

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP MINAT BAYAR ZAKAT, INFAK, SEDEKAH (ZIS) DI
TOKOPEDIA SALAM**

(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo
Semarang)

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Strata S.1 Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

RISA HARI YANTI

NIM: 1805026085

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri Risa Hari Yanti

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo
Di Semarang

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini. Saya kirim naskah skripsi saudara:

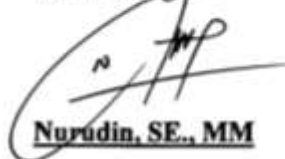
Nama : Risa Hari Yanti
NIM : 1805026085
Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)

Demikian ini saya mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Demikian harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Semarang, 09 April 2023

Pembimbing I



Nurudin, SE., MM

NIP. 19900523 201503 1 004

Pembimbing II



Fita Nurotul Faizah, ME

NIP. 19940503 201903 2 026



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7601291 Semarang 50185

PENGESAHAN


Skripsi Saudara : Risa Hari Yanti
NIM : 1805026085
Judul : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)

Telah di Munaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS, pada tanggal: 29 Mei 2023


Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024

Semarang, 29 Mei 2023

Ketua Sidang


Prof. Dr. H. Mujiono, MA.
NIP. 195902151985031005

Sekretaris Sidang


Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 199005232015031004

Penguji Utama I



Tri Widvastuti Ningsih, M.Ak.
NIP. 198710102019032017



Penguji Utama II


Kartika Marella Vanni, M.E.
NIP. 199304212019032028

Pembimbing I


Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 199005232015031004

Pembimbing II


Fita Nurotul Faizah, M.E.
NIP. 199405032019032026

MOTTO

“My Life Is Giving”

(Prof. Dr. Mujiono Abdillah, MA.)

تَبَسُّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ

“Senyummu dihadapan saudaramu (sesama muslim) adalah (bernilai) sedekah bagimu.”

(HR Tirmidzi)

PERSEMBAHAN

Dengan segenap kerendahan hati kupersembahkan skripsi ini kepada :

Bapak Lasmin dan Ibu Suparti tercinta.

Terima kasih telah menjadi inspirasi dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini.

Terima kasih atas segala dukungan, doa, dan kasih sayang yang selalu bapak dan ibu berikan.

Saya akan terus berjuang menjadi anak yang membanggakan.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Skripsi ini juga tidak berisi pikiran-pikiran orang lain kecuali informasi-informasi yang dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan rujukan.

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Risa Hari Yanti

NIM : 1805026085

Jurusan : Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul: "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang".

Secara keseluruhan merupakan hasil dari penelitian penulis sendiri kecuali informasi-informasi yang dapat dijadikan referensi dan bahan rujukan.

Semarang, 04 April 2023



Deklarator

Risa Hari Yanti

1805026085

PEDOMAN TRANSLITERASI

HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi adalah suatu hal yang penting dalam penulisan skripsi. Karena pada umumnya banyak istilah-istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dll, yang asalnya bertuliskan huruf Arab yang kemudian disalin dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu diterapkan pada satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ع = '	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = '	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

أَي = ay

أَوْ = au

D. Syahadah (سَيَّاهَدَا)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الـطَّب (al-

thibb).

E. Kata Sandang

Kata sandang (... ال) ditulis dengan *al-* ... misalnya *الصناعة = al – shina'ah*.
Al – ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya *المعيشة الطبيعية = al*
– ma'isyah al-thabi'iyah.

ABSTRAK

Adanya internet dan pandemi Covid-19 menyebabkan gaya hidup berubah yang semula offline menjadi online. Hal tersebut membawa adanya digitalisasi zakat, dimana pembayaran zakat bisa dibayarkan melalui platform, salah satunya yaitu melalui *e-commerce* Tokopedia. Generasi milenial cenderung lebih suka membayar ZIS melalui media online atau platform karena lebih mudah dan bisa dilakukan dimana saja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik penentuan sampel menggunakan *simple random sampling*. Data yang digunakan merupakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang diisi oleh responden yang menjadi sampel dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Data yang diperoleh dari responden diolah menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS v.24.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam dengan nilai signifikansi 0.003 dan nilai t hitung 3.002. Nilai signifikan dan t hitung variabel religiusitas yaitu 0.010 dan 2.625 artinya variabel religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam dengan nilai signifikansi 0.00 dan t hitung 5.987.

Kata Kunci: Pengetahuan, Religiusitas, Kepercayaan, Minat Bayar ZIS

ABSTRACT

The existence of the internet and the covid-19 pandemic caused lifestyle changes from offline to online. This has led to the digitization of zakat, where zakat payments can be paid through by platform, one of which is through e-commerce Tokopedia. Millennials tend to prefer paying ZIS through online media or platforms because it's easier and can be done anywhere. This study aims to determine the effect of knowledge, religiosity, and trust on students' interest in paying (zakat, infaq, and sadaqah) ZIS at Tokopedia Salam.

This type of research is quantitative research with a sampling technique using simple random sampling. The data used are primary and secondary data. Primary data was obtained through questionnaires filled out by respondents who were samples in the study. The population in this study are active students of the Faculty of Islamic Economics and Business, Walisongo Semarang State Islamic University. The number of samples in this study amounted to 100 people. Data obtained from respondents were processed using the help of an application. Data obtained from respondents were processed using the IBM SPSS v.24.0 application.

The results showed that the variables of knowledge, religiosity, and belief had a positive and significant effect on students' interest in paying zakat, infak, and sadaqah (ZIS) at Tokopedia Salam. The limitations in this study are only using three variables, namely: knowledge, religiosity, and belief. So that there are still variables that influence students' interest in paying ZIS.

Keywords: Knowledge, Religiosity, Trust, Interest in Paying ZIS

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, yang maha pengasih lagi maha penyayang. Atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang ditujukan guna memenuhi tugas dan syarat memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, yang kita nanti-nantikan syafaatnya kelak di hari akhir. Penulis banyak mengucapkan terimakasih kepada pihak yang sudah membantu dan mendukung baik secara materil maupun nonmaterial. Atas semua bantuan dan dukungannya, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II, III serta seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Ketua Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Nurudin, S.E., M.M. selaku Sekretaris Prodi Ekonomi Islam, dan Fita Nurotul Faizah, M.E selaku Staff Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Nurudin, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Fita Nurotul Faizah, M.E. selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Dr. H. Ahmad Furqon, Lc, M.A Selaku Wali dosen yang mendampingi dan membimbing penulis selama kuliah di UIN Walisongo Semarang.
6. Para responden yang telah meluangkan waktunya dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh dosen pengajar dan staf Prodi S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu, pengetahuan dan wawasan kepada penulis.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi yang tidak dapat ditulis satu persatu.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya. Namun, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran. Besar harapan semoga manfaat dunia akademik dan non

akademik didapatkan dari skripsi ini.

Semarang, 09 April 2023

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Risa Hari Yanti', with a stylized flourish at the end.

Risa Hari Yanti

NIM. 1805026085

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING I

MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Masalah.....	10
1.5. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Pengetahuan.....	12
2.1.1. Pengertian Pengetahuan	12
2.1.2. Jenis-Jenis Pengetahuan.....	13
2.1.3. Sumber Pengetahuan	14
2.1.4. Indikator Pengetahuan.....	14
2.2. Religiusitas.....	16
2.2.1. Pengertian Religiusitas.....	16
2.2.2. Dimensi Religiusitas.....	17
2.2.3. Indikator Religiusitas.....	18
2.3. Kepercayaan	19
2.3.1. Pengertian Kepercayaan.....	19
2.3.2. Jenis-Jenis Kepercayaan.....	20
2.3.3. Indikator Kepercayaan	21
2.4. Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam	23
2.4.1. Pengertian Minat.....	23

2.4.2. Macam-Macam Minat	24
2.4.3. Faktor Yang Mempengaruhi Munculnya Minat	25
2.4.4. Indikator Minat Mahasiswa Membayar ZIS diTokopedia Salam	25
2.5. Zakat,Infak,dan Sedekah.....	26
2.5.1. Zakat	26
2.5.2. Infak	31
2.5.2. Sedekah	33
2.6. Tokopedia Salam.....	35
2.6.1. Sejarah Berdirinya Tokopedia.....	35
2.6.2. Fitur dalam Tokopedia Salam	35
2.7. Penelitian Terdahulu.....	36
2.8.Kerangka Berpikir.....	40
2.9. Hipotesis Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Jenis dan Sumber Data	43
3.1.1. Jenis Data	43
3.1.2. Sumber Data	43
3.2. Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel	45
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.4. Variabel Penelitian dan Operasional Penelitian.....	48
3.4.1. Variabel Penelitian.....	48
3.4.2. Operasional Penelitian.....	48
3.5.Teknik Analisis Data.....	50
3.5.1. Uji Instrumen	51
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	51
3.6. Analisis Data.....	52
3.6.1 Persamaan Regresi	52
3.6.2 Koefisien Determinan.....	53
3.6.3 Uji Statistik t.....	53
3.6.4 Uji Statistik F.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang	55
4.2. Profil Tokopedia.....	57

4.2.1. Sejarah, Visi & Misi Tokopedia	57
4.2.2. Tokopedia Salam.....	58
4.2.3. Alamat Tokopedia.....	59
4.3. Deskripsi dan Karakteristik Responden	59
4.4. Metode Analisis Data.....	61
4.4.1. Uji Statistik Deskriptif.....	61
4.4.2. Uji Validitas.....	63
4.4.3. Uji Reliabilitas.....	65
4.4.4. Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.5. Regresi Linear Berganda.....	69
4.4.6. Uji Hipotesis	71
4.5. Pembahasan	74
4.5.1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam	74
4.5.2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam	75
4.5.3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam	76
BAB V PENUTUP.....	78
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Keterbatasan Penelitian	78
5.3. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kecenderungan Donasi Gen Z, Milenial, dan X Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19.....	3
Tabel 1.2 Pertumbuhan Pengumpulan ZIS	4
Tabel 1.3 Pengumpulan ZIS Berdasarkan Kanal Pembayaran.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif FEBI.....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....;;	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.. ..	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	60
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	61
Tabel 4.4 Uji Statistik Deskriptif	62
Tabel 4. 5 Uji Validitas Pengetahuan	63
Tabel 4. 6 Uji Validitas Religiusitas	64
Tabel 4. 7 Uji Validitas Kepercayaan	64
Tabel 4. 8 Uji Validitas Minat.....	65
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas	66
Tabel 4. 10 Uji Normalitas	67
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 12 Uji Heteroskedastisitas.....	69
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel 4. 14 Uji Statistik t	71
Tabel 4. 15 Uji Statistik F	72
Tabel 4. 16 Uji Koefisien Determinasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	41
Gambar 4.1 Logo Tokopedia.....	58
Gambar 4.2 Logo Tokopedia Salam.....	59
Gambar 4.3 Fitur Tokopedia Salam.....	60

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dahulu zakat dibayarkan secara manual dengan melibatkan berbagai kegiatan amal yang dilakukan secara langsung. Akan tetapi, pada tahun 2019 terjadi pandemi covid-19 yang mengharuskan masyarakat untuk tetap dirumah agar virus berhenti menyebar. Untuk itu, mode transfer digital menjadi pilihan utama bayar zakat dengan menggunakan teknologi informasi terkini.¹ Hal tersebut juga masih berlanjut pada tahun 2020, dimana pandemi Covid-19 mengharuskan masyarakat untuk membatasi kegiatan di luar. Namun, dengan adanya jaringan internet dapat merubah dinamika kehidupan manusia. Jaringan internet ini dapat dimanfaatkan untuk menjangkau akses-akses terkecil dan efisiensi waktu dalam menjual suatu produk atau pelayanan jasa, salah satunya pengumpulan zakat, infak, sedekah, dan wakaf. Dengan potensi yang begitu besar maka diperlukan akses yang inovatif dan mudah yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun.²

Adanya internet dan pandemic covid-19 menyebabkan fenomena perubahan gaya hidup yang berubah yang semula *offline* menjadi *online* sehingga memerlukan adanya *platform* untuk menghimpun zakat yang efektif dan menambahkan solusi layanan yang mengandalkan teknologi. Karena itu banyak institusi yang melakukan transformasi ke arah digital.³ Pada umumnya masyarakat modern sudah akrab mengenai berbagai produk teknologi dan komunikasi (TIK) dalam kehidupan sehari-harinya. Terkhusus generasi Z yang relatif cepat dan mahir dalam menggunakan berbagai aplikasi. Generasi Z merupakan kelompok usia yang lahir pada rentang tahun 1997 sampai 2012. Menurut Chicca dalam Amalia dan Faizah Gen Z juga mendapat julukan sebagai generasi *digital native* akan

¹ Leon A. Abdillah, “*Digital Transformation of Zakat Collection through Marketplace and Fintech in Pandemic Era*”, international Conference of Zakat Proceedings, 2021, hlm. 588

² Andi Hidayat dan Mukhlisin, “*Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa*” Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol 6 (03), 2020, hlm. 676

³ Ibid, hlm. 587

Teknologi, Informasi, dan Komunikasi dimana sejak dini sudah diperkenalkan dengan adanya *gadget* atau gawai.⁴

Dampak lainnya adalah adanya digitalisasi zakat. Digitalisasi zakat merupakan sebuah mekanisme pembayaran zakat yang melibatkan media online seperti *electronic banking* dan *financial technology*.⁵ Menurut Khadijah zakat online merupakan suatu proses pembayaran, penerimaan, penghimpunan, dan penyaluran zakat yang dilakukan melalui sistem digital atau melalui internet.⁶

Menurut Tantriana dan Rahmawati keunggulan yang diperoleh dari digital zakat yaitu dapat meningkatkan pembayaran zakat oleh muzakki kepada Lembaga Amil Zakat, memudahkan penghimpunan zakat dan memberikan update mengenai zakat yang telah dilakukan dan pendistribusiannya oleh Lembaga Amil Zakat, memudahkan muzakki dalam membayar zakat karena bisa dilakukan dimanapun dan kapanpun, muzakki lebih mudah mengetahui pendistribusian zakat yang telah dilakukannya, dan muzakki dapat dengan mudah mengakses laporan keuangan Lembaga Amil Zakat.⁷ Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa digitalisasi zakat merupakan proses penghimpunan dan pendistribusian zakat yang dilakukan oleh Lembaga Amil Zakat melalui internet.

