkan					
Rasa Aman Melakukan Transaksi						
1	Saya mendapatkan kenyamanan sehingga akan terus membayar zakat melalui digital					
2	Saya merasa nyaman membayar zakat melalui digital sehingga akan merekomendasikannya kepada orang lain					

Lampiran 3 Tabulasi Data

Hasil Kuesioner

No	Nama	Item Jawaban							Skor
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1	Responden 1	5	5	4	5	4	4	4	31
2	Responden 2	5	5	5	5	5	5	5	35
3	Responden 3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	Responden 4	5	5	5	4	2	4	5	30
5	Responden 5	4	4	5	4	4	5	4	30
6	Responden 6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	Responden 7	4	4	4	5	4	5	4	30
8	Responden 8	5	5	4	4	4	4	5	31
9	Responden 9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	Responden 10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	Responden 11	5	5	4	5	5	4	4	32
12	Responden 12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	Responden 13	4	5	3	4	5	4	3	28
14	Responden 14	5	4	5	5	4	5	5	33
15	Responden 15	4	3	4	4	4	4	5	28
16	Responden 16	4	5	5	4	4	4	4	30
17	Responden 17	5	5	4	4	5	4	5	32
18	Responden 18	4	4	4	5	5	4	5	31
19	Responden 19	4	5	4	4	4	4	5	30
20	Responden 20	5	5	5	5	5	5	5	35
21	Responden 21	4	4	5	5	4	4	5	31
22	Responden 22	5	5	5	4	5	5	4	33
23	Responden 23	4	4	4	4	4	4	5	29
24	Responden 24	5	4	4	4	5	4	4	30
25	Responden 25	4	4	4	5	4	5	4	30
26	Responden 26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	Responden 27	5	5	4	5	5	5	5	34
28	Responden 28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	Responden 29	5	5	4	5	4	4	4	31
30	Responden 30	4	4	4	4	4	4	3	27
31	Responden 31	5	5	5	4	4	5	4	32
32	Responden 32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	Responden 33	5	4	4	4	5	5	5	32
34	Responden 34	4	4	5	5	4	4	4	30
35	Responden 35	5	4	5	4	5	5	4	32
36	Responden 36	4	4	4	4	4	4	3	27
37	Responden 37	4	4	4	4	4	4	3	27
38	Responden 38	5	5	4	5	5	4	5	33
39	Responden 39	4	4	5	5	4	4	4	30
40	Responden 40	4	4	5	4	4	5	3	29

No	Nama	Item Jawaban							Skor
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
41	Responden 41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	Responden 42	4	4	4	4	4	4	3	27
43	Responden 43	4	4	4	5	4	5	4	30
44	Responden 44	5	5	5	5	4	5	5	34
45	Responden 45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	Responden 46	4	4	5	5	4	4	5	31
47	Responden 47	5	5	5	5	5	5	5	35
48	Responden 48	4	4	4	5	4	4	4	29
49	Responden 49	4	5	4	4	4	4	4	29
50	Responden 50	4	4	4	4	4	5	5	30
51	Responden 51	4	4	4	4	4	5	5	30
52	Responden 52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	Responden 53	4	4	4	5	4	4	3	28
54	Responden 54	4	4	4	4	3	5	4	28
55	Responden 55	4	4	4	4	4	4	3	27
56	Responden 56	3	3	4	3	4	3	2	22
57	Responden 57	4	5	4	5	4	4	4	30
58	Responden 58	4	4	4	4	4	4	4	28
59	Responden 59	4	4	4	4	4	5	4	29
60	Responden 60	5	4	5	5	5	4	5	33
61	Responden 61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	Responden 62	5	5	4	4	5	4	4	31
63	Responden 63	4	5	4	4	4	4	4	29
64	Responden 64	4	4	5	5	3	4	5	30
65	Responden 65	4	4	5	4	4	4	5	30
66	Responden 66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	Responden 67	5	4	5	5	4	5	4	32
68	Responden 68	5	5	4	5	5	4	4	32
69	Responden 69	4	4	4	4	4	4	4	28
70	Responden 70	4	4	5	5	4	5	5	32
71	Responden 71	4	4	4	4	4	4	3	27
72	Responden 72	5	5	4	4	4	5	3	30
73	Responden 73	5	5	4	4	4	5	5	32
74	Responden 74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	Responden 75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	Responden 76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	Responden 77	4	4	4	4	4	5	4	29
78	Responden 78	4	4	4	4	4	4	3	27
79	Responden 79	4	4	5	4	4	4	5	30
80	Responden 80	4	4	4	4	3	4	3	26

No	Nama	Item Jawaban							Skor
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
81	Responden 81	4	5	4	4	4	4	4	29
82	Responden 82	5	5	5	5	5	5	5	35
83	Responden 83	5	5	5	5	4	5	4	33
84	Responden 84	4	4	4	4	4	5	3	28
85	Responden 85	5	4	5	5	5	4	4	32
86	Responden 86	4	4	5	5	4	4	4	30
87	Responden 87	5	4	5	4	4	5	4	31
88	Responden 88	5	5	5	5	5	5	5	35
89	Responden 89	4	5	4	5	2	4	4	28
90	Responden 90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	Responden 91	4	4	5	5	4	4	4	30
92	Responden 92	3	4	4	4	4	5	4	28
93	Responden 93	4	5	4	4	4	4	4	29
94	Responden 94	4	4	4	4	4	4	4	28
95	Responden 95	4	4	3	4	4	4	3	26
96	Responden 96	4	4	4	4	4	4	4	28
97	Responden 97	4	4	5	4	3	4	4	28
98	Responden 98	4	4	4	3	2	3	3	23
99	Responden 99	4	4	4	3	3	3	4	25
100	Responden 100	3	4	5	4	3	5	5	29
101	Responden 101	4	4	5	5	4	4	5	31
102	Responden 102	3	4	4	4	3	4	4	26
103	Responden 103	5	3	4	4	4	3	3	26
104	Responden 104	4	4	4	4	4	5	5	30
105	Responden 105	4	4	4	4	4	4	4	28
106	Responden 106	4	4	4	5	3	4	4	28
107	Responden 107	4	4	4	4	3	3	4	26
108	Responden 108	3	4	4	3	3	4	3	24
109	Responden 109	4	5	4	4	3	3	3	26
110	Responden 110	4	4	3	3	4	3	5	26
111	Responden 111	5	4	5	4	5	4	4	31
112	Responden 112	4	5	4	4	4	4	4	29
113	Responden 113	4	3	3	4	3	4	3	24
114	Responden 114	4	4	5	5	5	4	5	32
115	Responden 115	4	5	5	4	5	4	4	31
116	Responden 116	4	4	4	4	4	4	4	28
117	Responden 117	4	4	5	4	2	3	3	25
118	Responden 118	3	4	4	2	4	3	4	24
119	Responden 119	4	4	4	5	3	4	4	28
120	Responden 120	4	4	4	4	4	4	3	27
121	Responden 121	5	5	5	5	4	5	5	34
122	Responden 122	4	4	4	4	4	4	4	28
123	Responden 123	4	4	4	4	3	4	4	27
124	Responden 124	5	5	5	5	5	5	5	35
125	Responden 125	4	4	5	4	5	4	5	31