Generasi milenial cenderung lebih suka dan nyaman melakukan pembayaran ZIS melalui media online atau platform. Untuk menghimpun dana zakat, infaq, dan shadaqah terdapat 3 *platform*, yaitu *internal platform*, *external platform*, dan *social media platform*. *Internal platform* merupakan *platform* yang dikembangkan oleh OPZ melalui website atau aplikasi. *External platform* yaitu *platform* yang disediakan oleh mitra OPZ untuk menghimpun dana ZIS. Institusi zakat telah menggunakan beragam kanal pembayaran zakat berbasis teknologi seperti melalui *e-commerce*, *online crowdfunding*, mesin pembayaran digital, dan

⁴ Farah Amalia dan Fita Nurotul Faizah, "Optimalisasi Produk Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pemasaran Bisnis di Kalangan Santri Pondok Pesantren Muslimat Ngaliyan", Jurnal Abdi Insani, Vol. 9 (1) 2022, hlm. 299

⁵ Leon A. Abdillah, "Digital...", hlm. 588

⁶ Kasim Muafit, et,al, "Digitalisasi Zakat", Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Azhar Gowa, diakses dari <https://osf.io/preprints/mtrj2/> pada 1 Desember 2022

⁷ Deasy Tantriana dan Lilik Rahmawati, "The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method", Proceedings, International Conference of Zakat, 2018, hlm. 88

QR Code. Social media platform merupakan *platform* penghimpunan dana ZIS melalui media sosial.⁸

Kecenderungan donasi melalui kanal digital semenjak pandemi Covid-19 meningkat cukup signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari Tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Kecenderungan Donasi Gen Z, Milenial, dan X Sebelum dan Sesudah Pandemi Covid-19

Kelompok Masyarakat	Sebelum Covid-19	Sesudah Covid-19
Generasi Z	35%	51%
Milenial	31%	40%
Generasi X	24%	31%

Sumber: Baznas 2020, Data Diolah 2023

Dari Tabel di atas menunjukkan bahwa kenaikan donasi melalui kanal digital pada generasi Z sebesar 16%, kenaikan donasi pada milenai sebesar 9% dan generasi X sebesar 7%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tren donasi melalui kanal digital mengalami kenaikan yang signifikan sejak pandemi Covid-19.⁹

Petensi zakat dari tahun ke tahun selalu meningkat. Pada tahun 2019 Baznas menyebutkan bahwa potensi zakat di Indonesia mencapai Rp. 233,8 Triliun dan saat ini baru terserap sebanyak 6 Triliun rupiah, sehingga diperlukan inovasi dan peningkatan layanan yang dilakukan oleh lembaga amil zakat.¹⁰ Baznas menyebutkan potensi zakat di Indonesia pada tahun 2021 mencapai Rp 327,6 triliun. Angka tersebut terdiri dari zakat perusahaan Rp144,5 triliun, zakat penghasilan dan jasa Rp 139,07, zakat uang Rp 58,76 triliun, zakat pertanian Rp 19,97 triliun, dan zakat peternakan Rp 9,52 triliun.¹¹

⁸ Baznas, *“Outlook Zakat di Indonesia 2019”*, Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), 2018, hlm. 4

⁹ Baznas, *“Indeks Kesiapan Digital Organisasi Pengelola Zakat: Landasan Konspetual”*, Jakarta Pusat: Puskas BAZNAS, 2021, hlm. 2

¹⁰ Baznas, *“Outlook Zakat di Indonesia 2018”*, Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), 2017, hlm. 5

¹¹ Baznas, *“Outlook Zakat di Indonesia 2022”*, Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), 2021, hlm. 89

Potensi zakat di atas, didukung dengan potensi umat Islam di Indonesia. Menurut laporan The Royal Islamic Strategics Studies Centre (RISSC) jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 237,56 juta jiwa.¹² Tidak hanya itu, dampak lainnya yaitu berupa banyaknya peluang dan potensi yang lebih besar dalam peningkatan perekonomian syariah. Instrumen utama dalam pembangunan yaitu dengan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS).¹³

Dari tahun ke tahun pengumpulan ZIS nasional mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Hal tersebut dilandasi atas kesadaran masyarakat mengenai membayar ZIS sudah mulai meningkat. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2
Pertumbuhan Pengumpulan Nasional 2018-2022

Tahun	ZIS (Milyar Rupiah)	Pertumbuhan (%)
2018	8.117,60	30,42
2019	10.227,60	26,00
2020	12.429,25	42,16
2021	14.118,20	49,43
2022	22.000	84,16

Sumber: Baznas (2021), data diolah 2023

Berdasarkan Tabel 1.2, pertumbuhan ZIS dan DSKL tahun 2018-2022 mengalami kenaikan yang positif. Pertumbuhan pada tahun 2022 menjadi pertumbuhan yang paling besar, dimana pertumbuhan ZIS dan DSKL mencapai 84.16% atau sebesar Rp. 11.881,81 triliun yang disebabkan adanya pandemi Covid-

¹² Monavia Ayu Rizaty, *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022*, Data Indonesia.id, 2022, diakses pada 16 Desember 2022 <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>

¹³ Mega Rachma Kuniaputri, et.al., *Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Milenials terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 (2), 2020, hlm. 16

19. Hal tersebut disebabkan adanya digitalisasi zakat yang memudahkan masyarakat dalam membayar ZIS.¹⁴

Pada tahun 2019 pembayaran ZIS di Indonesia dalam skala nasional melalui platform menjadi urutan kedua setelah melalui layanan perbankan.¹⁵ Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3

Pengumpulan ZIS Berdasarkan Kanal Pembayaran Tahun 2019

Kanal Pembayaran	Pengumpulan ZIS	
	Total Dana (Rp)	%
Natura	9.259.868.044	3.1
E Payment	40.183.311.927	13.6
Transfer	238.992.463.834	80.7
Konter	7.798.664.544	2.6
Total	296.234.308.349	100.0

Sumber data: BAZNAS, 2020 data diolah

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa pembayaran ZIS melalui digital platform menggunakan e-payment berada di urutan kedua setelah melalui layanan perbankan yaitu transfer. Dalam hal ini, jumlah dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yang terkumpul lewat e-payment pada tahun 2019 sebesar Rp40.183.311.927 atau sebesar 13.6%.

Penggunaan digital platform lebih banyak diterapkan oleh masyarakat khususnya generasi milenial. Arifin menyebutkan bahwa pembayaran zakat digital sudah populer sejak tahun 2016 dan mengalami peningkatan sebesar 12%. Arifin juga menyampaikan bahwa donasi yang diterima oleh BAZNAS mayoritas berasal dari generasi milenial. Sehingga peran teknologi tidak bisa dipisahkan dari

¹⁴ Baznas, 2023. *Outlook Zakat Indonesia 2023*, Jakarta Pusat: Buskas Baznas, hlm. 31

¹⁵ Baznas, "statistic Zakat Nasional 2019", Pusat Kajian Strategis Badan Zakat Nasional (BAZNAS), 2020, hlm 75

kehidupan dan disisi lain peran agama juga sangat penting untuk mendorong agar teknologi dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin.¹⁶

Sebagai contoh, salah satu lembaga nirlaba yang ada di Indonesia yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) melakukan kerjasama dengan digital platform. Diantaranya yaitu BAZNAS platform, commercial platform (Tokopedia Salam, JD.ID, shopee, lazada, Blibli.com, elevenia, bukalapak), noncommercial platform (beramaljariyah.org, Kitabisa.com, BenihBaik.com, Bantoo, Waktumu hijrah, WeCare.id, peduli sehat), social media platform untuk sosialisasi dan edukasi (LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok), artificial intelligence platform (AR, lenna, ZAVIRA), dan innovative platform (DANA, Gojek, OVO, Spin, LinkAja, layanan syariah LinkAja).¹⁷

Tokopedia Salam merupakan salah satu *e-commerce* yang bergerak dibidang ekonomi syariah. Ada tiga pilar kebutuhan yang disediakan oleh Tokopedia Salam, yakni pembayaran, pembiayaan, dan investasi. Tokopedia Salam bisa dimanfaatkan pengguna untuk transaksi secara halal dan aman. Tokopedia Salam mencatat peningkatan aktivitas selama pandemi, khususnya untuk donasi dan transaksi zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ziswa). Tokopedia Salam terbuka untuk berbagai kolaborasi dengan pihak yang memiliki visi yang sama. Pengembangan UMKM halal menjadi salah satu misi untuk meningkatkan pemerataan ekonomi masyarakat melalui platform digital.¹⁸ Tokopedia Salam bisa dimanfaatkan pengguna untuk transaksi secara halal dan aman. Fitur yang ada didalam Tokopedia Salam diantaranya: Cek Jadwal Sholat, Baca Al-Qur'an, Fidyah, Donasi, Reksadana Syariah, Emas, Wakaf, Zakat Maal, Fashion Muslim, Qurban, dan Perlengkapan Ibadah.¹⁹

¹⁶ Baznas, "Outlook Zakat Indonesia 2020", Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (PUSKAS BAZNAS), 2020, hlm. 72

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Lida Puspitaningtyas, "Tokopedia Salam Catat Peningkatan Zakat Selama Pandemi", Republika, 2022, diakses pada 28 Oktober 2022 pada <https://www.republika.co.id/berita/qheyk5457/tokopedia-salam-catat-peningkatan-zakat-selama-pandemi>

¹⁹ Ibid.

Per 2 Mei 2022 sebanyak 52.525 wajib zakat sudah membayar zakat fitrah di Tokopedia Salam. Zakat yang sudah terkumpul yaitu sebesar Rp. 5.587.695.000 dan akan disalurkan melalui lembaga amil zakat. Sementara zakat mal sudah terkumpul sebesar Rp 19.737.153.714 per November 2022 dari 33.609 muzakki.²⁰

Menurut Nursalimah dan Senjiati faktor yang mempengaruhi minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yaitu pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan.²¹ Pengetahuan merupakan sesuatu yang diketahui atau hasil dari tahu. Hasil tahu adalah hasil dari mengerti, sadar, pandai, dan insaf. Pengetahuan adalah semua dari isi pikiran. Dengan demikian pengetahuan merupakan segenap apa yang diketahui mengenai suatu objek. Dalam hal ini pengetahuan ialah sesuatu yang dipahami, dimengerti dan diketahui tentang zakat, infak, dan sedekah (ZIS) berdasarkan hasil belajar atau pengalaman seseorang mengenai kewajiban umat muslim dalam membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS).²²

Menurut Nursalimah dan Senjiati (2021)²³ serta Akmila, et al (2022)²⁴ menyebutkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bayar ZIS. Namun pada penelitian Fadhila yang berjudul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengeluarkan Zakat, Infaq dan Sedekah di LAZISWAF UNIDA GONTOR”, pengetahuan tidak berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa mengeluarkan zakat, infaq, dan sedekah.²⁵

Faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam selanjutnya, yaitu religiusitas. Menurut Rahmawati religiusitas

²⁰ <https://www.tokopedia.com/discovery/laporan-zakat-maal>, diakses 11 April 2023

²¹ Sifa Nursalimah dan Ifa Hanifia Senjiati, “Analisis Prioritas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Berzakat, Infaq dan Sedekah di Masa Pandemi Covid-19”, *Journal Riset Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 1 (1), 2021, hlm. 54

²² Muhammad Yusuf dan Tubagus Ismail, “Pengaruh Pengetahuan Pajak, Pengetahuan Zakat dan Sikap Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Muslim”, *Jurnal Transparansi*, Vol. 9 (02), 2017, hlm. 227

²³ Sifa Nursalimah dan Ifa Hanifia Senjiati. “Analisis ...”, hlm. 56

²⁴ Fitriana Akmila, et,al, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Filantropi Mahasiswa melalui Pembayaran Zakat, Infaq, dan Shadaqah”, *Islamic Economics and Finance Journal*, Vol. 1 (1), 2022, hlm. 66

²⁵ Ircham Maulaya Fadhila, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengeluarkan Zakat, Infaq, dan Sedekah di Laziswaf UNIDA GONTOR”, *Journal of Islamic Economics and Philanthropy*, Vol. 04 (02), 2021, hlm. 1179

maupun keagamaan selalu berhubungan mengenai tindakan diri, perasaan, dan pengetahuan, seseorang karena terdapat faktor agama yang melibatkan jiwa dan raga manusia.²⁶ Agama selalu berhubungan akan keyakinan seseorang terhadap Tuhan, menjalankan segala kewajiban yang diperintahkan oleh Tuhan, dan bagaimana individu bergantung pada Tuhan. Individu yang memiliki latar belakang keagamaan yang bagus dan baik maka bisa dijadikan sebagai dorongan bagi seseorang dalam mengambil keputusan. Hal tersebut dikarenakan agama dapat mengarahkan manusia untuk berperilaku sesuai etika dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan di akhirat (falah). Salah satu indikator yang dapat mencapai falah yaitu zakat, infak, dan sedekah (ZIS).

Menurut Fadhil dan Sari (2020)²⁷ serta Annas et al (2022)²⁸ menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Hal tersebut menunjukkan semakin tinggi tingkat religiusitas individu dalam mematuhi perintah agama memasukkan nilai agama serta dalam kehidupannya maka minat masyarakat untuk membayar ZIS juga semakin tinggi. Namun pada penelitian Nugroho et al yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi” menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar zakat.²⁹ Oleh karena itu, keadaan ini dapat dimanfaatkan untuk lebih memberikan pemahaman tentang manfaat serta hikmah pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) khususnya melalui digital platform.³⁰

²⁶ Heny Kristiana Rahmawati, “Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal di Argopuro”, Community Development: Vol.2, No.1, 2016, hlm. 37

²⁷ Muhammad Fadhil, Lili Puspita Sari. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS Menggunakan Gopay”. Jurnal Veteran Economics Management, & Accounting Review. Vol. 1 No.1 2022, hlm. 17

²⁸ Muhammad Annas, et al., “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas dan Pengetahuan Zakat Warga NU Desa Kesilir Kecamatan Banyuwangi Terhadap Minat Membayar Zakat Melali Lazisnu”, Jurnal Perbankan Syariah Darussalam, Vol. 2 (1), 2022, hlm. 82

²⁹ Aditya Surya Nugroho, et al, “Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi”, Economic Education Analysis Journal, Vol. 8 (3), 2019, hlm. 961

³⁰ Mega rachma Kurniaputri, et.al., “Intensi ...”, hlm. 20.

Selain faktor pengetahuan dan religiusitas juga terdapat faktor kepercayaan yang dapat mempengaruhi minat membayar ZIS. Kepercayaan ialah keyakinan orang yang mampu meyakinkan orang lain yang konsisten dengan kepercayaan mereka. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Muawanah (2019)³¹ dan pada penelitian Pakpahan dan Fadli (2021)³² menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah. Namun pada penelitian Desiana, et,al menunjukkan bahwa bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS).³³

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa membayar zakat, infak, sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa membayar zakat, infak, sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam?

³¹ Risalatul Munawanah, “Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah) di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-Uq) Jombang”, *Journal of Business and Innovation Management*, 2019, hlm 123

³² Dewi Rafiah Pakpahan dan Ahmad Fadli, “Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Sumut”, *Jurnal Ekuivalensi*, Vol. 7 (2), hlm. 289

³³ Risa Desiana, et,al., “Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah (Studi di Baitul Mal Sigli)”, *Jeksyah Islami Economics Jurnal*, 2022, hlm. 85

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam.
2. Mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat mahasiswa membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam.
3. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap minat mahasiswa membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam.

1.4. Manfaat Masalah

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa membayar zakat, infak, dan sedekah di Tokopedia Salam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Akademi

Menambah pengetahuan, melengkapi dan memberikan informasi tentang pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

b. Bagi Penulis

Membuka wawasan tentang pengaruh religiusitas, pengetahuan, dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa membayar zakat, infak, dan sedekah di Tokopedia Salam.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini memaparkan mengenai teori pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan, minat, Tokopedia Salam, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga berisi tentang jenis penelitian, data (populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel) dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan menguraikan tentang profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, Profil Tokopedia, pengujian, hasil dari analisis data, dan pembahasan hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Bab lima memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran. Pada bagian akhir skripsi berisi daftar pustaka, lampiran, dan riwayat hidup penulis.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Pengetahuan

2.1.1. Pengertian Pengetahuan

Secara *etimologi*, pengetahuan berasal dari kata *knowledge*. Sedangkan secara *terminologi*, pengetahuan adalah tahu atas suatu hal yang diperoleh dari pandai, insaf, mengerti, sadar, dan kenal. Dan pengetahuan berasal dari isi atau milik pikiran.³⁴ Menurut Hume pengetahuan merupakan pengalaman yang diterima melalui kesan indrawi dari sebuah observasi, percobaan, dan penelitian di lapangan.³⁵ Senada dengan Hume, Notoatmodjo mengartikan pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia maupun hasil tahu seseorang mengenai suatu objek dari indera yang dimiliki seperti hidung, telinga, mata, dan sebagainya. Pengetahuan seseorang dapat diukur menggunakan angket atau melalui wawancara mengenai suatu materi yang ingin diukur dari subjek penelitian.³⁶ Tidak jauh berbeda dengan Notoatmodjo, Pudjawidjana menyatakan bahwa pengetahuan merupakan reaksi manusia atas rangsangan alam sekitar melalui indera dan pengetahuan adalah hasil dari penginderaan sebuah objek tertentu.³⁷ Sementara itu, dikutip dari Australian Academy of Science pengetahuan merupakan suatu informasi dari suatu kejadian yang kebenarannya belum teruji.³⁸

Menurut Baznas pengetahuan zakat merupakan kemampuan individu dalam membaca, memahami, menghitung dan mengakses informasi mengenai zakat yang dapat meningkatkan kesadaran untuk membayar zakat. Saat ini riset

³⁴ Rusmini, "Dasar dan Jenis Ilmu Pengetahuan", Jurnal Edu-Bio; Vol. 5, 2014, hlm 79.

³⁵ La Ode Husen, et al, "Ikhtiar Filsafat Ilmu: Dalam Perspektif Barat dan Islam", Makassar: CV. Social Politic Genius, 2017, hlm 66

³⁶ Intan Renata Silitonga dan Nuryeti, "Profil Remaja Putri dengan Kejadian Anemia", Jurnal Ilmiah Kesehatan, Vol 3 (3), 2021, hlm 185.