No	Nama	Item Jawaban										Skor
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	Responden 1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
2	Responden 2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
3	Responden 3	4	5	3	4	5	5	4	4	3	5	42
4	Responden 4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
5	Responden 5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
6	Responden 6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
7	Responden 7	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	40
8	Responden 8	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	40
9	Responden 9	3	3	4	4	4	4	3	2	2	4	33
10	Responden 10	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
11	Responden 11	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	46
12	Responden 12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	Responden 13	5	5	5	5	4	3	4	4	3	5	43
14	Responden 14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
15	Responden 15	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	44
16	Responden 16	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	44
17	Responden 17	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	42
18	Responden 18	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	46
19	Responden 19	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
20	Responden 20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	Responden 21	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	45
22	Responden 22	4	5	5	3	3	5	5	4	5	5	44
23	Responden 23	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
24	Responden 24	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
25	Responden 25	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	46
26	Responden 26	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	45
27	Responden 27	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	46
28	Responden 28	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	33
29	Responden 29	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
30	Responden 30	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	36
31	Responden 31	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	46
32	Responden 32	4	5	5	5	5	4	4	3	3	3	41
33	Responden 33	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	47
34	Responden 34	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	44
35	Responden 35	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	43
36	Responden 36	5	3	4	3	4	3	4	4	3	5	38
37	Responden 37	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
38	Responden 38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
39	Responden 39	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	44
40	Responden 40	3	5	4	3	4	5	4	5	3	4	40

No	Nama	Item Jawaban										Skor
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
41	Responden 41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	Responden 42	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	41
43	Responden 43	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
44	Responden 44	5	3	5	5	4	3	5	4	4	5	43
45	Responden 45	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
46	Responden 46	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	41
47	Responden 47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	Responden 48	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46
49	Responden 49	4	3	5	5	4	5	4	3	4	4	41
50	Responden 50	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45
51	Responden 51	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46
52	Responden 52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	Responden 53	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	35
54	Responden 54	4	2	5	4	4	3	5	4	5	4	40
55	Responden 55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
56	Responden 56	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	18
57	Responden 57	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
58	Responden 58	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	38
59	Responden 59	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	40
60	Responden 60	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
61	Responden 61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	Responden 62	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	34
63	Responden 63	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5	45
64	Responden 64	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
65	Responden 65	4	4	3	3	3	5	4	3	5	4	38
66	Responden 66	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	40
67	Responden 67	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47
68	Responden 68	4	3	5	4	5	4	4	3	4	5	41
69	Responden 69	4	2	3	3	4	2	4	3	3	3	31
70	Responden 70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	Responden 71	4	4	4	5	4	3	4	3	3	5	39
72	Responden 72	5	5	3	4	3	4	3	3	3	3	36
73	Responden 73	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	45
74	Responden 74	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	39
75	Responden 75	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
76	Responden 76	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
77	Responden 77	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	47
78	Responden 78	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	38
79	Responden 79	4	5	3	4	4	5	5	5	4	3	42
80	Responden 80	3	4	2	4	3	3	3	4	4	4	34

No	Nama	Item Jawaban										Skor
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
81	Responden 81	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
82	Responden 82	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
83	Responden 83	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
84	Responden 84	5	3	3	4	5	5	5	3	4	5	42
85	Responden 85	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
86	Responden 86	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	38
87	Responden 87	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	43
88	Responden 88	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
89	Responden 89	4	3	3	4	4	4	5	4	3	5	39
90	Responden 90	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	42
91	Responden 91	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	39
92	Responden 92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	Responden 93	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	40
94	Responden 94	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	41
95	Responden 95	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	31
96	Responden 96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	Responden 97	4	3	4	4	4	3	4	5	4	5	40
98	Responden 98	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	34
99	Responden 99	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	37
100	Responden 100	3	3	5	5	3	4	4	4	3	4	38
101	Responden 101	4	3	5	4	4	3	5	4	5	4	41
102	Responden 102	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	37
103	Responden 103	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	42
104	Responden 104	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	45
105	Responden 105	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
106	Responden 106	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	40
107	Responden 107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
108	Responden 108	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	39
109	Responden 109	5	3	4	3	3	4	5	4	4	5	40
110	Responden 110	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	34
111	Responden 111	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	46
112	Responden 112	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	47
113	Responden 113	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
114	Responden 114	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
115	Responden 115	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	46
116	Responden 116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
117	Responden 117	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	44
118	Responden 118	4	4	5	3	4	4	4	4	5	3	40
119	Responden 119	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
120	Responden 120	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
121	Responden 121	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
122	Responden 122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
123	Responden 123	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
124	Responden 124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
125	Responden 125	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46

No	Nama	Item Jawaban			Skor
		X3.1	X3.2	X3.3	
1	Responden 1	5	5	5	15
2	Responden 2	5	5	5	15
3	Responden 3	5	5	4	14
4	Responden 4	4	4	5	13
5	Responden 5	5	5	5	15
6	Responden 6	5	5	5	15
7	Responden 7	5	3	4	12
8	Responden 8	3	4	4	11
9	Responden 9	4	3	4	11
10	Responden 10	5	5	5	15
11	Responden 11	5	5	5	15
12	Responden 12	4	4	4	12
13	Responden 13	4	4	5	13
14	Responden 14	4	4	5	13
15	Responden 15	4	3	4	11
16	Responden 16	4	5	4	13
17	Responden 17	5	4	5	14
18	Responden 18	5	4	4	13
19	Responden 19	5	4	5	14
20	Responden 20	5	5	5	15
21	Responden 21	5	4	5	14
22	Responden 22	3	5	4	12
23	Responden 23	5	5	5	15
24	Responden 24	3	4	4	11
25	Responden 25	4	4	4	12
26	Responden 26	5	4	4	13
27	Responden 27	5	5	4	14
28	Responden 28	4	3	4	11
29	Responden 29	4	4	4	12
30	Responden 30	4	4	4	12
31	Responden 31	4	4	5	13
32	Responden 32	3	3	3	9
33	Responden 33	4	4	4	12
34	Responden 34	4	5	4	13
35	Responden 35	4	3	5	12
36	Responden 36	4	3	3	10
37	Responden 37	4	4	3	11
38	Responden 38	5	5	5	15
39	Responden 39	5	4	4	13
40	Responden 40	5	4	5	14

No	Nama	Item Jawaban			Skor
		X3.1	X3.2	X3.3	
41	Responden 41	4	4	4	12
42	Responden 42	5	4	3	12
43	Responden 43	4	3	4	11
44	Responden 44	5	4	4	13
45	Responden 45	4	4	4	12
46	Responden 46	5	5	5	15
47	Responden 47	5	5	5	15
48	Responden 48	4	5	5	14
49	Responden 49	4	3	3	10
50	Responden 50	4	5	4	13
51	Responden 51	4	5	4	13
52	Responden 52	5	5	5	15
53	Responden 53	4	4	4	12
54	Responden 54	5	5	4	14
55	Responden 55	3	3	3	9
56	Responden 56	2	3	3	8
57	Responden 57	5	4	5	14
58	Responden 58	4	4	4	12
59	Responden 59	5	5	5	15
60	Responden 60	5	5	5	15
61	Responden 61	5	5	5	15
62	Responden 62	3	3	3	9
63	Responden 63	5	4	4	13
64	Responden 64	4	5	4	13
65	Responden 65	4	4	4	12
66	Responden 66	4	5	4	13
67	Responden 67	5	4	5	14
68	Responden 68	4	5	5	14
69	Responden 69	3	2	4	9
70	Responden 70	5	5	5	15
71	Responden 71	3	3	5	11
72	Responden 72	3	3	4	10
73	Responden 73	4	4	5	13
74	Responden 74	4	4	4	12
75	Responden 75	4	4	4	12
76	Responden 76	4	5	4	13
77	Responden 77	5	4	5	14
78	Responden 78	4	4	5	13
79	Responden 79	3	5	4	12
80	Responden 80	3	2	4	9

No	Nama	Item Jawaban			Skor
		X3.1	X3.2	X3.3	
81	Responden 81	5	5	5	15
82	Responden 82	3	5	4	12
83	Responden 83	5	5	5	15
84	Responden 84	5	4	5	14
85	Responden 85	4	3	4	11
86	Responden 86	4	4	3	11
87	Responden 87	5	5	4	14
88	Responden 88	5	4	4	13
89	Responden 89	5	4	4	13
90	Responden 90	4	4	3	11
91	Responden 91	5	4	4	13
92	Responden 92	4	4	4	12
93	Responden 93	4	5	4	13
94	Responden 94	4	3	4	11
95	Responden 95	4	2	3	9
96	Responden 96	4	4	4	12
97	Responden 97	5	5	4	14
98	Responden 98	3	3	3	9
99	Responden 99	4	4	4	12
100	Responden 100	5	5	5	15
101	Responden 101	4	4	4	12
102	Responden 102	3	4	5	12
103	Responden 103	4	5	4	13
104	Responden 104	5	4	5	14
105	Responden 105	3	3	3	9
106	Responden 106	4	3	3	10
107	Responden 107	4	4	4	12
108	Responden 108	4	3	4	11
109	Responden 109	5	5	4	14
110	Responden 110	3	4	3	10
111	Responden 111	5	4	4	13
112	Responden 112	5	5	5	15
113	Responden 113	4	4	4	12
114	Responden 114	5	4	5	14
115	Responden 115	4	4	4	12
116	Responden 116	4	4	4	12
117	Responden 117	5	4	5	14
118	Responden 118	4	4	5	13
119	Responden 119	4	4	3	11
120	Responden 120	3	3	3	9
121	Responden 121	5	5	5	15
122	Responden 122	4	4	4	12
123	Responden 123	4	4	5	13
124	Responden 124	5	5	5	15
125	Responden 125	5	4	5	14

No	Nama	Item Jawaban							Skor
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
1	Responden 1	5	4	4	4	4	4	4	29
2	Responden 2	5	5	5	5	5	5	5	35
3	Responden 3	5	4	4	4	5	5	4	31
4	Responden 4	5	5	5	4	5	5	5	34
5	Responden 5	5	5	5	5	4	4	4	32
6	Responden 6	5	5	5	5	5	5	5	35
7	Responden 7	4	5	4	5	5	4	4	31
8	Responden 8	4	4	4	5	5	3	5	30
9	Responden 9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	Responden 10	5	5	5	5	5	5	4	34
11	Responden 11	5	5	5	4	5	5	4	33
12	Responden 12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	Responden 13	3	4	4	5	4	4	3	27
14	Responden 14	5	5	5	5	4	4	5	33
15	Responden 15	3	4	3	4	3	4	2	23
16	Responden 16	5	4	4	5	4	4	5	31
17	Responden 17	5	4	4	5	3	5	5	31
18	Responden 18	4	5	5	5	4	4	5	32
19	Responden 19	4	4	5	4	4	4	5	30
20	Responden 20	5	5	5	5	5	5	5	35
21	Responden 21	5	4	4	4	4	4	4	29
22	Responden 22	3	5	5	4	5	5	5	32
23	Responden 23	5	4	5	5	5	4	5	33
24	Responden 24	4	4	5	4	3	4	5	29
25	Responden 25	5	4	5	5	5	4	4	32
26	Responden 26	5	4	4	3	4	5	5	30
27	Responden 27	4	5	5	5	4	4	5	32
28	Responden 28	4	4	4	4	4	3	4	27
29	Responden 29	4	4	5	5	5	5	5	33
30	Responden 30	4	3	4	4	3	3	3	24
31	Responden 31	5	4	5	5	5	4	4	32
32	Responden 32	5	4	5	5	3	3	4	29
33	Responden 33	4	4	5	4	4	5	4	30
34	Responden 34	4	5	4	5	5	5	4	32
35	Responden 35	4	4	5	4	5	5	5	32
36	Responden 36	3	3	4	3	3	3	4	23
37	Responden 37	4	4	4	4	4	3	4	27
38	Responden 38	5	5	5	5	5	5	5	35
39	Responden 39	5	4	5	4	5	5	4	32
40	Responden 40	5	5	4	4	5	5	4	32