³⁷ Redmon Windu Gumati, "Filsafat Ilmu", Bandung: CV. Cendekia Press, 2019, hlm. 93

³⁸ Webmaster, "Inilah Bedanya Ilmu dan Pengetahuan", diakses dari <https://widuri.ac.id/inilah-bedanya-ilmu-dan-pengetahuan/> pada 30 November 2022 pukul 01:33

mengenai pengetahuan zakat belum ditemukan secara konseptual dan empiris, dengan adanya konsep indeks dan kajian teori pengetahuan zakat sebagai acuan alat ukur untuk memperkirakan tingkat pengetahuan zakat di setiap daerah maupun nasional. Pengetahuan ZIS sangat penting untuk mempengaruhi minat muzakki menyalurkan zakat dan donasi melalui Tokopedia Salam.³⁹

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan merupakan hasil dari proses mencari tahu yang semula tidak tahu menjadi tahu, yang semula tidak dapat menjadi dapat mengenai suatu subjek yang bisa diperoleh dengan penginderaan baik melalui mata, hidung, telinga, maupun alat indera lainnya. Rasa ingin tahu menjadi awal seseorang untuk mendapatkan pengetahuan.

2.1.2. Jenis-Jenis Pengetahuan

Jenis-jenis pengetahuan menurut Plato antara lain yaitu:⁴⁰

1. Pengetahuan Eikasia (khayalan)

Pengetahuan khayalan merupakan pengetahuan yang objeknya berupa gambaran atau bayangan. Pengetahuan ini berupa hal-hal yang berkaitan dengan kesukaan manusia yang berpengetahuan.

2. Pengetahuan Pistis (substansial)

Pengetahuan substansial merupakan pengetahuan yang berkaitan dengan hal-hal yang tampak dan bisa dilihat, didengar, maupun dirasakan oleh alat indera manusia bukan hanya khayalan.

3. Pengetahuan Dianoya (Matematik)

Pengetahuan matematik merupakan pengetahuan yang bukan hanya fakta atau mengenai objek yang nyata namun juga mengenai bagaimana cara berpikirnya.

³⁹ Baznas, *"Indeks Literasi Zakat Teori dan Konsep"*, Jakarta Pusat: Puskas BAZNAS, 2019, hlm. 9

⁴⁰ Surajiyo dan Sriyono, *"Struktur Pengetahuan Ilmiah dan Sikap Ilmiah Ilmuwan"*, Prosiding Diskusi Panel Pendidikan, 2017, hlm. 13

4. Pengetahuan Neosis (Filsafat)

Pengetahuan filsafat merupakan pengetahuan yang objeknya berupa prinsip-prinsip utama yang mencakup epistemology dan metafisik.

2.1.3. Sumber Pengetahuan

Pengetahuan itu tidak timbul sendiri melainkan memiliki sumber.

Sumber pengetahuan diantaranya yaitu:⁴¹

1. Rasio, yaitu sumber pengetahuan yang diperoleh melalui penalaran manusia.
2. Empiris, yaitu pengetahuan yang diperoleh melalui pengalaman yang pernah dialami seseorang. Kegiatan manusia yang tertarik memperhatikan gejala-gejala yang terjadi dirumuskan menjadi sumber pengetahuan empiris.
3. Intuisi, yaitu pengetahuan yang didapatkan secara tiba-tiba dan tidak menentu. Salah satunya yaitu jika manusia dihadapkan dengan suatu permasalahan otak akan berpikir bagaimana cara yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Tingkat otak berfikir berbanding lurus dengan masalah yang harus diselesaikan. Semakin sulit masalah yang dihadapi maka otak akan berpikir semakin keras.
4. Wahyu, merupakan sumber pengetahuan yang berasal dari yang Maha Kuasa dan bersifat non-analitik. Disebut non-analitik karena tidak adanya proses berpikir dari manusia.

2.1.4. Indikator Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil tahu individu terhadap sesuatu perbuatan untuk memahami suatu objek yang dihadapi yang hasilnya individu tersebut memahami objek tersebut. Secara umum pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang disimpan di dalam memori. Pengetahuan memiliki lima indikator antara lain; tahu, memahami, aplikasi, analisis dan evaluasi.⁴²

⁴¹ Muannif Ridwan, et,al, “*Studi Analisis Tentang Makna Pengetahuan dan Ilmu Pengetahuan Serta Jenis dan Sumbernya*”, Jurnal Geuthee: Penelitian Multidisiplin, Vol. 04 (01), 2021, hlm. 38

⁴² Ahmad Afandi, et al, “*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Transparansi dan Reputasi Lembaga Terhadap Keputusan Muzaki Dalam Membayar Zakat di Badan Amil*

Sebuah kajian yang dilakukan oleh Dewan Zakat Nasional dinyatakan bahwa pengetahuan Zakat terdapat dua dimensi utama, salah satunya yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan dasar tentang zakat, yaitu:

- a. Pengetahuan umum tentang zakat. Pengetahuan umum tentang zakat yaitu apa yang diketahui mengenai sebuah objek termasuk ke dalamnya adalah ilmu. Konteks pengetahuan umum zakat dalam penelitian ini ialah harta yang wajib dikeluarkan badan usaha atau seorang muslim untuk diberikan kepada orang yang berhak sesuai dengan syariat.
- b. Pengetahuan akan kewajiban membayar Zakat. Pengetahuan tentang kewajiban membayar zakat bersifat wajib yang mana orang menyalurkan zakat sekaligus membersihkan diri dan hartanya.
- c. Pengetahuan 8 Asnaf. Pengetahuan 8 asnaf adalah pengetahuan tentang orang-orang yang berhak memperoleh zakat disebut 8 Asnaf. Diantaranya adalah sebagai berikut: (Fakir, Miskin, Amil, Muallaf, Ar-riqab, Al-gharimin, Fi Sabilillah, Ibnu Sabil)
- d. Pengetahuan perhitungan Zakat. Perhitungan zakat yang wajib dikeluarkan sesuai dengan nisab yang sudah ditentukan dan telah mencapai haul.
- e. Pengetahuan tentang objek Zakat Sebagaimana yang telah ditentukan diantaranya yaitu: emas perak, hewan ternak, pertanian dan tumbuhan, barang tambang dan barang terpendam, barang perniagaan.⁴³

Sedangkan untuk Indikator infaq dan sedekah tidak jauh berbeda dengan pengetahuan zakat, hanya saja pihak yang menerima dana Infaq Sedekah tidak terikat dengan 8 asnaf namun bisa untuk masyarakat umum.

Zakat Nasional Kota Yogyakarta”, Journal of Islamic Social Finance Management, Vol. 3 (1), 2022, hlm. 40

⁴³ Fadhila, “*Faktor...*”, hlm.. 1171

2.2. Religiusitas

2.2.1. Pengertian Religiusitas

Kata religiusitas berasal dari bahasa Inggris “*religiosity*” yang diubah menjadi religiusitas. Menurut KBBI religiusitas berarti beragama yang berasal dari kata agama.⁴⁴ Menurut Nashori dan Muccaharam religiusitas adalah sebanyak apa pengetahuan, seberapa pelaksanaan kaidah dan ibadah, seberapa dalam penghayatan, dan seberapa kokoh keyakinan atas agama yang dianutnya.⁴⁵ Sejalan dengan Nashori dan Muccaharam, William James religiusitas merupakan pengalaman religious yang pernah dialami oleh seseorang dan bersifat pribadi.⁴⁶ Tidak jauh berbeda dengan James, Zinnabauer et al. keyakinan beragama dan perilaku religious memiliki pengaruh yang sangat besar pada kelompok, budaya sejarah, dan juga individu.⁴⁷ Religiusitas merupakan tingkat keimanan agama seseorang yang dapat dicerminkan melalui tingkah laku, pengalaman, dan keyakinan yang menunjuk pada aspek kualitas individu yang beragama dalam menjalani kehidupan dengan baik.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan tingkat komitmen dan konsepsi individu terhadap agamanya, sehingga individu akan bersungguh-sungguh menjadikan agama sebagai pedoman berperilaku, dengan tujuan agar perilakunya senantiasa terarah dan mengingat pelajaran agama yang diyakininya.

⁴⁴ Subhan El Hafidz , Yonathan Aditya, “*Kajian Literatur Sistematis Penelitian Religiusitas di Indonesia*”, Indonesian Journal Sistematis Penelitian Religiusitas di Indonesia, Vol. 1 (1), hlm. 3

⁴⁵ Ma'muroh, “*Aktualisasi Nilai-Nilai Pendidikan Humanis dan Religius di Sekolah*”, Depok: Publica Indonesia Utama, 2021, hlm. 7

⁴⁶ Rudie Gunadi, “*Religiusitas, Refleksi & Subjektivitas Keagamaan*”, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020, hlm. 15

⁴⁷ Jumal Ahmad, “*Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan*”, Yogyakarta: Deepublish, 2020, hlm.18

2.2.2. Dimensi Religiusitas

Fetzer menjelaskan bahwa dimensi religiusitas ada 10, yaitu:⁴⁸

1. Individu penganut agama merasakan pengalaman sehari-hari (*daily spiritual experience*), yaitu untuk mengukur persepsi individu pada hal *transcendental* dalam kehidupan sehari-hari dan persepsi individu atas interaksi yang melibatkan hal *transcendental* dalam hidup.
2. Kebermaknaan hidup dengan beragama (*religion-meaning*), proses berhasil maupun gagal dalam upaya mengacu pada makna *will to meaning* yang ketika tidak tercapai dapat menyebabkan gangguan fisik dan mental.
3. Ekspresi keagamaan sebagai sebuah nilai (*value*), untuk mengukur nilai individu mengenai agama seperti pentingnya agama dalam kehidupan individu.
4. Keyakinan (*believe*), mengukur keyakinan individu pada agama yang diyakininya.
5. Memaafkan (*forgiveness*), adalah proses yang melibatkan berubahnya emosi dan sikap seseorang yang merasa bersalah/berdosa.
6. Melatih diri dalam beragama (*Private religious practice*), yaitu perilaku yang didasari konstruk pada keterlibatan individu dalam beragama.
7. Penggunaan agama sebagai coping (*religious/spiritual coping*), ada dua jenis coping: coping beragama positif yang dapat memahami agama secara baik yang dapat mengendalikan kondisi stress dalam hidup dan coping beragama negatif yang menjadikan agama sebagai coping.
8. Dukungan penganut sesama agama (*religious support*), hubungan sosial antara partisipan dalam beragama yang saling memberikan dan berbagi dukungan.

⁴⁸ Bambang Suryadi dan Bahrul Hayat, "*Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*", Tangerang Selatan: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021, hlm.17

9. Sejarah keagamaan (*religious/spiritual history*), dalam sejarah keberagaman yang ada pada individu. Seperti biografi keagamaan, pengalaman agama yang mengubah hidup, kematangan spiritual dan pertanyaan mengenai spiritual.
10. Mengikuti organisasi/kegiatan keagamaan (*organizational religious*), keterlibatan individu dalam institusi beragama pada ruang public formal.

2.2.3. Indikator Religiusitas

Menurut Stark dan Glock terdapat lima dimensi religiusitas yaitu:⁴⁹

1. Dimensi keyakinan (*the ideological dimension*)
Dimensi keyakinan merupakan tingkat sejauh mana seseorang menerima dan mengakui hal-hal yang dogmatic di agamanya.
2. Dimensi peribadatan atau praktik agama (*the ritualistic dimension*)
Dimensi praktik agama merupakan tingkat seberapa jauh individu menunaikan kewajiban-kewajiban ritual di agamanya.
3. Dimensi feeling atau penghayatan (*the experiential dimension*)
dimensi feeling merupakan perasaan keagamaan yang telah diresapi maupun telah dialami seperti tersentuh mendengar ayat-ayat kitab suci, tenang saat berdo'a, merasa dekat dengan Tuhan, merasa senang do'anya dikabulkan, merasa takut akan dosa, dan lain sebagainya.
4. Dimensi pengetahuan agama (*the intellectual dimension*)
Dimensi intelektual merupakan sejauh mana insan memahami dan mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya termasuk yang terdapat di dalam kitab suci.

⁴⁹ Halil Khusairi dan Elex Samirgi, "Peluang Wisata Budaya dan Religi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Pengaruh Budaya Kenduri Tuai Padi dan Religiusitas Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kerinci)", Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2022, hlm. 140

5. Dimensi *effect* atau pengalaman (*the concequential dimension*)

Dimensi pengalaman merupakan sebesar apa implikasi ajaran agama yang mempengaruhi perilaku seseorang di dalam kehidupan bersosial. Seperti mengeluarkan hartanya untuk keagamaan dan sosial dan lain sebagainya.

2.3. Kepercayaan

2.3.1. Pengertian Kepercayaan

Dunn menyatakan bahwa “*trust is an intangible characteristic that allows customers to buy goods or service with the confidence that what is promised will be delivered*” artinya kepercayaan merupakan karakteristik yang tidak Nampak, yang mengizinkan pelanggan untuk membeli produk dan jasa dengan keyakinan bahwa apa yang dijanjikan akan ditepati.⁵⁰ Senada dengan Dunn, Schurr dan Ozanne menyatakan bahwa kepercayaan merupakan suatu keyakinan mengenai pihak lain yang bisa diandalkan untuk memenuhi kewajibannya.⁵¹ Tidak berbeda dengan Schurr dan Ozane, Lewicky dan Wiethoff menyatakan kepercayaan merupakan keyakinan individu dan kemauan untuk bertindak atas dasar keputusan orang lain, dasar kata-kata orang lain, dan tindakan orang lain. Hal yang mempengaruhi berkembangnya sistem kepercayaan orang lain dapat melalui pengalaman saat berhubungan dan aturan maupun norma yang ada pada suatu lembaga atau masyarakat.⁵²

Lewis dan Weigert menyatakan aspek untuk kepercayaan berdasarkan kognitif yang membedakan antara orang dan lembaga yang dapat dipercaya, tidak dipercaya, dan tidak diketahui. Dalam elemen kognitif ini akan menentukan dimana kepercayaan merupakan hasil kalkulasi rasional dari kepercayaan tentang bagaimana *trustee* akan berperilaku dimasa depan, dan

⁵⁰ David C. Dunn, “*Branding: The 6 Easy Steps*”, Cameron Street Press, hlm. 66

⁵¹ Hartanti Nugrahaningsih, “*Pengaruh Media Sosial dan Fasilitas Terhadap Minat Pengunjung dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating*”, Jurnal Media Manajemen Jasa, Vol.8 (1), 2020, hlm. 4

⁵² Rosmawati, et,al, “*Membangun Nilai Kepercayaan Terhadap Teman Sebaya di Lingkungan Pendidikan (Studi Kasus Siswa SMP Negeri 7 Baubau)*”, Jurnal Edukasi Cendekia, Vol. 6 (1), 2022, hlm 31.

emosional menjadi elemen dimana kepercayaan merupakan produk dari hubungan yang kuat antar kedua individu. Dalam hubungan sosial kepercayaan kognitif merupakan dasar untuk hubungan pribadi yang intens.⁵³

Zulfahmi dan Nur menyatakan sebagai forum amil zakat tentunya dituntut buat terus menaikkan trust pada para muzakki bahwa forum tadi amanah. Pospos menyatakan *trust* ini terlihat berdasarkan keterbukaan akses liputan tentang laporan keuangan yang terdapat dan daftar penerima zakat tadi. Kurniawan menyatakan sehingga sangat krusial pada forum amil zakat buat terus menaikkan trust tadi. Diharapkan menggunakan trust yg semakin baik akan menaikkan minat para muzakki dalam membayar zakat.⁵⁴

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan keinginan muzakki untuk mengandalkan lembaga zakat untuk mengelola zakat, infak, dan sedekah kepada mustahik sebab muzakki percaya bahwa lembaganya amanah, transparan, dan profesional.

2.3.2. Jenis-Jenis Kepercayaan

Jenis-jenis kepercayaan menurut Byrk dan Schneider yaitu:⁵⁵

1. Kepercayaan organic (*organic trust*)

Kepercayaan organic merupakan kepercayaan yang mendasar terhadap apapun kebijakan lembaga yang tidak perlu dipertanyakan kembali. Hal ini terjadi karena komitmen yang relatif dan identic dengan nilai yang sering diadakan oleh suatu anggota organisasi. Suatu lembaga telah dipercayai untuk mengatur jalannya system, resiko, dan sebagainya sehingga pihak yang berkepentingan tidak perlu mempertimbangkan.

⁵³ Rahmawati, et,al, "Cognitive Based Trust and Affective Based Trust dalam Membangun Komunikasi Interpersonal Melalui Penggunaan Jejaring Sosial dimasa Pandemi Covid-19", Jurnal Untirta, Vol. 6 (1), 2020, hlm. 4

⁵⁴ Mukhlis Muhammad Nur dan Zulfahmi, "Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan, Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe", Jurnal Ekonomi Regional Uniman, Vol.1 (3), 2018, hlm. 98

⁵⁵ Redita Apriliana, "Faktor Penentu Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di E-Commerce (Studi Konsumen Muslim Kabupaten Pati)". Universitas Diponegoro, 2022.