No	Nama	Item Jawaban							Skor
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
41	Responden 41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	Responden 42	4	4	4	5	4	4	5	30
43	Responden 43	5	4	5	5	5	4	4	32
44	Responden 44	5	3	4	4	4	3	5	28
45	Responden 45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	Responden 46	5	4	4	5	5	4	4	31
47	Responden 47	5	5	5	5	5	5	5	35
48	Responden 48	4	5	4	4	5	4	4	30
49	Responden 49	4	4	4	4	3	5	4	28
50	Responden 50	4	5	5	4	4	4	5	31
51	Responden 51	4	5	5	4	5	5	4	32
52	Responden 52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	Responden 53	3	3	4	4	3	3	3	23
54	Responden 54	4	4	4	5	4	5	4	30
55	Responden 55	3	3	3	3	3	3	3	21
56	Responden 56	3	3	2	4	4	4	4	24
57	Responden 57	4	4	4	4	5	3	4	28
58	Responden 58	4	3	4	4	3	4	4	26
59	Responden 59	4	4	4	4	4	5	4	29
60	Responden 60	5	5	5	4	5	5	4	33
61	Responden 61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	Responden 62	4	3	4	4	3	2	3	23
63	Responden 63	4	4	4	5	5	3	4	29
64	Responden 64	2	5	5	4	4	2	4	26
65	Responden 65	4	4	4	3	4	5	5	29
66	Responden 66	4	4	5	3	4	4	5	29
67	Responden 67	4	5	5	5	4	5	5	33
68	Responden 68	5	5	5	5	5	3	5	33
69	Responden 69	3	4	4	4	3	2	3	23
70	Responden 70	5	5	5	5	5	5	5	35
71	Responden 71	5	3	4	5	4	2	4	27
72	Responden 72	3	3	3	4	3	3	4	23
73	Responden 73	5	4	5	5	5	4	4	32
74	Responden 74	4	4	4	4	4	3	5	28
75	Responden 75	4	4	4	4	4	3	4	27
76	Responden 76	4	3	4	4	4	4	5	28
77	Responden 77	5	5	5	5	5	4	4	33
78	Responden 78	5	5	3	3	5	4	3	28
79	Responden 79	5	5	4	4	4	4	4	30
80	Responden 80	5	4	4	3	4	4	4	28

No	Nama	Item Jawaban							Skor
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
81	Responden 81	3	4	3	4	5	4	5	28
82	Responden 82	4	4	4	3	5	3	4	27
83	Responden 83	4	4	5	5	5	5	5	33
84	Responden 84	4	5	3	5	4	3	5	29
85	Responden 85	4	3	3	4	4	4	4	26
86	Responden 86	3	5	5	3	4	4	4	28
87	Responden 87	4	4	5	4	4	5	4	30
88	Responden 88	4	4	5	5	4	4	5	31
89	Responden 89	5	4	4	5	5	4	5	32
90	Responden 90	4	3	4	5	4	5	4	29
91	Responden 91	4	4	4	4	4	4	5	29
92	Responden 92	4	4	4	5	5	5	5	32
93	Responden 93	4	4	4	4	4	4	4	28
94	Responden 94	4	4	4	4	3	4	3	26
95	Responden 95	3	3	3	4	3	4	3	23
96	Responden 96	4	4	4	4	4	4	4	28
97	Responden 97	3	4	3	5	4	3	5	27
98	Responden 98	3	3	4	4	4	3	4	25
99	Responden 99	4	4	4	5	4	3	4	28
100	Responden 100	4	5	5	4	3	5	4	30
101	Responden 101	4	4	4	4	4	3	4	27
102	Responden 102	4	5	5	4	4	3	4	29
103	Responden 103	4	4	5	5	5	4	3	30
104	Responden 104	5	4	5	5	4	3	4	30
105	Responden 105	3	3	4	4	4	4	4	26
106	Responden 106	4	3	4	4	4	3	4	26
107	Responden 107	4	3	4	4	4	4	4	27
108	Responden 108	3	4	4	5	4	4	3	27
109	Responden 109	4	3	5	4	4	4	3	27
110	Responden 110	3	4	3	4	4	4	3	25
111	Responden 111	5	5	5	4	5	4	5	33
112	Responden 112	5	5	5	5	5	5	5	35
113	Responden 113	4	4	3	4	4	3	4	26
114	Responden 114	5	5	5	5	5	4	5	34
115	Responden 115	5	5	4	5	4	5	4	32
116	Responden 116	4	4	4	4	4	3	4	27
117	Responden 117	5	4	4	5	3	4	4	29
118	Responden 118	4	3	5	4	4	5	4	29
119	Responden 119	5	4	5	5	5	5	5	34
120	Responden 120	3	3	3	3	3	3	3	21
121	Responden 121	5	5	5	5	5	5	5	35
122	Responden 122	4	4	4	4	4	4	4	28
123	Responden 123	4	4	5	4	4	4	4	29
124	Responden 124	5	5	5	5	5	5	5	35
125	Responden 125	4	5	5	4	5	5	4	32

Lampiran 4 Metode Analisis Data

Uji Valditas X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	,547**	,367**	,483**	,514**	,408**	,380**	,757**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
X1.2	Pearson Correlation	,547**	1	,226*	,335**	,325**	,315**	,337**	,622**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,011	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
X1.3	Pearson Correlation	,367**	,226*	1	,451**	,226*	,387**	,444**	,632**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,011		0,000	0,011	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
X1.4	Pearson Correlation	,483**	,335**	,451**	1	,330**	,444**	,415**	,713**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
X1.5	Pearson Correlation	,514**	,325**	,226*	,330**	1	,384**	,356**	,673**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,011	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
X1.6	Pearson Correlation	,408**	,315**	,387**	,444**	,384**	1	,401**	,691**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
X1.7	Pearson Correlation	,380**	,337**	,444**	,415**	,356**	,401**	1	,717**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Pengetahuan	Pearson Correlation	,757**	,622**	,632**	,713**	,673**	,691**	,717**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	125	125	125	125	125	125	125	125