2. Kepercayaan kontraktual (*contractual trust*)

Kepercayaan kontraktual merupakan kepercayaan yang berkaitan tentang sistem yang ada, baik cara kerja, jaminan maupun sistem lainnya yang menyangkut hubungan seseorang dengan suatu lembaga. Dari kontrak tersebut akan memberikan kepercayaan seseorang yang berkepentingan dengan lembaga terkait. Kontak ini berdasarkan hukum sehingga apabila lembaga atau seseorang yang berkepentingan dengan lembaga melanggar kepentingan maka akan diproses melalui hukum.

3. Kepercayaan relasional (*relational trust*)

Kepercayaan relasional merupakan kepercayaan yang terbentuk dari interaksi antar pribadi dimana pihak yang terkait diharuskan menjaga kewajibannya dan memegang harapan kewajiban yang lain. Pada kepercayaan ini dibutuhkan keselarasan harapan dan kewajiban. Kepercayaan relasional ini muncul dari kata-kata dan tindakan yang menjadi harapan. Harapan yang tidak terpenuhi bisa menghilangkan kepercayaan relasional dan juga pemutusan hubungan tersebut.

2.3.3. Indikator Kepercayaan

Menurut Wibowo ada beberapa aspek yang menjadi dasar dalam membangun kepercayaan, yaitu:⁵⁶

1. Keterbukaan

Adanya kerahasiaan dan kurangnya transparansi antar kedua pihak akan mengganggu kepercayaan dalam kerja sama. Sehingga dibutuhkan adanya keterbukaan antar pihak agar antar kedua pihak bisa saling percaya.

2. Kompeten

Kompeten ialah kemampuan dalam melaksanakan suatu tugas maupun peran yang telah dipercaya oleh masyarakat kepada Tokopedia. Kompeten ini dapat dibangun dengan adanya pemahaman

⁵⁶ Mukhlis Muhammad Nur dan Zulfahmi, "*Pengaruh...*", hlm. 93

dan keterampilan yang diperoleh dari pembelajaran maupun pengalaman.

3. Kejujuran

Kejujuran adalah salah satu elemen penting dalam kepercayaan karena adanya kejujuran akan menghindarkan dari kecurangan yang dapat merugikan pihak lain. Jujur merupakan memberikan suatu informasi yang sesuai dengan kenyataan dan kebenaran yang ada. Tingkat kejujuran dapat dinilai dari pengakuan yang telah dibicarakan dan sesuai dengan kenyataan yang ada.

4. Integritas

Integritas merupakan seluruh pikiran, perbuatan, perkataan, dan niat untuk berproses, berjanji untuk melaksanakan tugas secara transparan, profesional, dan bersih serta akan mengerahkan kemampuan dengan optimal agar terwujud hasil kerja yang terbaik.

5. Akuntabilitas

Akuntabilitas ialah hasrat seseorang akan tanggung jawab mengenai apa yang telah dikerjakan kepada lingkungan atau orang lain. Akuntabilitas bisa diukur dengan pernyataan mengenai motivasi dalam menyelesaikan tugas dan seberapa besar usaha dalam menyelesaikan pekerjaan maupun tugasnya.

6. Sharing

Sharing merupakan pengakuan atau ungkapan diri kepada orang lain sebagai meringankan masalah dengan cara berbagi sesuatu. Diperlukan adanya sharing dalam membangun kepercayaan karena sharing mempunyai manfaat nilai psikologis yang mampu membangun hubungan antar satu sama lain lebih baik. Sharing ini dapat berupa sharing keahlian, keterampilan, pengalaman, informasi, dan lain sebagainya.

7. Penghargaan

Pemberian penghargaan atau *reward* kepada orang lain mampu mendorong adanya kepercayaan, sehingga harus saling menghargai satu sama lain.

2.4. Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam

2.4.1. Pengertian Minat

Secara terminologi minat merupakan keinginan atau kesukaan dan kemauan terhadap suatu hal. Menurut bahasa minat adalah kemauan atau usaha yang dilakukan untuk mendapatkan ilmu.⁵⁷ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat merupakan kecondongan hati yang tinggi akan suatu keinginan atau suatu gairah.⁵⁸

Menurut Mowen dan Minor minat beli adalah suatu hal yang didapatkan dari sebuah proses berpikir dan belajar yang membentuk suatu persepsi.⁵⁹ Senada dengan Mowen, Slameto menyatakan minat yaitu keterikatan dan rasa suka pada suatu aktivitas atau hal, tanpa adanya dorongan dari orang lain.⁶⁰ Sama halnya dengan Slameto, Winkel menyatakan minat merupakan kondisi dimana apabila seseorang melihat ciri-ciri maupun arti sementara yang dihubungkan dengan kebutuhan maupun keinginan seseorang.⁶¹ Menurut Sadirman minat merupakan suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri kebutuhannya sendiri. Seorang Muzakki yang membayar zakat, infak, dan sedekah akan mempunyai rasa ketertarikan yang tidak sama antara orang satu dengan yang lainnya. Selanjutnya Manilet menyatakan berdasarkan ketertarikan tadi mendorong buat belajar dan

⁵⁷ Siwi Puji Astuti, "Pengaruh Kemampuan Awal dan Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Fisika", Jurnal Formatif, Vol. 5 (1), 2015, hlm. 71

⁵⁸ Kbbi web, "Arti Kata Minat – Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online", diakses dari <https://kbbi.web.id/minat.html> pada 02 Desember 2022

⁵⁹ Reza Ronaldo, "Produk Asuransi: Antara Minat Beli Dan Citra Perusahaan Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Melalui Customer Trust, Customer Identification, dan Customer Commitment", Banyumas: Amerta Media, 2021.nurha

⁶⁰ Maria Kanusta, "Gerakan Literasi dan Minat Baca", Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka, 2021, hlm. 42

⁶¹ *Ibid.*

membuktikannya. Minat membayar zakat bisa diukur menggunakan indikator yang terdiri berdasarkan stimulus yang terdapat dalam diri individu, motif sosial dan taraf emosional. Seorang muzakki bisa dinyatakan baik apabila memang mempunyai berdasarkan unsur tadi.⁶²

Berdasarkan dari definisi dan penjelasan tersebut dapat dijelaskan bahwa minat dalam riset ini merupakan suatu ketertarikan atau tendensi yang ada pada mahasiswa yang menimbulkan pendirian, kebersediaan dan ketekunan serta memiliki desakan atas objek khusus tanpa perintah atau paksaan dari pihak lain untuk membayar ZIS menggunakan Tokopedia Salam.

2.4.2. Macam-Macam Minat

1. Minat berdasarkan timbulnya dibedakan menjadi dua, yaitu:⁶³
 - a. Minat primitif, merupakan minat yang muncul dari jaringan tubuh atau kebutuhan biologis. Seperti kebutuhan untuk makanan, perasaan nyaman serta enak.
 - b. Minat sosial atau kultural, merupakan minat dari proses belajar dan berhubungan langsung mengenai diri kita, seperti minat belajar manusia karena pengalaman dari lingkungan sekitar lebih menghargai orang-orang terpelajar.
2. Minat berdasarkan arahnya dibedakan menjadi dua yaitu:
 - a. Minat *intrinsic*, merupakan minat mengenai aktivitas itu sendiri atau minat yang asli. Seperti orang belajar karena memang suka membaca bukan karena ingin mendapatkan pujian dari orang lain.
 - b. Minat *ekstrinsic*, merupakan minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut dan kemungkinan akan hilang jika tujuannya sudah tercapai. Seperti belajar karena ingin lulus tes.

⁶² Dewi Rafiah Rakpahan, Ahmad Fadli, "Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Sumut", Jurnal Ekuivalensi, Vol 7, 2021, hlm. 282

⁶³ Yayat Suharyat, "Hubungan Antara Sikap, Minat, dan Perilaku Manusia", Jurnal Region, Vol. 1 (3), 2009, hlm. 11

3. Minat berdasarkan cara mengungkapkan dibedakan menjadi 4 yaitu:
 - a. *Expressed interest*, yaitu minat yang cara mengungkapkan dengan cara meminta kepada subjek untuk menyatakan kegiatan yang disukai.
 - b. *Manifest interest*, yaitu minat yang diungkapkan dengan meneliti secara langsung terhadap aktivitas yang dilakukan subjek.
 - c. *Tested interest*, yaitu minat yang dilakukan melalui menyimpulkan jawaban tes objektif.
 - d. *Inventoried interest*, yaitu minat yang diungkapkan dengan memakai alat yang sudah distandarisasikan.

2.4.3.Faktor Yang Mempengaruhi Munculnya Minat

Menurut Crow and Crow dalam Sokhikah & Nurudin terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya adalah sebagai berikut.⁶⁴

- a. Dorongan dari dalam, faktor ini berupa kebutuhan fisik dan psikologis. Seperti dorongan untuk makan, rasa ingin tahu, dan seks.
- b. Motif sosial merupakan kebutuhan akan pengakuan dan penghargaan dari lingkungan sekitar.
- c. Faktor emosional merupakan ukuran intensitas seseorang dalam memperhatikan aktivitas atau objek tertentu. Minat berhubungan dengan emosi.

2.4.4.Indikator Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam

Indikator dalam minat menurut Kharisma dan Jayanto (2021) adalah sebagai berikut.⁶⁵

- a. Ketertarikan (*interest*)
Ketertarikan merupakan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang terhadap suatu hal.

⁶⁴ Sokhikhatul Mawadah dan Nurudin, "The Effect of Interest, Religious Stimuli, and the Consumer's Trust on the Digital Al Qur'an Purchase", International Journal of Islamic Business and Economics, 2018, hlm. 91

⁶⁵ Pugh Kharisma dan Prabowo Yudo Jayanto, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah" Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 16 (1), 2021, hlm. 51

b. Keinginan (*desire*)

Keinginan merupakan hal yang ditunjukkan dengan adanya dorongan atau rasa dapat memiliki.

c. Keyakinan (*Conviction*)

Keyakinan merupakan adanya rasa percaya diri individu akan keuntungan, kualitas, dan daya guna dari produk yang ingin dibeli.

2.5. Zakat, Infak, dan Sedekah

2.5.1. Zakat

2.5.1.1. Pengertian Zakat

Kata zakat secara bahasa berasal dari kata zaka yazku zaka'an wa zakwan yang berarti berkembang dan bertambah. Lewis Ma'luf menyatakan bahwa zakat secara bahasa berarti pembuktian (*shadaqah*), penyucian (*taharah*), dan pemurnian sesuatu (*sufwatu sya'i*).⁶⁶ Menurut madzhab syafi'i zakat adalah nama bagi sesuatu yang dikeluarkan dari harta atau badan dengan cara tertentu.

Menurut Yusuf Qardhawi zakat merupakan sejumlah harta khusus dan wajib diserahkan kepada golongan orang tertentu yang berhak menerimanya berdasarkan perintah Allah SWT.⁶⁷ Senada dengan Yusuf Qardhawi, Sayyid Sabiq menyatakan zakat adalah sebuah aset yang dikeluarkan oleh manusia dari hak Allah SWT, untuk diberikan kepada fakir miskin.⁶⁸ Senada dengan Sayyid Sabiq, Salim menyatakan bahwa zakat merupakan suatu bentuk ibadah kepada Allah Ta'ala dengan cara mengeluarkan kadar harta tertentu yang wajib dikeluarkan menurut syariat Islam dan diberikan kepada golongan atau pihak tertentu.⁶⁹ Tidak

⁶⁶ Rahmad Hakim, "Manajemen Zakat: Teoritis, Konsepsi, dan Implementasi", (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020), hlm. 2

⁶⁷ Moh. Elman, et al, "Zakat dan Pengelolaannya", (Batu: Literasi Nusantara, 2019), hlm. 2

⁶⁸ Agus Hermanto dan Rohmi Yuhani'ah, "Pengelolaan Shadaqah, Zakat dan Wakaf", (Batu: Literasi Nusantara, 2021), hlm. 18

⁶⁹ Siti Sarah Salim, "Analisis Kinerja Keuangan Lembaga Amil Zakat", Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2016

berbeda dengan Salim, Masdar menyatakan bahwa zakat merupakan sebuah mekanisme masyarakat yang bersifat spiritualisasi.⁷⁰

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa zakat merupakan bentuk ibadah kepada Allah SWT dengan tujuan membersihkan harta yang diperuntukkan kepada golongan penerima zakat.

2.5.1.1. Dasar Hukum Zakat

1. Q.S Al-Baqarah [2] ayat 110

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ۗ وَمَا تُقَدِّمُوا لِأَنفُسِكُمْ مِنْ خَيْرٍ تَجِدُوهُ عِنْدَ اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: “Dan laksanakanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Dan segala kebaikan yang kamu kerjakan untuk dirimu, kamu akan mendapatkannya (pahala) di sisi Allah. Sungguh, Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Baqarah [2] ayat 110)

2. Q.S. At-Taubah [9] ayat 103

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

Artinya: “Ambillah zakat dari harta mereka, guna membersihkan dan mensucikan mereka, dan berdo’alah untuk mereka. Sesungguhnya do’amu itu (menumbuhkan) ketentraman jiwa bagi mereka.” (Q.S. At-Taubah [9] ayat 103)

3. Hadits

بُنِيَ الْإِسْلَامُ عَلَى خَمْسٍ شَهَادَةِ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ ، وَإِقَا
مَا لَصَلَاةَ ، وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ ، وَالْحَجِّ ، وَصَوْمِ رَمَضَانَ

Artinya: “Islam dibangun di atas lima: persaksian bahwa tidak ada tuhan kecuali Allah dan Muhammad adalah utusan Allah, mendirikan shalat, menunaikan zakat, naik haji, dan puasa ramadhan. (HR. Bukhari dan Muslim)

⁷⁰ Ummiyatis Sholihah Hastriana, “Analisis Penafsiran Fazlurrahman dan Masdar F. Mas’udi Tentang Zakat dan Pajak”, *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, Vol. 2 (1), 2018, hlm. 100

2.5.1.3. Jenis Zakat

Menurut BAZNAS, secara umum zakat terbagi dua yaitu:⁷¹

1. Zakat Fitrah

Zakat fitrah merupakan zakat yang wajib dikeluarkan oleh umat muslim dan mampu menunaikannya. Zakat ini dibayarkan dalam bulan Ramadhan sebelum sholat hari raya Idul Fitri. Zakat ini dibayarkan dengan makanan pokok sebanyak 2,5 kg atau 3,5 liter per orang. Selain menggunakan makanan pokok zakat fitrah juga bisa dibayarkan menggunakan uang yang sebanding dengan 2,5 kg atau 3,5 liter makanan pokok.

2. Zakat Harta (*maal*)

Secara bahasa, harta merupakan semua hal yang ingin dimiliki oleh orang, dimanfaatkan, dan disimpan. Secara istilah, harta merupakan segala hal yang bisa digunakan dan bisa dimiliki. Bisa dikatakan sebagai harta jika hal tersebut dapat dihimpun, disimpan, dimiliki, dikuasai, dan dimanfaatkan sama dengan *ghalibya*.

Syarat aset yang wajib dizakati yaitu berkembang atau bertambah, , terbebas dari hutang, lebih dari kebutuhan pokok, cukup nisab, milik penuh dan sudah berlalu satu tahun.

Zakat *maal* dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu:⁷²

a. Zakat Penghasilan (Profesi)

Zakat ini harus dikeluarkan atas aset yang bersumber dari pemasukan rutin dari pekerjaan yang diperoleh syariah. Nisab yang digunakan adalah sebesar Rp 5.240.000 perbulan. Perhitungan zakat profesi adalah jumlah pemasukan kotor x 2,5%.

⁷¹ Baznas, "Fikih Zakat Kontekstual Indonesia", Badan Amil Zakat Nasional, 2018, hlm. 95

⁷² Lisa Oktaviana, "Pengelolaan Zakat Maal di Singingi Hilir", JuhanaPerak, Vol. 2 (3), 2021, hlm 202

b. Zakat Emas dan Perak

Nisab dan *haul* zakat emas dan perak adalah senilai 85 gram. Sedangkan *nisab* dan *haul* perak adalah seberat 595 gram. Zakat emas/perak yang wajib dikeluarkan adalah sebanyak 2,5% dari emas/perak yang dimiliki.

c. Zakat Perdagangan

Zakat perdagangan ini berasal dari harta niaga yang merupakan aset yang diperjualbelikan dengan tujuan mendapat profit. Harta niaga yang dikenakan zakat terdiri dari aset lancar usaha dan telah genap setahun dikurang dengan utang jangka pendek dengan jatuh tempo setahun. Apabila selisih aset lancar dan utang senilai *nisab* 85 gram emas, maka wajib mengeluarkan zakat. Zakat perdagangan dinilai dari $2,5\% \times (\text{aset lancar} - \text{utang jangka pendek})$.

d. Zakat Perusahaan

Zakat perusahaan ini dianalogikan dengan zakat perdagangan, dimana *nisab* setara dengan emas 85 gram emas. Aset perusahaan yang dizakati adalah aset barang, uang tunai maupun piutang, dipotong aset bentuk prasarana dan beban mendesak seperti utang jatuh tempo. Zakat perusahaan dihitung dari $2,5\% \times (\text{harta lancar} - \text{utang jangka pendek})$.

e. Zakat Saham

Zakat ini ditetapkan pada Muktamar Internasional di Kuwait oleh para ulama pada 29 Rajab 1404 H. Zakat ini wajib dikeluarkan apabila profit saham setahun sudah mencapai *nisab* 85 gram emas maka wajib mengeluarkan zakat sebanyak 2,5% dari keuntungan tersebut. Zakat saham dihitung dari $2,5\% \times \text{jumlah saham yang disimpan selama setahun}$.

f. Zakat Reksadana

Sama seperti zakat lainnya, zakat reksadana juga wajib dibayarkan apabila laba dari investasi setahun sudah senilai *nisab* 85 gram emas.

Zakat reksadana dihitung dari 2,5% x jumlah harta yang tersimpan dalam waktu 1 tahun.

2.5.1.4. Penerima Zakat

Dalam Al-Qur'an dijelaskan terdapat 8 golongan yang dapat menerima zakat yang tercantum dalam QS. At-Taubah ayat 60:

إِنَّمَا لَصَدَقَاتُ الْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَّفَةَ فُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ
وَالْغُرْمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ ۗ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ ۗ وَاللَّهُ عَلِيمٌ
حَكِيمٌ ۙ

Artinya: “Sesungguhnya zakat itu hanyalah untuk orang-orang fakir, orang miskin, amil zakat, yang dilunakkan hatinya (muallaf), untuk (memerdekakan) hamba sahaya, untuk (membebaskan) orang yang berhutang, untuk jalan Allah, dan untuk orang yang sedang dalam perjalanan, sebagai kewajiban dari Allah, Allah Maha Mengetahui Maha Bijaksana”. (Q.S At-Taubah: 60).

Berdasarkan ayat di atas golongan penerima zakat yaitu:⁷³

- a. Fakir, adalah seseorang yang tidak memiliki pekerjaan tetap dan tidak memiliki harta dalam mencukupi kebutuhan hidupnya dan tidak ada orang lain yang menanggung hidupnya.
- b. Miskin, adalah seseorang yang tidak dapat mencukupi kebutuhan hidupnya meskipun dia mempunyai pekerjaan atau usaha tetap dan tidak ada orang lain yang menanggung hidupnya.
- c. *Amil*, adalah seseorang yang bertugas dalam pelaksanaan zakat.
- d. *Muallaf*, adalah seseorang yang baru memeluk agama Islam dan imannya masih lemah atau belum terlalu paham dengan Islam.
- e. Budak atau hamba sahaya, adalah seseorang yang hendak memerdekakan dirinya sendiri dengan perjanjian oleh majikannya dan harus menebus dengan uang.

⁷³ Ahmad Furqon, “ *Manajemen Zakat*”, Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2015, hlm. 74

- f. *Gharim*, adalah seseorang yang memiliki hutang yang banyak dan belum bisa mencukupi kebutuhan pokoknya. Yaitu seseorang yang berhutang untuk kemaslahatan pribadi atau untuk kemaslahatan umum. Misalnya hutang untuk membangun jembatan, menjamu tamu, memakmurkan masjid, dll.
- g. *Fi sabilillah*, adalah seseorang yang berjihad di jalan Allah. Artinya seseorang yang melindungi dan memelihara agama Allah dengan tujuannya untuk menghidupkan agama Islam. Misalnya berdakwah.
- h. *Ibnu sabil*, adalah seseorang yang melakukan perjalanan jauh dan kehabisan biaya ataupun bekalnya ketika berada dalam perjalanan. Pada saat itu, dia tidak dapat memenuhi kebutuhannya.

2.5.2. Infak

2.5.2.1 Pengertian Infak

Kata infak berasal dari bahasa arab *infaq* yang berarti sesuatu yang habis. Infak merupakan kata serapan ke dalam bahasa Indonesia yang berarti pemberian (sumbangan) harta dan sebagainya untuk kebaikan. Secara terminologi menurut Ibnu Faris bin Zakariyah (dalam Enghariano *infaq* secara etimologi memiliki dua arti; (1) hilangnya sesuatu atau terputusnya sesuatu, (2) samarnya sesuatu atau tersembunyinya sesuatu. Menurut Didin Hafidhuddin dalam Enghariano infak merupakan mengeluarkan sebagian harta maupun pendapatan yang digunakan untuk kepentingan yang dalam ajaran Islam.⁷⁴ Di samping itu Mohammad Daud Ali dalam Setiawan menyatakan bahwa infak merupakan pengeluaran seseorang yang dilakukan secara sukarela disaat mereka memperoleh rezeki sebanyak yang mereka kehendaki.⁷⁵

⁷⁴ Desri Ari Enghariano, "Konsep Infak Dalam Al-Qur'an", Jurnal Al-Maqasid: Jurnal Ilmu-Ilmu Kesyarahan dan Keperdataan, Vol.6 (1), 2020, hlm. 102.

⁷⁵ H. Bagus Setiawan, "Infaq dalam Tafsir Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 261", Islamic Banking, Vol. 1 (1), 2015, hlm. 61

Berdasarkan definisi di atas bisa diartikan infak yaitu mengeluarkan harta yang dimiliki secara sukarela demi kemaslahatan umum dan mengharapkan pahala dan ridha dari Allah SWT. Substansi dalam infak ini terletak pada harta benda maupun materi.

2.5.2.2 Dasar Hukum Infak

1. Q.S. al-Baqarah [2] ayat 195

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ
الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Dan infakkan (hartamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu jatuhkan (diri sendiri) ke dalam kebinasaan dengan tangan sendiri, dan berbuat baiklah. Sungguh Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.” (Q.S. Al-Baqarah [2] ayat 195)

2. Hadits

أنفق يا ابن آدم ينفق عليك

Artinya: “Berinfaklah, niscaya aku akan menafkahkanmu.” (HR. Bukhari, Ahmad & Ibnu Majah)

2.5.2.3 Jenis Infak

Secara hukum infak dibagi 4 jenis yaitu:⁷⁶

- a. Infak mubah yaitu, mengeluarkan harta untuk hal-hal yang mubah seperti halnya berdagang dan bercocok tanam.
- b. Infak wajib: menginfakkan harta untuk perkara wajib, seperti mahar (maskawin), menghidupi istri, menafkahi istri yang ditalak saat masa iddah.
- c. Infak haram: menginfakkan harta untuk perkara haram, seperti infaknya orang kafir agar menghalangi syiar islam dan infaknya orang islam kepada fakir miskin bukan karena Allah.

⁷⁶ Fuad hadiziq, “*Fikih Zakat, Infaq, dan Sedekah*”, Ekonomi Ziswaf., 43 (06), hlm.

- d. Infak sunnah, yaitu memberikan harta dengan niatan sedekah. Infak sunnah dibedakan menjadi dua macam yaitu infak sebagai jihad dan infak untuk orang kekurangan.

2.5.2. Sedekah

2.5.3.1. Pengertian Sedekah

Sedekah berawal dari bahasa Arab “*shadaqah*” yang berasal dari kata *sidq* (*sidiq*) yang artinya kebenaran. Menurut peraturan BAZNAS No.2 Tahun 2016, sedekah merupakan harta maupun non harta yang dikeluarkan oleh badan usaha atau seseorang di luar zakat untuk kemaslahatan umum.⁷⁷ Sedangkan menurut istilah sedekah merupakan mengeluarkan sebagian pendapatan atau harta yang dimiliki untuk suatu kepentingan yang diperintahkan oleh agama. Sedekah juga dapat diartikan sebagai pemberian secara sukarela kepada orang lain tanpa nisab, dan bisa dikeluarkan kapan saja tanpa mengikat waktu.⁷⁸ Menurut Hammad sedekah berarti suatu pemberian dengan tujuan untuk mengharapkan pahala dari Allah SWT. Dan menurut istilah syara’ sedekah merupakan mengeluarkan harta kepada orang lain tanpa mengharapkan pengganti untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.⁷⁹ Senada dengan Hammad, Syed Mahmudunnasir menyatakan sedekah merupakan pemberian sebagian harta yang dimiliki karena Allah kepada orang-orang fakir dan miskin.⁸⁰

Dari pernyataan di atas bisa diartikan sedekah merupakan mengeluarkan harta atau non harta secara sukarela kepada orang lain

⁷⁷ BAZNAS, “Definisi Sedekah – BAZNAS”, Diakses pada 1 Desember 2022 pukul 10.23 dari <https://baznas.go.id/sedekah>

⁷⁸ Umi Atia Hanik, “Strategi Pengelolaan Shadaqah Centelan Aisyiyah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Bersedekah (Studi Kasus: Aisyiyah Keputih)”, Ekosiana Jurnal Ekonomi Syari’ah, Vol. 8 (1), 2021, hlm. 25

⁷⁹ Dhany Hermawan dan Atep Hendang Wahyu, “Peran Zakat, Infaq dan Sedekah dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Kabupaten Tangerang (Studi Kasus Program Hibah Rumah Siap Huni Kopasyah BMI)”, Simposium Nasional Multidisiplin, Vol. 1, 2019 hlm. 3

⁸⁰ M. Yakub, “Islam dan Solidaritas Sosial: Perkembangan Masyarakat Islam Periode Madinah”, Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, Vol. 7 (1), 2019, 47

untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT dan dapat digunakan untuk kemaslahatan umum.

2.5.3.2. Dasar Hukum Sedekah

1. Q.S. Yusuf [12] ayat 88

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya: “Maka ketika mereka masuk ke (tempat) Yusuf, mereka berkata, “wahai Al-‘Aziz! Kami dan keluarga kami datang membawa barang-barang yang tidak berharga, maka penuhilah jatah (gandum) untuk kami. Sesungguhnya Allah memberi balasan kepada orang yang bersedekah.” (Q.S. Yusuf [12] ayat 88)

2. Hadits

مَا نَقَصَتْ صَدَقَاتُ مِنْمَالٍ

Artinya: “Tidaklah sedekah mengurangi harta”. (HR. Muslim)

2.5.3.3. Jenis Sedekah

Sedekah tidak boleh dilakukan selain dijalan Allah, karena sedekah berangkat dari motivasi untuk mendekatkan diri kepada Allah Ta’ala. Mufti Afif menambahkan, bahwasanya bentuk pendekatan diri kepada Allah itu ada berbagai macam bentuk, maka dari itu bentuk dari sedekah tidak bisa hanya dibatasi oleh pemberian harta (kekayaan) semata. Semua bentuk perbuatan baik kepada sesama manusia adalah lingkup dari sedekah non harta, diantaranya adalah: dzikir, senyum, mempermudah urusan orang lain yang masuk dalam sedekah non harta. Sedekah harta meliputi menafkahi keluarga dan lain-lain.⁸¹

⁸¹ *Ibid.*

2.6. Tokopedia Salam

2.6.1. Sejarah Berdirinya Tokopedia

Tokopedia merupakan perusahaan teknologi Indonesia dengan misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital. Leontinus Alpha Edison mendirikan Tokopedia yang dibantu rekannya. Ide ini berawal pada tahun 2007 dan didirikan pada 6 Februari 2009 oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison. Namun secara resmi Tokopedia diluncurkan kepada public pada tahun 17 Agustus 2009 dibawah naungan PT Tokopedia. Dilansir dari google playstore saat ini aplikasi Tokopedia sudah diunduh lebih dari 100 juta kali dengan 6.351.508 ulasan dan rating bintang 4,7. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Tokopedia merupakan salah satu aplikasi yang diminati masyarakat dengan penilain yang baik. Pada tahun 2016 Tokopedia mengenalkan produk *FinTech*. Produk keuangannya terdiri dari investasi terjangkau, pinjaman modal ventura, produk keamanan, dompet digital dan layanan keuangan lainnya.⁸² Selanjutnya pada tahun 2019 Tokopedia mengenalkan Tokopedia Salam yang membantu masyarakat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan produk dan layanan yang berkualitas.⁸³

2.6.2. Fitur dalam Tokopedia Salam

Tokopedia Salam merupakan salah satu *e-commerce* yang bergerak dibidang ekonomi syariah. Ada tiga pilar kebutuhan yang disediakan oleh Tokopedia Salam, yakni pembayaran, pembiayaan, dan investasi. Tokopedia Salam bisa dimanfaatkan pengguna untuk transaksi secara halal dan aman. Fitur yang ada didalam Tokopedia Salam diantaranya: Cek Jadwal Sholat, Baca Al-Qur'an, Fidyah, Donasi, Reksadana Syariah, Emas, Wakaf, Zakat Maal, Fashion Muslim, Qurban, dan Perlengkapan Ibadah.⁸⁴

Tokopedia Salam mencatat peningkatan aktivitas selama pandemi, khususnya untuk donasi dan transaksi zakat, infak, sedekah, dan wakaf (ziswaf). Tokopedia Salam terbuka untuk berbagai kolaborasi dengan pihak

⁸² Fiza Fradesa, et.al, "*Fitur...*"

⁸³ *Ibid.*

⁸⁴ *Ibid.*

yang memiliki visi yang sama. Pengembangan UMKM halal menjadi salah satu misi untuk meningkatkan pemerataan ekonomi masyarakat melalui platform digital. Tokopedia merupakan aplikasi transaksi secara online yang dirilis pada bentuk mobile buat melancarkan konsumen melakukan pembayaran juga berbelanja. Tokopedia adalah galat satu unicorn Indonesia. Dalam ramadhan tahun 2021, zakat terkumpul mencapai lebih dari tiga miliar rupiah (kompas.com), penggunaan transaksi zakat maal semakin tinggi hampir 3x lipat, selain itu transaksi bantuan semakin tinggi lebih berdasarkan 3x lipat apabila dibandingkan menggunakan periode sebelum ramadhan. Tokopedia menggandeng beberapa forum-forum amal misalnya tempat tinggal zakat, Dompet Duafa, tempat tinggal yatim, human iniativ, kitabisa, benih baik, nu-care lazisnu, laz al-azhar, Baznas, dan wecare.id. Penyalurkan bantuan di Tokopedia menerima rating sebanyak 4,93% /lima berdasarkan 5053 ulasan yang sudah diberikan (tokopedia.com).⁸⁵

2.7. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan dari penelitian yang sudah terlaksana oleh peneliti pada waktu yang sudah lampau. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi pada penelitian. Selain sebagai referensi penelitian terdahulu juga dapat digunakan sebagai pembandingan dengan penelitian terbaru.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil	Perbedaan Penelitian
1.	Niken et,al ⁸⁶	Pengaruh Literasi Zakat, Infaq, Shadaqah	Literasi zis tidak berpengaruh atas keputusan	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian Niken et,al terfokus pada pembayaran zakat dan donasi

⁸⁵ Lida Puspitaningtyas

⁸⁶ Niken et,al, "Pengaruh..."

		(ZIS), Kepercayaan dan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia: Studi pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor pada Angkatan 2017-2018	mengeluarkan donasi dan zakat. Sedangkan kepercayaan dan <i>brand awareness</i> berpengaruh terhadap atas keputusan membayar zakat dan donasi.	sedangkan dalam penelitian ini terfokus pada minat membayar ZIS. • Pada penelitian Niken et,al variabel penelitiannya yaitu literasi ZIS, <i>brand awareness</i> , dan kepercayaan, sedangkan dalam penelitian ini tidak terdapat variabel <i>brand awareness</i> tetapi menggunakan variabel religiusitas.
2.	Nursalima h dan Senjiati ⁸⁷	Analisis Prioritas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Berzakat, Infaq, dan	Faktor yang berpengaruh atas minat muzakki dalam Berzakat, infaq, dan sedekah adalah faktor pendapatan, pengetahuan,	• Variabel X pada Penelitian Nursalimah dan Senjiati yaitu pendapatan, pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan. Namun pada

⁸⁷ Sifa Nursalimah, "Analisis..."