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

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

Uji Validitas X2

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Motivasi
X2.1	Pearson Correlation	1	,494**	,472**	,443**	,505**	,431**	,521**	,353**	,444**	,411**	,709**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
X2.2	Pearson Correlation	,494**	1	,309**	,446**	,422**	,599**	,409**	,474**	,393**	,343**	,707**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
X2.3	Pearson Correlation	,472**	,309**	1	,516**	,526**	,357**	,508**	,323**	,467**	,386**	,680**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
X2.4	Pearson Correlation	,443**	,446**	,516**	1	,514**	,345**	,417**	,324**	,428**	,442**	,684**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
X2.5	Pearson Correlation	,505**	,422**	,526**	,514**	1	,504**	,496**	,405**	,446**	,475**	,739**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
X2.6	Pearson Correlation	,431**	,599**	,357**	,345**	,504**	1	,505**	,403**	,415**	,340**	,703**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
X2.7	Pearson Correlation	,521**	,409**	,508**	,417**	,496**	,505**	1	,589**	,582**	,562**	,788**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
X2.8	Pearson Correlation	,353**	,474**	,323**	,324**	,405**	,403**	,589**	1	,515**	,376**	,681**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
X2.9	Pearson Correlation	,444**	,393**	,467**	,428**	,446**	,415**	,582**	,515**	1	,350**	,723**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
X2.10	Pearson Correlation	,411**	,343**	,386**	,442**	,475**	,340**	,562**	,376**	,350**	1	,652**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
Motivasi	Pearson Correlation	,709**	,707**	,680**	,684**	,739**	,703**	,788**	,681**	,723**	,652**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125

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

Uji Validitas X3

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Sikap
X3.1	Pearson Correlation	1	,500**	,537**	,829**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125
X3.2	Pearson Correlation	,500**	1	,471**	,818**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000
	N	125	125	125	125
X3.3	Pearson Correlation	,537**	,471**	1	,806**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000
	N	125	125	125	125
Sikap	Pearson Correlation	,829**	,818**	,806**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	
	N	125	125	125	125

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

Uji Validitas Y

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Keputusan
Y1	Pearson Correlation	1	,399**	,446**	,388**	,463**	,374**	,387**	,716**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y2	Pearson Correlation	,399**	1	,502**	,315**	,526**	,407**	,378**	,728**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y3	Pearson Correlation	,446**	,502**	1	,336**	,411**	,384**	,400**	,717**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y4	Pearson Correlation	,388**	,315**	,336**	1	,365**	,196*	,332**	,587**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,029	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y5	Pearson Correlation	,463**	,526**	,411**	,365**	1	,415**	,424**	,744**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y6	Pearson Correlation	,374**	,407**	,384**	,196*	,415**	1	,335**	,670**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,029	0,000		0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Y7	Pearson Correlation	,387**	,378**	,400**	,332**	,424**	,335**	1	,668**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125
Keputusan	Pearson Correlation	,716**	,728**	,717**	,587**	,744**	,670**	,668**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	125	125	125	125	125	125	125	125

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

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

Uji Reliabilitas X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	125	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,809	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item
X1.1	25,38	6,174	0,656	0,767
X1.2	25,35	6,633	0,490	0,794
X1.3	25,32	6,574	0,499	0,792
X1.4	25,34	6,179	0,587	0,777
X1.5	25,58	6,035	0,504	0,794
X1.6	25,40	6,274	0,561	0,782
X1.7	25,50	5,800	0,557	0,784

Uji Reliabilitas X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	125	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,887	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item
X2.1	37,50	22,252	0,638	0,875
X2.2	37,74	21,067	0,608	0,877
X2.3	37,51	22,139	0,595	0,877
X2.4	37,52	22,123	0,601	0,877
X2.5	37,57	21,989	0,672	0,873
X2.6	37,68	21,558	0,613	0,876
X2.7	37,46	21,331	0,726	0,868
X2.8	37,85	21,904	0,591	0,878
X2.9	37,73	21,071	0,631	0,875
X2.10	37,58	22,487	0,566	0,879

Uji Reliabilitas X3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	125	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,750	3

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	8,36	1,539	0,603	0,637
X3.2	8,50	1,494	0,554	0,698
X3.3	8,38	1,656	0,581	0,665

Uji Reliabilitas Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	125	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,815	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	25,31	8,410	0,587	0,785
Y2	25,37	8,444	0,608	0,782
Y3	25,20	8,516	0,594	0,784
Y4	25,18	9,264	0,445	0,808
Y5	25,29	8,368	0,629	0,778
Y6	25,48	8,316	0,498	0,804
Y7	25,29	8,755	0,533	0,794

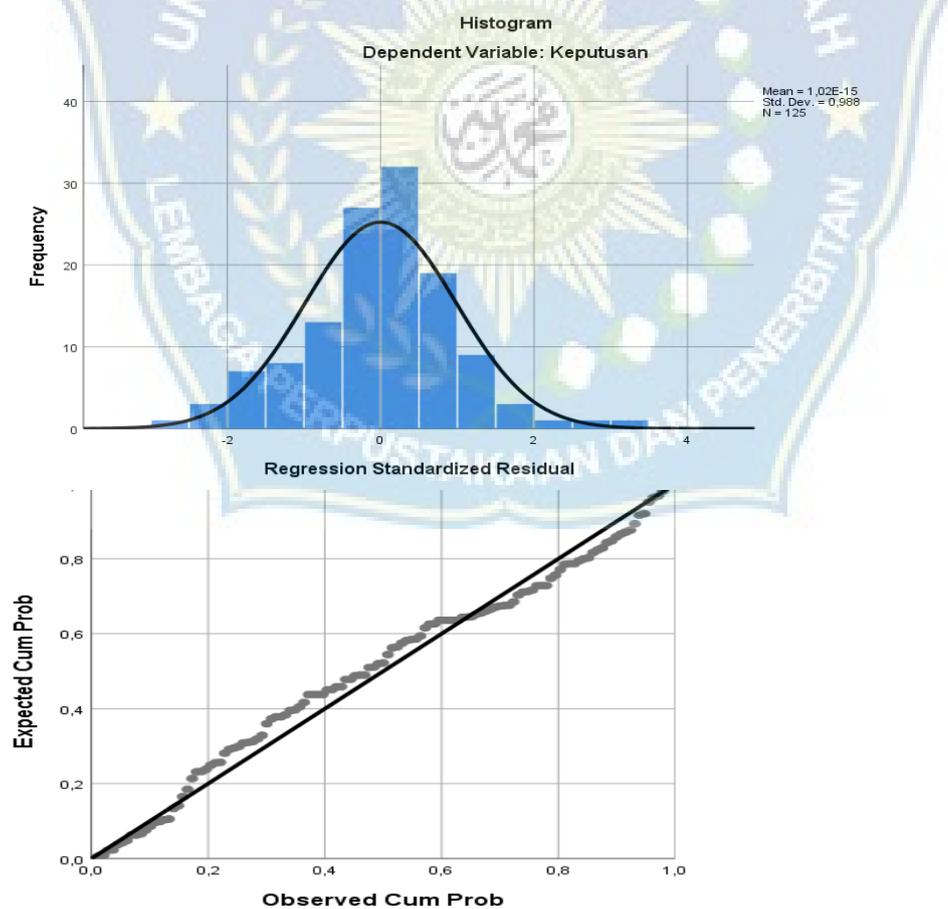
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,97142821
Most Extreme Difference ^s	Absolute	0,069
	Positive	0,053
	Negative	-0,069
Test Statistic		0,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Grafik Normalitas