		Sedekah di Masa Pandemi Covid-19	religiusitas, dan kepercayaan.	<p>penelitian penulis tidak menggunakan variabel pendapatan karena objek dalam penelitiannya adalah mahasiswa yang mayoritas belum memiliki pendapatan.</p> <ul style="list-style-type: none"> Objek penelitian penulis adalah Tokopedia Salam.
3.	Desiana, et,al ⁸⁸	Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar ZIS (Studi di Baitul Mal Sigli)	Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat membayar ZIS, sedangkan religiusitas dan pendapatan berpengaruh atas minat masyarakat membayar ZIS.	<ul style="list-style-type: none"> Dalam penelitian Desiana et,al terdapat variabel pendapatan namun dalam penelitian ini tidak terdapat variabel pendapatan. Variabel Y dalam penelitian Desiana et al, adalah minat

⁸⁸ Risa Desiana, et, al, "Faktor..."

				masyarakat membayar ZIS sedangkan dalam penelitian ini adalah minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.
4.	Kharisma dan Jayanto ⁸⁹	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah	Kegunaan dan transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-zakat. Risiko berpengaruh secara negatif dan signifikan.	• Variabel pada penelitian Kharisma dan Jayanto adalah kegunaan, transparansi, dan risiko. Sedangkan dalam penelitian penulis menggunakan variabel pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan.
5.	Fadhil dan Lili ⁹⁰	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS	Kemudahan tidak berpengaruh atas minat membayar ZIS melalui GoPay.	• Variabel Y dari penelitian Fadhil dan Lili merupakan minat membayar ZIS

⁸⁹ Puguh Kharisma dan Prabowo Yudo Jayanto, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah" *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 16 (1), 2021, hlm. 55

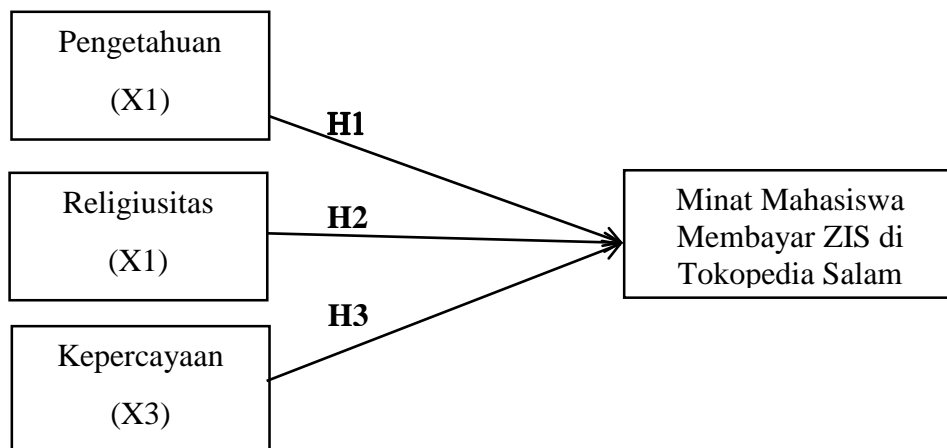
⁹⁰ Fadhil..., hlm.63

		Menggunakan GoPay	Kesadaran merek dan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat membayar ZIS menggunakan GoPay.	menggunakan Gopay, sedangkan dalam penelitian ini akan meneliti minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.
--	--	-------------------	---	--

2.8. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir merupakan sketsa mengenai hubungan antar variabel dalam riset. Kerangka pikir dijabarkan dengan jalan pikiran sesuai kerangka yang logis. Berdasarkan landasan teori dan tujuan pustaka, maka kerangka pikir teoritis penelitian ini disajikan pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.1.
Kerangka Berpikir



Dari gambar 2.1 menguraikan dan menentukan persepsi antar variabel. Gambar tersebut memperlihatkan variabel independen (X1), (X2), dan (X3) dalam penelitian ini adalah pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan. Sedangkan

variabel dependennya yaitu (Y) minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Variabel yang akan diteliti yaitu:

1. Pengetahuan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) adalah pemahaman ZIS, tujuan dan manfaat ZIS, dampak dari membayar ZIS yang akan memunculkan budaya berzakat, berinfaq, dan bersedekah sebagai suatu kewajiban dan kesunnahan yang perlu dilakukan.
2. Religiusitas merupakan tingkat kepatuhan individu terhadap aturan dan kewajiban agama yang dianut, dan menunjuk pada aspek yang berhubungan dengan kedalaman manusia, yaitu penghayatan akan aspek-aspek religi yang telah dihayati di dalam hatinya.
3. Kepercayaan merupakan keyakinan muzakki terhadap lembaga amil zakat untuk mengelola zakat, infak, dan sedekah kepada mustahik karena muzakki percaya bahwa lembaga tersebut dapat dipercaya, transparan, dan profesional.
4. Minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam adalah suatu ketertarikan atau dorongan yang ada pada mahasiswa yang melakukan perwujudan tujuan dan cita-cita pendirian atas objek khusus tanpa perintah atau paksaan dari pihak lain untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal membayar ZIS menggunakan Tokopedia Salam.

2.9. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara mengenai hubungan sebab akibat dari kinerja variabel yang perlu dibuktikan kebenarannya melalui praktik, percobaan maupun kenyataan. Hipotesis juga disebut sebagai dugaan sementara sebab jawaban berdasarkan pada teori belum didasarkan dengan fakta empiris yang didapatkan dari pengumpulan data.⁹¹

1. Pengetahuan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) yaitu kemampuan seseorang dalam memahami, memahami, membaca dan mengakses informasi tentang ZIS yang dapat meningkatkan kesadaran untuk membayar ZIS akan semakin tinggi. Nursalimah dan Senjiati (2021) menjelaskan bahwa

91

pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat muzakki dalam berzakat, infaq, dan sedekah.⁹² Senada dengan ini, penelitian Akmila et,al (2022) juga berpendapat pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat bayar zakat, infak, dan sedekah.⁹³ Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa:

H1 : pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

2. Religiusitas merupakan tingkat komitmen dan konsepsi individu terhadap agamanya, sehingga individu akan bersungguh-sungguh menjadikan agama sebagai pedoman berperilaku, dengan tujuan agar perilakunya senantiasa terarah dan mengingat pelajaran agama yang diyakininya. Seperti pada penelitian Fadhil dan Sari (2022)⁹⁴ serta Annas et al (2020)⁹⁵ menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh kepada minat membayar zakat, infak, dan sedekah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa:

H2 : religiusitas berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

3. Kepercayaan merupakan keinginan muzakki untuk mengandalkan lembaga zakat untuk mengelola zakat, infak, dan sedekah kepada mustahik karena muzakki percaya bahwa lembaga tersebut amanah, transparan, dan profesional. Dalam penelitian Muawanah (2019)⁹⁶ serta Pakpahan dan Fadli (2021)⁹⁷ menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif akan minat membayar zakat, infak, dan sedekah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa:

H3 : kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

⁹² Sifa Nursalimah, Ifa Hanifia Senjiati. "*Analisis...*"

⁹³ Akmila et,al, "*Faktor...*"

⁹⁴ Fadhil, ... "

⁹⁵ Muhamad Annas, et al, "*Pengaruh...*"

⁹⁶ Risalatul Muawanah, "*Pengaruh ...*"

⁹⁷ Dewi Rafiah Pakpahan dan Ahmad Fadli, "*Pengaruh ...*", hlm. 289

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

3.1.1. Jenis Data

Menurut Woody penelitian merupakan sebuah metode untuk menemukan kebenaran dan juga merupakan pemikiran kritis. Dalam penelitian meliputi definisi dan redefinisi terhadap suatu masalah, memformulasikan hipotesis, menyimpulkan suatu data yang diperoleh dari pengujian apakah cocok dengan hipotesis.⁹⁸ Metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Menurut Duli data kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan dihitung mengaplikasikan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan terhadap masalah yang diteliti agar menghasilkan suatu kesimpulan.⁹⁹

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*) yang merupakan penelitian yang dilaksanakan dengan sistematis.¹⁰⁰ Data yang didapatkan kemudian diukur menggunakan satu nilai atau lebih dari variabel sampel. Alat ukur yang digunakan oleh penulis menggunakan angket.¹⁰¹ Dalam penelitian berbentuk studi pengaruh untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh antara variabel penelitian.

3.1.2. Sumber Data

Sumber data merupakan asal data yang diperoleh pada sebuah penelitian. Kemungkinan untuk menjawab permasalahan penelitian

⁹⁸ Julio Warmansyah, "Metode Penelitian dan Pengolahan Data Untuk Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan", Yogyakarta: Deepublish, 2020, hlm. 2

⁹⁹ Nikolaus Duli, "Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS", Yogyakarta: Deepublish, 2019, hlm. 14

¹⁰⁰ Nazaruddin Ali Basyah, A. Razak, Zulfadhli, "Metode Kualitatif Dalam Riset Bisnis : Satu Tujuan", *Ecocomica Didactica*, Vol 2, 2020, hlm. 2. Diakses pada 26 September 2022 dari <http://www.jurnal.unsyiah.ac.id/JED/article/view/18369/13037>

¹⁰¹ Purwato, *Statistika Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011, h. 41.

dibutuhkan satu atau lebih sumber data, hal tersebut disesuaikan kebutuhan dan kecukupan data dalam menjawab pertanyaan. Dari sumber data ini akan menentukan jenis data yang diperoleh.

Ada dua jenis sumber data dalam penelitian ini, yaitu:¹⁰²

1. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber asli/sumber pertama. Sumber data pertama ini diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden. Kuesioner merupakan instrumen penelitian yang terdiri dari rangkaian pertanyaan yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden.

2. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh bukan dari sumber asli/sumber data pertama melainkan data hasil penyajian dari pihak lain. Sumber data sekunder ini diperoleh dari buku, dan internet, jurnal ilmiah, dan sebagainya yang relevan dengan tema penelitian, yaitu mengenai minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Darmawan menyatakan populasi merupakan sejumlah data yang jumlahnya banyak dan luas yang digunakan dalam sebuah penelitian.¹⁰³ Menurut Suharyadi dan Purwanto populasi merupakan kumpulan dari kemungkinan benda-benda, orang-orang, dan ukuran lain yang menjadi objek pada sebuah penelitian.¹⁰⁴

¹⁰² Wahidmurni, *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*, UIN Malik Ibrahim, 2017, hlm. 8

¹⁰³ Sena Wahyu Purwanza, Aditya Wardhana, dkk. *“Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi”*. CV Media Sains Indonesia, 2020, hlm, 42

¹⁰⁴ Naufal Bachri, *“Statistika Dasar Untuk Bisnis: Teori, Pendekatan dan Contoh Kasusnya”*, Sukabumi: CV. Jejak Publisher, 2019, hlm.9

Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Berikut adalah jumlah mahasiswa aktif FEBI UIN Walisongo Per September 2022:

Tabel 3. 1
Jumlah Mahasiswa Aktif FEBI

No.	Prodi	Tahun Angkatan							Total
		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	
1.	D3 Perbankan Syariah	5							5
2.	S1 Ekonomi Islam	20	32	56	155	100	101	158	670
3.	S1 Perbankan Syariah	10	43	79	153	91	110	159	690
4.	S1 Akuntansi	6	18	61	103	92	155	159	595
5.	S1 Manajemen			17	68	78	116	156	435
Total Mahasiswa Aktif Per 1 September 2022									2395

Sumber: FEBI UIN Walisongo, 2022

Dari tabel di atas diketahui jumlah populasi pada penelitian ini berjumlah 2395 mahasiswa aktif per 1 September 2022. Populasi ini terdiri dari 5 mahasiswa D3 Perbankan Syariah, 670 mahasiswa S1 Ekonomi Islam, 690 mahasiswa S1 Perbankan Syariah, 595 mahasiswa S1 Akuntansi Syariah, dan 435 mahasiswa S1 Syariah Manajemen.

3.2.2 Sampel

Menurut Suharyadi dan Purwanto sampel merupakan bagian dari populasi. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, yaitu cara pemilihan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan

sampel.¹⁰⁵ Jenis *non probability sampling* yang digunakan yaitu *simple random sampling* (pengambilan sampel acak sederhana) yaitu pengambilan sampel atas populasi dengan cara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dan setiap populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

Kriteria sampel pada riset ini yaitu:

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
2. Mahasiswa semua jurusan angkatan, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, dan 2022
3. Memiliki aplikasi Tokopedia

Cara untuk menghitung besarnya sampel pada penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*, yaitu:

Rumus *Slovin*:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi = 2395

e = Nilai presisi 10% atau sig = 0,1²

¹⁰⁵ Sena Wahyu Purwanza, Aditya Wardhana, dkk. "*Metodologi....*", hlm 46

Dengan rumus *Slovin* peneliti bisa melihat jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

$$n = \frac{2395}{1 + 2395 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{2395}{1+(2395 \times 0,01)} = \frac{2395}{1+23,95} = \frac{2395}{24,95}$$

$$n = 95,9$$

$$n = 96$$

Hasil dari penghitungan di atas menunjukkan bahwa sampel yang akan peneliti gunakan sebanyak 96 yang dibulatkan menjadi 100 sampel.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data diperoleh menggunakan angket atau tes yang bersifat kuantitatif dan respon yang dikuantifikasikan dapat diolah secara statistik, dan yang menyimpang akan diberi perhatian. Respon yang bertentangan juga dapat digunakan untuk mempertinggi tingkat pemahaman dan kepercayaan tentang aspek yang diteliti.¹⁰⁶ Angket ini akan diberikan kepada mahasiswa aktif FEBI UIN Walisongo Semarang semua jurusan yang memiliki aplikasi Tokopedia.

Angket pada riset ini memakai *skala Likert* dalam mengukur persepsi dan pendapat seseorang atau kelompok yaitu ada lima pilihan jawaban yang dapat responden pilih:

Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1
Tidak Setuju	diberi skor	2
Kurang Setuju	diberi skor	3
Setuju	diberi skor	4
dan Sangat Setuju	diberi skor	5

¹⁰⁶ Thalha Alhamid, Budur Anufia, “*Resume: Instrumen Pengumpulan Data*”, STAIN Sorong, 2019, hlm. 16

3.4. Variabel Penelitian dan Operasional Penelitian

3.4.1. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian dapat dilihat dari dua sudut yaitu sudut peran dan sifat. Dilihat dari sudut perannya variabel terdiri dari dua jenis yaitu:¹⁰⁷

1. Variabel dependen (terpengaruh) merupakan variabel yang kedudukannya sebagai faktor yang dipengaruhi oleh sebuah variabel maupun sejumlah variabel lain. Pada penelitian ini yang berperan sebagai variabel dependen (Y) adalah minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.
2. Variabel independen (mempengaruhi) merupakan variabel yang kedudukannya memberi pengaruh kepada variabel lain. Dalam penelitian ini variabel independen adalah sebagai berikut:
 - a. Pengetahuan (X1)
 - b. Religiusitas (X2)
 - c. Kepercayaan (X3)

3.4.2. Operasional Penelitian

Tabel 3. 2

Definisi Operasional

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Pengetahuan	Pengetahuan zakat merupakan pengetahuan mengenai ZIS, tujuan dan kegunaan ZIS, dampak yang	1. Pengetahuan umum tentang zakat, infak, dan sedekah 2. Pengetahuan kewajiban membayar	Skala Likert

¹⁰⁷ Sangkot Nasutian, "Variabel Penelitian", Jurnal Raudhah: Vol. 05 (02), 2017, hlm. 2

		diperoleh dari membayar ZIS. ¹⁰⁸	zakat, infak, dan sedekah 3. Pengetahuan terkait dengan golongan yang dapat menerima zakat 4. Pengetahuan penghitungan zakat 5. Pengetahuan tentang objek ZIS. ¹⁰⁹	
2.	Religiusitas	Hubungan antara manusia dengan Tuhannya melalui ajaran agama yang dianutnya dan diterapkan dalam kehidupan sehari-harinya. ¹¹⁰	1. Keyakinan 2. Praktik/pengalaman 3. Penghayatan 4. Ilmu Agama 5. Konsekuensi 111	Skala Likert
3.	Kepercayaan	Keyakinan terhadap pekerjaan yang dilakukan	1. Keterbukaan 2. Kompeten 3. Kejujuran 4. Integritas	Skala Likert

¹⁰⁸ Fadhila, *Faktor...*, hlm 1170

¹⁰⁹ Ibid

¹¹⁰ Athirah Nasution et al, "Pengaruh Religiusitas, Harga dan Kemudahan Terhadap Minat Pengguna e-Money Pada Transportasi Online", Jurnal Bilal, Vol.1 (2), 2020, hlm. 13

¹¹¹ Denny Najoan, "Memahami Hubungan Religiusitas dan Spiritual di Era Milienial", *Educatio Christi*, Vol. 1 (1), 2020, hlm. 60

		berdasarkan persepsi yang positif mengenai tokopedia. ¹¹²	5. Akuntabilitas 6. Sharing 7. Penghargaan ¹¹³	
4.	Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam.	Minat bayar yaitu keinginan atau ketertarikan pada suatu hal yang baik benda maupun aktivitas yang sesuai dengan perasaan individu atau seseorang tersebut sebagai sumber motivasi. ¹¹⁴	1. Keterkaitan 2. Keinginan 3. Keyakinan ¹¹⁵	Skala Likert

3.2. Teknik Analisis Data

Data-data yang sudah peneliti dapatkan dari penelitian, langkah selanjutnya adalah teknik analisis data angket atau kuesioner dari responden, penyajian data variabel, perhitungan untuk memaparkan jawaban rumusan masalah dan melakukan perhitungan dari pengujian hipotesis.¹¹⁶ Analisis data dibagi dua macam, yaitu analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis pada data-data yang terdapat angka-angka tertentu, sedangkan analisis kualitatif adalah analisis pada data-data yang tidak terdapat angka-angka. Analisis kualitatif biasanya digunakan pada penelitian historis, penelitian kepustakaan,

¹¹² Risalatul Muawanah, *Pengaruh...*, hlm. 114

¹¹³ Ibid

¹¹⁴ Ibid

¹¹⁵ Puguh Kharisma dan Prabowo Yudo Jayanto,, hlm. 51

¹¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Cet. ketiga, Bandung: Alfabeta, 2014, hlm, 238.

penelitian *eksploratif*, dan penelitian-penelitian lainnya yang tidak terdapat angka.¹¹⁷

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif dan analisis yang digunakan menggunakan *statistic inferensial*. yaitu teknik analisis data dengan meramal berdasarkan data, dan penarikan kesimpulan berdasarkan sampel yang diambil dari populasi.¹¹⁸ Dan alat bantu dalam penelitian ini menggunakan SPSS V.24.