Uji Multikolinearitas

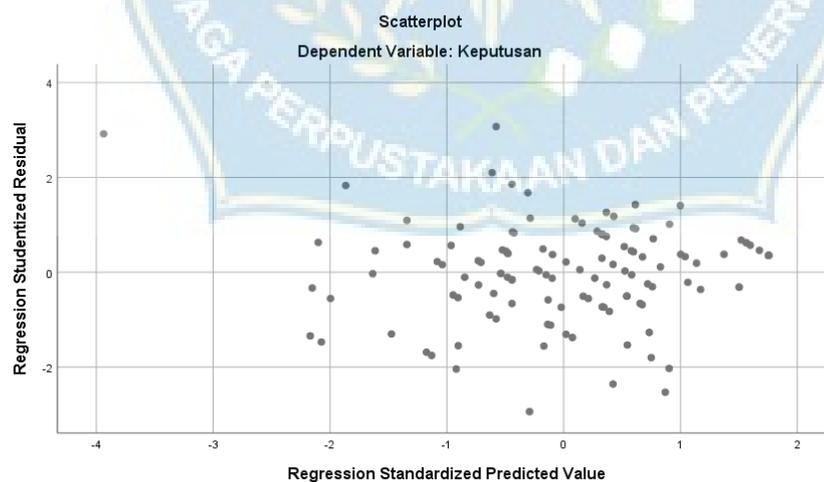
		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4,338	1,906		2,276	0,025		
	Pengetahuan	0,214	0,086	0,182	2,470	0,015	0,522	1,917
	Motivasi	0,260	0,062	0,399	4,228	0,000	0,318	3,140
	Sikap	0,631	0,150	0,331	4,218	0,000	0,459	2,179

a. Dependent Variable: Keputusan

Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,737	1,200		3,114	0,002
	Pengetahuan	0,001	0,054	0,002	0,019	0,985
	Motivasi	-0,003	0,039	-0,011	-0,072	0,943
	Sikap	-0,171	0,094	-0,236	-1,814	0,072

a. Dependent Variable: ABS_RES



Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,338	1,906		2,276	0,025
	Pengetahuan	0,214	0,086	0,182	2,470	0,015
	Motivasi	0,260	0,062	0,399	4,228	0,000
	Sikap	0,631	0,150	0,331	4,218	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,811 ^a	0,657	0,649	1,996

a. Predictors: (Constant), Sikap, Pengetahuan, Motivasi

Uji Hipotesis

UJI Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	923,270	3	307,757	77,270	,000 ^b
	Residual	481,930	121	3,983		
	Total	1405,200	124			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Sikap, Pengetahuan, Motivasi

UJI Parsial (T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,338	1,906		2,276	0,025
	Pengetahuan	0,214	0,086	0,182	2,470	0,015
	Motivasi	0,260	0,062	0,399	4,228	0,000
	Sikap	0,631	0,150	0,331	4,218	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan

Lampiran 5 Permohonan Izin Penelitian


**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Telp.866972 Fax (0411)865588 Makassar 90221 e-mail :ip3m@unismuh.ac.id

Nomor : 3879/05/C.4-VIII/III/1445/2024 08 March 2024 M
 Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal 27 Sya'ban 1445
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

 Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal & PTSP Provinsi Sulawesi Selatan
 di -

Makassar

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 191/05/A.2-II/III/45/2024 tanggal 8 Maret 2024, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **RATIH AYU FADILLAH**
 No. Stambuk : **10574 1100620**
 Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**
 Jurusan : **Ekonomi Islam**
 Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Sikap terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital di Kota Makassar"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 13 Maret 2024 s/d 13 Mei 2024.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Ketua LP3M,

Dr. Muh. Arief Muhsin, M.Pd.
NBM 1127761

Lampiran 6 Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Jendral Ahmad Yani No. 2 Makassar 90171
Website: dpmpstp.makassarkota.go.id



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor: 070/1637/SKP/SB/DPMPSTP/3/2024

DASAR:

- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Keterangan Penelitian.
- Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan Organisasi Perangkat Daerah
- Peraturan Walikota Nomor 4 Tahun 2023 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan
- Keputusan Walikota Makassar Nomor 954/503 Tahun 2023 Tentang Pendelegasian Kewenangan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, Perizinan Non Berusaha dan Non Perizinan yang Menjadi Kewenangan Pemerintah Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Makassar Tahun 2023
- Surat Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan nomor 5851/S.01/PTSP/2024, Tanggal 09 Maret 2024
- Rekomendasi Teknis Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar nomor 1638/SKP/SB/BKBP/3/2024

Dengan Ini Menerangkan Bahwa :

Nama	:	RATIH AYU FADIIJAH
NIM / Jurusan	:	105741100620 / Ekonomi Islam
Pekerjaan	:	Mahasiswa (S1) / Universitas Muhammadiyah Makassar
Alamat	:	Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar
Lokasi Penelitian	:	Terlampir,-
Waktu Penelitian	:	13 Maret 2024 - 13 April 2024
Tujuan	:	Skripsi
Judul Penelitian	:	PENGARUH PENGETAHUAN, MOTIVASI, DAN SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZAKAT BERBASIS DIGITAL DI KOTA MAKASSAR

Dalam melakukan kegiatan agar yang bersangkutan memenuhi ketentuan sebagai berikut:

- Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan untuk kepentingan penelitian yang bersangkutan selama waktu yang sudah ditentukan dalam surat keterangan ini.
- Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak sesuai / tidak ada kaitannya dengan judul dan tujuan kegiatan penelitian.
- Melaporkan hasil penelitian kepada Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar melalui email bidangekososbudkesbangpolmks@gmail.com.
- Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali apabila pemegangnya tidak menaati ketentuan tersebut diatas.



Ditetapkan di Makassar

Pada tanggal: 2024-03-18 10:48:43

Ditandatangani secara elektronik oleh
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA MAKASSAR**
HELHY BUDIHAN, S.STP., M.M.

Tembusan Kepada Yth:

- Pimpinan Lembaga/Instansi/Perusahaan Lokasi Penelitian;
- Pertinggal,-

Lampiran 7 Surat Balasan dan Persetujuan Penelitian BAZNAS



Nomor : 069/BAZNAS-MKS/III/2024
 Lampiran : -
 Perihal : Izin Penelitian

Makassar, 08 Ramadhan 1445 H
 19 Maret 2024 M

Kepada Yth.
Ketua LP3M UNISMUH Makassar
Di Makassar

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Teriring salam semoga kita senantiasa mendapat bimbingan dan lindungan Allah SWT dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, aamiin.

Memenuhi maksud surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Makassar Nomor 5851/S.01/PTSP/2024 tanggal 09 Maret 2024 perihal Izin Penelitian Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar atas nama Ratih Ayu Fadillah (105741100620) Program Studi Ekonomi Islam pada Kantor Badan Amil Zakat Nasional Kota Makassar dengan judul "**Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Sikap Terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital di Kota Makassar**".

Sehubungan dengan hal tersebut disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa pada prinsipnya pihak kami dapat menyetujui penelitian dimaksud.

Demikian disampaikan untuk seperlunya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

KETUA BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL
KOTA MAKASSAR


H.M. Ashar Tamanggong
 NRA. 202101731004

Tembusan :

1. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Makassar;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;
3. Peringgal.

Lampiran 8 Surat Balasan Surat Persetujuan Penelitian Lazismu



Nomor : 075.BP/III.19/D/2024
Hal : Izin Penelitian

Makassar, 13 Ramadhan 1445 H
22 Maret 2024 M

Kepada yang terhormat,
LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar
Se – Kota Makassar
Di –
Tempat

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ba'dassalam semoga bapak/ibu tetap sehat walafiat dalam lindungan dan Rahmat Allah SWT. untuk melaksanakan pengabdian kita sehari-hari.

Sehubungan dengan surat LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar dengan nomor : 3879/05/C.4-VIII/iii/1445/2024 tanggal 08 Maret 2024, tentang permohonan Izin Penelitian saudara :

Nama : **RATIH AYU FADILLAH**
No. Stambuk : **10574 1100620**
Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis**
Jurusan : **Ekonomi Islam**
Pekerjaan : **Mahasiswa**

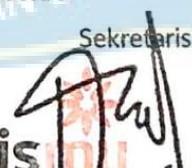
Selanjutnya kami bersedia menerima saudara dimaksud untuk melaksanakan penelitian di Lazismu Makassar dalam rangka penulisan skripsi sesuai dengan waktu yang disampaikan.

Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih, semoga Allah SWT senantiasa melapangkan dan memberkati Rezeki Kita.

Wassalamu Alaikum Wahmatullahi Wabarakatuh.

BADAN PENGURUS


Kekda
Drs. Anwar Enre, MM
NBM. 910 654


Sekretaris
Abdulkadir, S.Kom, MM.
NBM. 898 705



Lampiran 9 Pengambilan Data dan Penyebaran Kuesioner





Penyebaran Kuesioner Secara Langsung

A screenshot of a social media post from Ayu Fadillah Syam. The post includes a text message: "Halo kakak-kakak. Jika sesuai kriteria tolong diisi ya kuesioner nya 😊". Below the text is a flyer for a survey titled "ATTENTION CALLING RESPONDEN". The flyer contains the following information:

- KRITERIA RESPONDEN**
 - Berdomisili di Kota Makassar
 - Pernah membayar zakat melalui digital
- Link: <https://bit.ly/ZakatBerasisDigitalKotaMakassar>
- QR code
- Contact: Ratihayu1, rathayufadillah01@gmail.com

The post also shows a reply from bcs.ayu: "Halo kakak-kakak bila sesuai kriteria tolong di isi ya kuesionernya. Terimakasih 😊... selengkapnya". The post has 1 like and was posted on 16 April.

Penyebaran kuesioner Online

Lampiran 10 Hasil Validasi Data


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA
LEMBAR KONTROL VALIDASI
PENELITIAN KUANTITATIF

NAMA MAHASISWA	Ratih Ayu Fadillah			
NIM	105741100620			
PROGRAM STUDI	Ekonomi Islam			
JUDUL SKRIPSI	Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Dan Sikap Terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital Di Kota Makassar			
NAMA PEMBIMBING 1	Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E.,M.Si			
NAMA PEMBIMBING 2	Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy.,M.E.I			
NAMA VALIDATOR	Dr. Sitti Nurbaya, S.Pd.,M.M			
No	Dokumen	Tanggal Revisi	Uraian Perbaikan/saran	Paraf*
1	Instrumen Pengumpulan data (data primer)	06-05 2024	Terdapat Instrumen Pengumpulan data (data primer) berupa kuisiner	
2	Sumber data (data sekunder)	06-05 2024	Tidak terdapat sumber data (data sekunder)	
3	Raw data/Tabulasi data (data primer)	06-05 2024	Terdapat tabulasi data	
4	Hasil Statistik deskriptif	06-05 2024	Terdapat Hasil Statistik deskriptif	
5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	06-05 2024	Terdapat hasil uji validitas dan reabilitas instrumen	
6	Hasil Uji Asumsi Statistik	06-05 2024	Terdapat Hasil Uji asumsi klasik	
7	Hasil Analisis Data/Uji Hipotesis	06-05 2024	Terdapat hasil analisis data/uji hipotesis	
8	Hasil interpretasi data	06-05 2024	Terdapat Hasil interpretasi sesuai dengan olah data	
9	Dokumentasi	06-05 2024	Terdapat dokumentasi proses penelitian	

*Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui

Lampiran 11 Hasil Validasi Abstrak



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PUSAT VALIDASI DATA
Il. Sultan Alauddin 259 Makassar, Gedung Iqra It. 8 | e-mail: pvd.feb@unismuh.ac.id

**LEMBAR KONTROL VALIDASI
ABSTRAK**

NAMA MAHASISWA	RATIH AYU FADILLAH.			
NIM	105741100620			
PROGRAM STUDI	Jurusan Ekonomi Islam			
JUDUL SKRIPSI	Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, dan Sikap terhadap Keputusan Membayar Zakat Berbasis Digital di Kota Makassar. Skripsi			
NAMA PEMBIMBING 1	Dr. H. Muhammad Najib Kasim, S.E., M.Si			
NAMA PEMBIMBING 2	Dr. Syahidah Rahmah, S.E.Sy., M.E.I			
NAMA VALIDATOR	Sherry Adelia S.E, M.Mktg			
No	Dokumen	Tanggal Revisi/Acc	Uraian Perbaikan/saran	*Paraf
1	Abstrak	02 Juli 2024	peraturan penulisan diperhatikan terutama Nama tempat, Bahasa asing dll	