3.5.1. Uji Instrumen

Uji instrumen variabel riset ini ada dua, yaitu:

1. Uji Validitas. Validitas berasal dari bahasa latin *validus* yang berarti kuat. Validitas penelitian merupakan derajat kebenaran yang disimpulkan dari sebuah penelitian yang dipengaruhi dan dinilai dengan metode penelitian yang digunakan, keterwakilan sampel, dan sifat populasi asal sampel.¹¹⁹
2. Uji Reliabilitas. Hornsey mengatakan bahwa reliabilitas adalah derajat keajegan (*konsisten*) di antara dua buah hasil pengukuran pada objek yang sama. Dan menurut Eisinga menyatakan hasil tes yang reliabel ditunjukkan jika skor amatan mempunyai korelasi yang tinggi dengan skor yang sebenarnya.¹²⁰

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji dengan tujuan menguji data apakah suatu data tersebut sudah baik dan sesuai dengan realitanya. Tujuan dari uji asumsi klasik ini untuk memenuhi syarat regresi linier. Uji asumsi klasik merupakan uji yang digunakan untuk menguji data apakah suatu data tersebut

¹¹⁷ Azuar Juliandi, et. al., *Metodologi Penelitian Bisnis Teori Dan Aplikasi*, Medan: UMSU Press, 2014, hlm. 85.

¹¹⁸ Achi Rinaldi et. al., *Statistika Inferensial Untuk Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, Cet. Pertama, Bogor: IPB Press, 2020, hlm, 2.

¹¹⁹ Yoel Octobe Purba, et al, "*Teknik Uji Instrumen Penelitian Pendidikan*", Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021, hlm. 10

¹²⁰ *Ibid*, hlm. 16

sudah baik dan sesuai dengan realitanya. Tujuan dari uji asumsi klasik ini untuk memenuhi syarat regresi linier.¹²¹

3.6. Analisis Data

3.6.1 Persamaan Regresi

Koefisien regresi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu, pengetahuan (X_1), religiusitas (X_2), dan kepercayaan (X_3) terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam (Y). Model regresi linear berganda merupakan pengembangan dari model regresi linear sederhana.¹²² Rumus yang digunakan pada analisis regresi linear berganda, sebagai berikut:

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

Y = Minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam

α = Konstanta

β = Koefisien variabel independen

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Religiusitas

X_3 = Kepercayaan

e = *Error*

¹²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, hlm. 48.

¹²² Setia Ningsih dan Hendra Dukalang, *Penerapan Metode Suksesif Internal pada Analisis Regresi Linear Berganda*” Jambura Journal of Mathematics, Vol. 1 (1), 2019, hlm 46

3.6.2 Koefisien Determinan

Koefisien determinan merupakan konstanta yang menunjukkan besarnya variasi Y_i setiap terjadi perubahan satu satuan X_i . Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan +1. Nilai dari koefisien determinan adalah 0 sampai 1. Jika nilai koefisien determinan mendekati nilai 1 maka model regresi bisa dikatakan baik karena dapat menjelaskan variabel dependen. Dan jika nilai koefisien determinan mendekati 0 maka variabel independen, dalam menjelaskan variabel dependen terbatas.¹²³

3.6.3 Uji Statistik t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Cara untuk pengujian uji statistik t yaitu:

1. Menentukan hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

H_a : Terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

2. Menentukan tingkat signifikansi menggunakan 0.05 ($\alpha = 5\%$).

3. Kriteria pengujian:

H_0 diterima jika t hitung kurang dari t tabel

H_0 ditolak jika t hitung lebih dari t tabel.¹²⁴

3.6.4 Uji Statistik F

Uji statistik F digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen pada model regresi berpengaruh secara *stimulant* atau bersama-sama terhadap variabel dependen atau tidak. Jika nilai signifikan dari hasil uji

¹²³ Sabam Daoni Sinambela, et al, "Menentukan Koefisien Determinasi antara Estimasi M dengan Type Welsch Dengan Least Trimmed Square dalam Data yang Mempunyai Pencilan." Sainka Matematika, Vol. 02, No. 03, 2014, hlm 225

¹²⁴ Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Media Kom, 2010, hlm. 68.

$F_{\alpha} < 0,05$, maka semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Cara untuk mengujinya:

1. Menentukan hipotesis

H₀ : Tidak terdapat pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

H₁ : Terdapat pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

2. Menentukan tingkat signifikansi dengan menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$).

3. Kriteria pengujian:

H₀ diterima jika F hitung kurang dari F tabel

H₀ ditolak jika F hitung lebih dari F tabel.¹²⁵

¹²⁵ Masrukhin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Kudus: Media Ilmu Press, Cet. Pertama, 2008, hlm. 67.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

4.1.1. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang berdiri pada tanggal 13 Desember 2013 dan diresmikan oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Dr. Suyadharma Ali.¹²⁶

Saat ini FEBI UIN Walisongo memiliki program studi antara lain yaitu:

1. D3 Perbankan Syariah
2. S1 Akuntansi Syariah
3. S1 Ekonomi Islam
4. S1 Perbankan Syariah
5. S1 Manajemen
6. S2 Ekonomi Syariah

4.1.2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang adalah sebagai berikut:

“Terdepan dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis kesatuan ilmu dan pengetahuan untuk kemanusiaan dan peradaban pada tahun 2038”.

¹²⁶ <https://febi.walisongo.ac.id/#> diakses pada 11 April 2023

Adapun Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang adalah sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat.
2. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam teoritik dan aplikatif yang mampu menjawab problematika masyarakat.
3. Menyelenggarakan rekayasa sosial dan pengabdian masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam.
4. Menggali, mengembangkan dan menerapkan nilai-nilai kearifan lokal bidang ekonomi dan bisnis Islam.
5. Menyelenggarakan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam skala regional, nasional dan internasional di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan pengembangan sumber daya.
6. Menyelenggarakan tata pengelolaan kelembagaan profesional berstandar internasional.

4.1.3. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Adapun Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang adalah sebagai berikut:

1. Melahirkan lulusan yang memiliki kapasitas akademik dan profesional bidang ekonomi dan bisnis Islam dengan keluhuran budi yang mampu menerapkan dan mengembangkan kesatuan ilmu pengetahuan.
2. Mengembangkan riset dan pengabdian kepada masyarakat bidang ekonomi dan bisnis Islam yang konstruktif bagi peningkatan kualitas kehidupan masyarakat dalam beragama, berbangsa dan bernegara.
3. Berkontribusi dalam membangun dan memberdayakan ekonomi masyarakat berbasis nilai-nilai Islam di bidang ekonomi dan bisnis.

4. Berperan dalam melestarikan dan mengembangkan nilai-nilai luhur budaya ekonomi bangsa sebagai manifestasi integrasi Islam dalam kearifan lokal dalam berekonomi.
5. Terbangunnya jaringan yang kokoh, fungsional dan sinergis dengan berbagai pihak dalam rangka pengembangan keilmuan dan kemasyarakatan
6. Terwujudnya tata kelola kelembagaan yang maju, berkualitas dan berdaya saing internasional

4.2. Profil Tokopedia

4.2.1. Sejarah, Visi & Misi Tokopedia

Gambar 4. 1.

Logo Tokopedia



Sumber: tokopedia.com, diakses 2023

Pada 17 Agustus 2009, William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison meluncurkan Tokopedia dengan misi pemerataan ekonomi secara digital. Agar masyarakat Indonesia dapat memulai dan membangun bisnis online dimanapun mereka berada, serta mendapatkan barang dan layanan yang dibutuhkan untuk bertransaksi online dengan lebih mudah dan juga dapat meningkatkan mata pencaharian pelaku usaha secara signifikan. Pada tahun 2014 Tokopedia menjadi perusahaan pertama di portofolio Softbank dan Sequoia. Tokopedia juga mempelopori *instant delivery* dengan perusahaan transformasi online pada tahun 2015. Pada tahun 2016 Tokopedia juga mulai memasuki bisnis produk digital dan fintech. Pada tahun 2019 Tokopedia meluncurkan layanan gudang pintar, memperkenalkan Tokopedia Salam & Tokopedia Play. Pada tahun 2020 Tokopedia meluncurkan Tokopedia Jasa. Pada tahun 2021 Tokopedia bersatu dengan Gojek.

Tokopedia merupakan salah satu *e-commerce* yang bertindak sebagai perantara antara pembeli dan penjual. Visi Tokopedia adalah “membangun sebuah *super ecosystem* dimana siapapun dapat memulai dan menemukan apapun. Misi tokopedia yaitu mewujudkan pemerataan ekonomi di Indonesia secara digital. Awal perjalanan Tokopedia diawali mengeluarkan *marketplace* yang memperantarai penjual dan pembeli di seluruh nusantara, juga membagikan fitur yang diperlukan kebutuhan mereka. Saat ini, Tokopedia memberdayakan jutaan penjual dan pengguna melalui *marketplace* dan produk digital, *fintech* dan pembayaran, logistic dan *fulfillment*, serta Mitra Tokopedia.

4.2.2. Tokopedia Salam

Gambar 4.2

Logo Tokopedia Salam



Sumber: tokopedia.com, diakses 2023

Tokopedia Salam merupakan salah satu fitur syariah dari Tokopedia yang dirilis pada 4 November 2019. Tokopedia Salam ini bertujuan untuk memudahkan penggunaannya dalam memenuhi beragam kebutuhan sehari-hari, seperti produk makanan dan minuman halal, *fashion* muslim, kosmetik halal, perlengkapan ibadah, donasi, ZIS, dan lain sebagainya. Program ekonomi syariah Tokopedia Salam ini berfokus pada empat produk yaitu produk halal dan ramah muslim, zakat, investasi syariah hingga layanan paket umroh. Selain itu, pada fitur Tokopedia Salam juga tersedia pilihan reksa dana syariah, tabungan emas, dan opsi pembayaran secara syariah lainnya. Tokopedia salam merupakan berbagai solusi mulai dari ketersediaan produk dan layanan, hingga pembayaran untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan adanya Tokopedia Salam diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia.

Gambar 4.3
Fitur Tokopedia Salam



Fitur yang tersedia di Tokopedia Salam diantaranya yaitu: Cek Jadwal Sholat, Baca Al-Qur'an, Fidyah, Donasi, Reksadana Syariah, Emas, Wakaf, Zakat Maal, Fashion Muslim, Qurban, dan Perlengkapan Ibadah.¹²⁷

4.2.3. Alamat Tokopedia

Jl. Prof. DR, Satrio No. Kav 11, RT.3/RW.3, Karet Semanggi, Setia Budi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12930, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta.

4.3. Deskripsi dan Karakteristik Responden

Responden dalam riset ini yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada responden diperoleh data diantaranya: jenis kelamin, jurusan, dan tahun angkatan. Adapun data responden pada penelitian sebagai berikut:

¹²⁷ Shania Haroen, "Tokopedia Salam Mudahkan Masyarakat Belanja Produk Halal dan Ibadah dari Rumah", Tokopedia, 2020, di akses dari https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-salam-mudahkan-masyarakat-belanja-produk-halal-dan-ibadah-dari-rumah/?utm_source=google&utm_medium=organic, pada 4 April 2023

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	48	48%
Perempuan	52	52%
Jumlah	100	100%

Hasil tabel responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa jumlah responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo berjumlah 100 orang dengan jumlah responden laki-laki sebanyak 48 orang atau setara dengan 48% dan responden perempuan sebanyak 52 responden setara dengan 52%.

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Jumlah Responden	Presentase
D-3 Perbankan Syariah	3	3%
S-1 Ekonomi Islam	56	56%
S-1 Perbankan Syariah	17	17%
S-1 Akuntansi Syariah	18	18%
S-1 Manajemen	6	6%
Jumlah	100	100%

Dari tabel responden berdasarkan jurusan, diketahui bahwa responden dari jurusan S-1 Ekonomi Islam berjumlah 56 mahasiswa, D3 Perbankan Syariah berjumlah 3 mahasiswa, S1 Perbankan Syariah berjumlah 17 mahasiswa, S1 Akuntansi berjumlah 18 mahasiswa, dan S1 Manajemen 6 mahasiswa.

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah Responden	Presentase
2016	1	1%
2017	2	2%
2018	38	38%
2019	38	38%
2020	13	13%
2021	3	3%
2022	5	5%
Jumlah	100	100%

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah responden ini berjumlah 100 mahasiswa yang terdiri dari 1 mahasiswa angkatan 2016, 2 mahasiswa angkatan 2017, 38 mahasiswa angkatan 2018, 38 mahasiswa angkatan 2019, 13 mahasiswa angkatan 2020, 3 mahasiswa angkatan 2021, dan 5 mahasiswa angkatan 2022.

4.4. Metode Analisis Data

4.4.1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan uji statistik untuk mengetahui deskripsi dari variabel pada penelitian yang dijabarkan dengan standar deviasi, nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, dan nilai minimum dalam variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengetahuan (X1), religiusitas (X2), dan minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam (Y). Hasil uji statistik deskriptif yaitu:

Tabel 4. 4
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PENGETAHUAN	100	19	35	30.67	3.188
RELIGIUSITAS	100	14	29	23.12	2.840
KEPERCAYAAN	100	26	45	36.12	4.243
MINAT BAYAR ZIS	100	17	30	26.22	2.973
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Output SPSS 24.0, Data Diolah 2023

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa hasil dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi yaitu:

1. Pengetahuan

Olah data statistik deskriptif atas variabel literasi zakat membuktikan nilai minimumnya sebesar 19, nilai maksimumnya sebesar 35, nilai rata-rata sebesar 30.67 dan nilai standar deviasi sebesar 3.188.

2. Religiusitas

Olah data statistik deskriptif terhadap variabel religiusitas memperlihatkan nilai minimumnya adalah 14, nilai maksimumnya adalah 29, rata-rata (*mean*) 23.12 dan nilai standar deviasinya adalah 2.840.

3. Kepercayaan

Olah data statistik deskriptif terhadap variabel kepercayaan memperlihatkan nilai minimumnya adalah 26, nilai maksimumnya adalah 45, nilai rata-rata (*mean*) adalah 36.12 dan nilai standar deviasinya sebesar 4.243.

4. Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam

Berdasarkan hasil olah data statistic deskriptif terhadap variabel minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam memperoleh nilai minimum sebesar 17, nilai maksimum sebesar 30, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 26.22 dan nilai standar deviasinya sebesar 2.973.