**Harap validator memberi paraf ketika koreksi telah disetujui.*

Lampiran 12 Hasil Turnitin



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

**UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:**

Nama : Ratih Ayu Fadillah
 Nim : 105741100620
 Program Studi: Ekonomi Islam

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	3 %	10 %
2	Bab 2	6 %	25 %
3	Bab 3	2 %	10 %
4	Bab 4	2 %	10 %
5	Bab 5	4 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 27 Mei 2024
Mengetahui,
Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Nurhidayah M.P
NIP. 964.091

Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222
 Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588
 Website: www.library.unismuh.ac.id
 E-mail : perpustakaan@unismuh.ac.id

BAB I Ratih Ayu Fadillah
105741100620
by TahapTutup



Submission date: 27-May-2024 08:57AM (UTC+0700)

Submission ID: 2388823652

File name: BAB_I_-_2024-05-27T095519.888.docx (40.2K)

Word count: 1518

Character count: 10262

SAB I Ratih Ayu Fadillah 105741100620

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

3%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
Student Paper

3%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches



BAB II Ratih Ayu Fadillah
105741100620
by TahapTutup



Submission date: 27-May-2024 08:58AM (UTC+0700)

Submission ID: 2388824859

File name: BAB_II - 2024-05-27T095524.125.docx (104.49K)

Word count: 5411

Character count: 35686

BAB II Ratih Ayu Fadillah 105741100620

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

4%

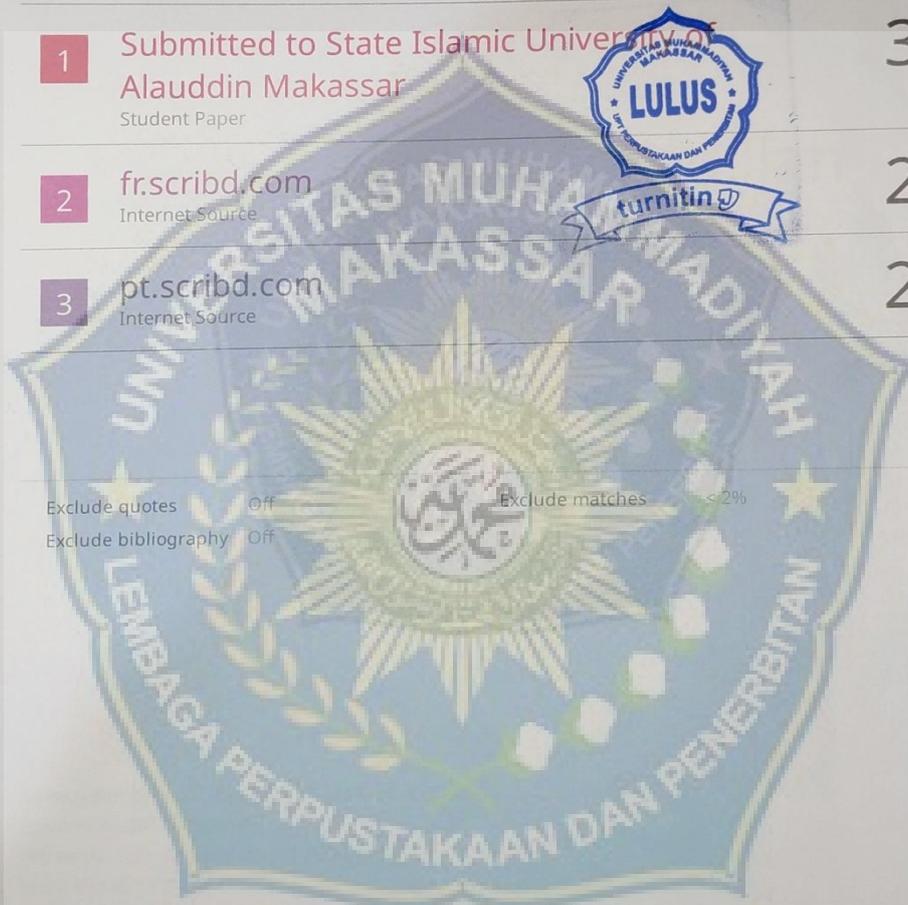
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to State Islamic University Alauddin Makassar Student Paper	3%
2	fr.scribd.com Internet Source	2%
3	pt.scribd.com Internet Source	2%

Exclude quotes Off
 Exclude bibliography Off

Exclude matches < 2%



BAB III Ratih Ayu Fadillah

105741100620

by TahapTutup

Submission date: 27-May-2024 08:59AM (UTC+0700)

Submission ID: 2388825632

File name: BAB_III_-_2024-05-27T095526.246.docx (53.97K)

Word count: 2353

Character count: 15242

AB III Ratih Ayu Fadillah 105741100620

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

dspace.uui.ac.id

Internet Source

2%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

Off



BAB IV Ratih Ayu Fadillah

105741100620

by TahapTutup



Submission date: 27-May-2024 09:00AM (UTC+0700)

Submission ID: 2388826696

File name: BAB_IV_-_2024-05-27T095528.514.docx (208.18K)

Word count: 9556

Character count: 58611

B IV Ratih Ayu Fadillah 105741100620

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Institut Teknologi Kalimantan

Student Paper

2%



Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



BAB V Ratih Ayu Fadillah

105741100620

by TahapTutup

Submission date: 27-May-2024 09:01AM (UTC+0700)

Submission ID: 2388827450

File name: BAB_V_-_2024-05-27T095531.064.docx (23.16K)

Word count: 422

Character count: 2860

AB V Ratih Ayu Fadillah 105741100620

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

moam.info

Internet Source

2%

2

www.journals.segce.com

Internet Source

2%



Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

Off



BIOGRAFI PENULIS



Ratih Ayu Fadillah, lahir di Makassar pada tanggal 17 Juni 2000. Menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di TK Idhata, menengah di SMP Negeri 1 Pallangga, dan Atas di SMA Negeri 9 Gowa. Penulis kemudian melanjutkan studi di Universitas Muhammadiyah Makassar program studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Penulis merupakan anak keempat dari empat bersaudara dari pasangan suami istri yakni Alm. H. Syamsuddin dan Hj. Jumiati. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses perjalanan ini serta dukungan dan bimbingan yang diberikan selama proses penulisan skripsi ini. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