4.4.2. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur kevalidan variabel berdasarkan indikator pada kuesioner. Kuesioner yang disebar akan dikatakan valid apabila pada pernyataan kuesioner dapat menjelaskan variabel. Dasar dari pengambilan keputusan dalam uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung lebih dari nilai r tabel maka kuesioner dinyatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung kurang dari nilai r tabel maka kuesioner dinyatakan tidak valid.

Menentukan nilai r tabel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R_{\text{tabel}} = df$$

$$Df = N - 2 = 100 - 2 = 98$$

$$R_{\text{tabel}} = 98(0,1966)$$

1. Pengetahuan (X1)

Tabel 4. 5

Uji Validitas Pengetahuan (X1)

No.	R-hitung	R-Tabel 5%	Keterangan
1.	0.641	0,1966	Valid
2.	0.786	0,1966	Valid
3.	0.594	0,1966	Valid
4.	0.575	0,1966	Valid
5.	0.782	0,1966	Valid
6.	0.779	0,1966	Valid
7	0.743	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS 24.0, Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, variabel pengetahuan (X1) menunjukkan bahwa nilai dari r hitung lebih besar dari r tabel. Jadi dapat disimpulkan semua pertanyaan kuesioner X1 variabel dinyatakan valid.

2. Religiusitas (X2)

Tabel 4. 6
Uji Validitas Religiusitas

No.	R-hitung	R-tabel 5%	Keterangan
1.	0.886	0.1966	Valid
2.	0.395	0.1966	Valid
3.	0.811	0.1966	Valid
4.	0.863	0.1966	Valid
4.	0.844	0.1966	Valid
6.	0.560	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS 24.0, Data Diolah 2023

Dari keterangan di atas, menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Jadi dapat disimpulkan semua pernyataan pada angket variabel religiusitas (X2) dinyatakan valid.

3. Kepercayaan (X3)

Tabel 4. 7
Uji Validitas Kepercayaan

No.	R-hitung	R-tabel 5%	Keterangan
1.	0.762	0.1966	Valid
2.	0.734	0.1966	Valid
3.	0.754	0.1966	Valid
4.	0.715	0.1966	Valid
5.	0.698	0.1966	Valid
6.	0.716	0.1966	Valid
7	0.772	0.1966	Valid
8.	0.688	0.1966	Valid
9.	0.530	0.1966	Valid

Sumber: SPSS data diolah, 2023

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa r hitung pada uji validitas kepercayaan sudah lebih besar dari t tabel. Jadi dapat disimpulkan, bahwa semua pernyataan pada kuesioner kepercayaan (X3) dinyatakan valid.

4. Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam (Y)

Tabel 4. 8

Uji Validitas Minat

No.	R-hitung	R-tabel 5%	Keterangan
1.	0.817	0.1966	Valid
2.	0.831	0.1966	Valid
3.	0.855	0.1966	Valid
4.	0.779	0.1966	Valid
5.	0.828	0.1966	Valid
6.	0.610	0.1966	Valid

Sumber: Output SPSS 24.0, Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel di atas, variabel minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam (Y) menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada angket variabel minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam (Y) dinyatakan valid.

4.4.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji sebagai pengukuran tingkat keabsahan instrumen pada penelitian yang memiliki konsistensi apabila dilakukan pengukuran berulang. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan bersama-sama terhadap semua instrumen. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji *Cronbach's Alpha* 0,60.

Tabel 4. 9
Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
X1	0.813	0.60	<i>Reliable</i>
X2	0.820	0.60	<i>Reliable</i>
X3	0.869	0.60	<i>Reliable</i>
Y	0.880	0.60	<i>Reliable</i>

Sumber: Output SPSS 24.0, Data Diolah 2023

Pada output uji reliabilitas di atas, bisa disimpulkan nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel X1, X2, X3 dan Y lebih dari 0.60 dan dinyatakan *reliable*. Jadi dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen dalam variabel adalah stabil, sehingga layak digunakan dalam penelitian.

4.4.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan empat uji yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Empat uji asumsi klasik tersebut juga disebut dengan empat uji as. Untuk penjelasan dari uji tersebut adalah sebagai berikut:

4.3.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak pada regresi. Untuk mengetahui normal atau tidaknya sebuah data bisa diuji dengan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Data dikatakan normal apabila nilai signifikan lebih dari 0.05 dan jika signifikan kurang dari 0.05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.¹²⁸

¹²⁸ Billy Nugraha, "Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik", Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022, hlm. 28

Berikut uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* :

Tabel 4. 10
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16360793
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.038
	Negative	-.051
Test Statistic		.051
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: Output SPSS 24.0, Data Diolah 2023

Output uji normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.200 atau lebih dari 0.05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh berdistribusi normal.

4.3.4.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji untuk mengetahui apakah model regresi terbentuk adanya korelasi tinggi/sempurna antar variabel bebas. Untuk melihat ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor (VIF)*.¹²⁹

Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

a. Melihat nilai VIF

- Apabila nilai VIF < 10.00 maka tidak terjadi multikolinearitas.
- Apabila nilai VIF > 10.00 maka terjadi multikolinearitas.

b. Melihat nilai *Tolerance*

¹²⁹ Zulaika Matondang dan Hamni Fadillah Nasution, "*Praktik Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*", Medan: Merdeka Kreasi Group, hlm. 90

- Apabila nilai *tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolinearitas.
- Apabila nilai *tolerance* < 0.10 maka terjadi multikolinearitas.

Berikut uji multikolinearitas dengan alat bantu SPSS 24:

Tabel 4. 11
Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PENGETAHUAN	.760	1.316
	RELIGIUSITAS	.991	1.009
	KEPERCAYAAN	.755	1.325

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: Output SPSS Data Diolah 2023

Berdasarkan pada tabel uji multikolinearitas variabel X1 (pengetahuan) memiliki nilai VIF 1.316; variabel X2 (religiusitas) memiliki nilai VIF 1.009; dan variabel X3 (kepercayaan) memiliki nilai VIF 1.325. Dari hasil nilai VIF ketiga variabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF dari ketiga variabel masing-masing < 10.

Sedangkan nilai *tolerance* variabel X1 (pengetahuan) memiliki nilai 0.760; variabel X2 (religiusitas) memiliki nilai *tolerance* 0.991; dan variabel X3 (kepercayaan) memiliki nilai *tolerance* 0.775. Dari hasil nilai *tolerance* ketiga variabel tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena nilai *tolerance* dari ketiga variabel masing-masing bernilai > 0.1.

4.3.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah pada regresi terdapat perbedaan antara *variance* dan residual dari hasil pengamatan satu dengan yang lain. Regresi bisa

dikatakan baik apabila tidak memiliki heteroskedastisitas. Pada uji heteroskedastisitas ini menggunakan model glejser. Apabila nilai signifikansi > 0.05 dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai signifikansi < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Berikut uji heteroskedastisitas menggunakan alat bantu SPSS:

Tabel 4. 12

Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-7.105E-16	3.068		.000	1.000
	PENGETAHUAN	.000	.079	.000	.000	1.000
	RELIGIUSITAS	.000	.078	.000	.000	1.000
	KEPERCAYAAN	.000	.060	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: Output SPSS 24.0, Data Diolah 2023

Berdasarkan pada tabel uji heteroskedastisitas di atas dengan metode uji glejser, nilai sigfikansi dari masing-masing variabel independen memiliki nilai lebih besar dari 0.05. Jadi, kesimpulannya variabel pengetahuan, religiusitas, dan pendapatan tidak terdapat heteroskedastisitas karena nilai signifikansi > 0.05 .

4.4.5. Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu: pengetahuan (X1), religiusitas (X2), pendapatan (X3), dan Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam (Y).

Berikut uji regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS 24:

Tabel 4. 13

Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.209	3.068		.394	.694
PENGETAHUAN	.239	.079	.256	3.002	.003
RELIGIUSITAS	.205	.078	.196	2.625	.010
KEPERCAYAAN	.359	.060	.512	5.987	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: Output SPSS 24.0, Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil uji parameter pada tabel di atas, dapat dikembangkan dengan persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 1.209 + 0.239X_1 + 0.205X_2 + 0.359X_3 + e$$

Keterangan:

1. Nilai konstanta regresi linear berganda di atas menunjukkan nilai positif, yaitu 1.209. nilai tersebut menunjukkan apabila pengetahuan (X1), religiusitas (X2), dan kepercayaan memiliki nilai sama dengan 0, maka minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam (Y) adalah sebesar 1.209.
2. Nilai koefisien regresi linear berganda di atas pada variabel pengetahuan (X1) sebesar 0.239 bernilai positif. Nilai tersebut menunjukkan bahwa satu satuan skor pada variabel pengetahuan akan meningkatkan skor variabel minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam (Y) sebesar 0.239.
3. Nilai koefisien regresi linear berganda pada variabel religiusitas (X2) sebesar 0.205 dan bernilai positif. Hal tersebut menunjukkan apabila variabel religiusitas naik sebesar satu satuan, maka variabel independen akan naik sebesar 0.205 begitupun sebaliknya.

4. Nilai koefisien regresi linear pada variabel kepercayaan (X3) sebesar 0.359 dan bernilai positif. Hal tersebut menunjukkan apabila variabel kepercayaan naik sebesar satu satuan, maka variabel dependen akan meningkat sebesar 0.359 juga sebaliknya.

4.4.6. Uji Hipotesis

4.3.6.1. Uji statistik t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui nilai signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. H0 ditolak jika nilai signifikansi >0.05 dan H1 diterima jika signifikansi <0.05.

Berikut uji statistik t dengan alat bantu SPSS 24:

Tabel 4. 14
Uji Statistik t

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.209	3.068		.394	.694
	PENGETAHUAN	.239	.079	.256	3.002	.003
	RELIGIUSITAS	.205	.078	.196	2.625	.010
	KEPERCAYAAN	.359	.060	.512	5.987	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: Output SPSS V.24, data diolah

Berdasarkan pada tabel uji t di atas, langkah selanjutnya adalah menentukan nilai tabel. Untuk perhitungan nilai t tabel yaitu:

$$Df = n - k - 1$$

$$Df = 100 - 3 - 1 = 96$$

Tingkat kepercayaan 5% atau 0.05.

Maka didapatkan nilai t tabel yaitu 1.984, sehingga pada uji t di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel pengetahuan diperoleh nilai t hitung 3.002 lebih dari t tabel 1.984 dan nilai signifikansinya 0.003 kurang dari 0.05.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Jadi variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

2. Variabel religiusitas diperoleh nilai t hitung 2.625 lebih dari t tabel 1.984 dan nilai signifikansinya 0.010 kurang dari 0.05, artinya H0 ditolak dan H1 diterima. Jadi, variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.
3. Variabel kepercayaan diperoleh nilai t hitung 5.987 lebih dari t tabel 1.984 dan nilai signifikansinya 0.00 kurang dari 0.05, artinya H0 diterima dan H1 di tolak. Jadi, variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

4.3.6.2. Uji statistik F

Uji statistik F bertujuan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Hipotesis diterima apabila F hitung lebih dari F tabel atau sig kurang dari 0.05, dan hipotesis ditolak apabila F hitung kurang dari F tabel atau sig lebih dari 0.05.

Berikut uji statistik F dengan alat bantu SPSS 24:

Tabel 4. 15

Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	411.721	3	137.240	28.429	.000 ^b
	Residual	463.439	96	4.827		
	Total	875.160	99			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN

Berdasarkan hasil uji statistik F di atas, menunjukkan nilai F hitung sebesar 28.429. Pada F tabel tingkat signifikansi 5% atau 0.05 yaitu 2.70. Jadi, nilai F hitung > nilai F tabel (28.429>2.70). Berdasarkan nilai signifikansi pada *alpha* hasil uji nilai F hitung di atas nilai signifikansi pada ketiga variabel tersebut sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai signifikansi 0.05 (0.000 < 0.05). Hal tersebut menunjukkan bahwa ketiga variabel yaitu pengetahuan (X1), religiusitas (X2), dan kepercayaan (X3) terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam (Y).

4.3.6.3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi berperan sangat penting dalam uji regresi karena R² memberikan informasi baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Angka koefisien determinasi R² dapat mengukur seberapa besar variasi dari variabel terikat (minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam) yang diterangkan dengan variabel bebas (pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan). Apabila nilai koefisien sama dengan 0 (R²=0), maka variasi dari Y secara keseluruhan tidak dapat diterangkan oleh X. sebaliknya jika R²=1 maka variasi Y dapat diterangkan oleh X secara keseluruhan.

Tabel 4. 16

Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.470	.454	2.197

a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN

Sumber: Output SPSS 24.0, Data Diolah 2023

Berdasarkan hasil data tabel di atas diketahui bahwa nilai R yaitu sebesar 0.686 yang berarti derajat hubungan antara variabel X dengan variabel Y adalah sebesar 68.6%. Untuk nilai *R Square* sebesar 0.470 yang berarti bahwa variasi nilai yang dapat dijelaskan oleh variabel Pengetahuan, Religiusitas, dan Kepercayaan adalah sebesar 47%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.

4.5. Pembahasan

Pengukuran ketepatan data penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas untuk mengukur ketepatan item pernyataan pada penelitian. Pada variabel pengetahuan memiliki nilai R-hitung sebesar 0.641; 0.786; 0.594; 0.575; 0.782; 0.779; dan 0.743. Selanjutnya variabel religiusitas memiliki R-hitung 0.886; 0.395; 0.811; 0.863; 0.844; dan 0.560. Kemudian variabel kepercayaan memiliki R-hitung 0.763; 0.734; 0.754; 0.715; 0.698; 0.716; 0.772; 0.688; dan 0.530.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner dari indikator variabel pengetahuan, religiusitas, kepercayaan, dan minat yang masing-masing memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0.813; 0.820; 0.869; dan 0.880.

4.5.1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam

Variabel pengetahuan berkaitan dengan pengetahuan tentang ZIS, tujuan dan kegunaan ZIS, dampak dari membayar ZIS. Berdasarkan hasil hipotesis yang diperoleh, variabel pengetahuan (X1) berpengaruh terhadap minat dengan hasil nilai t hitung 3.002 lebih besar dari t tabel 1.984 dengan nilai signifikannya 0.003 yang terbukti kurang dari 0.05. Dimana hal tersebut mengindikasikan bahwa dari hasil kesimpulan tersebut hipotesis diterima artinya terdapat pengaruh yang substansial akan pengetahuan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

Hasil ini ditujukan pada penelitian terdahulu, pertama penelitian Sifa Nursalimah dan Ifa Hanifia Senjiati yang menguji “Analisis Prioritas Faktor-

Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Berzakat, Infaq dan Sedekah di Masa Pandemi Covid-19” (Nursalimah dan Senjiati 2018). Dengan hasil analisa pengujian bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap minat berzakat, infak, dan sedekah. Meskipun muzakki kurang mengetahui nominal zakat yang harus dibayarkan, tetapi mereka tetap memiliki keinginan untuk menunaikan zakat. Kedua, penelitian Akmila, Sandy, dan Indriyani (2022) dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Filantropi Mahasiswa melalui Pembayaran Zakat, Infaq, dan Shadaqah” yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi mahasiswa dalam menunaikan zakat, infak dan sedekah.

Pada hasil riset ini dan diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu, pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat membayar ZIS disebabkan oleh pengetahuan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memperoleh mata kuliah mengenai zakat, infak, dan sedekah. Semakin banyak pengetahuan mahasiswa terhadap materi ZIS akan menumbuhkan minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam yang dibuktikan dengan hasil uji parsial pada variabel pengetahuan lebih besar dari nilai t tabel.¹³⁰

4.5.2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam

Dari pengujian yang dilakukan pada uji hipotesis (H1) telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel religiusitas terhadap minat membayar ZIS. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai t hitung 2.625 dengan taraf signifikan 0.010. Taraf signifikan tersebut terbukti lebih kecil dari 0.05. Hal tersebut menindikasikan bahwa hipotesis diterima artinya variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

Hal tersebut ditunjukkan pada penelitian terdahulu, pertama penelitian Fadhil dan Sari (2020) yang menguji “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS Menggunakan GoPay”. Dari pengujian tersebut

¹³⁰ Akmila et,al, “Faktor...”

menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat. Selanjutnya pada penelitian Annas et al (2022) yang berjudul “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas dan Pengetahuan Zakat Warga NU Desa Kesilir Kecamatan Banyuwangi Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Lazisnu” menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat membayar ZIS.

Berdasarkan dari teori keterangan di atas memperkuat bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Jadi, dapat disimpulkan bahwa riset ini sesuai dengan teori dan juga penelitian yang telah dilakukan terdahulu, yakni kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Variabel religiusitas merupakan variabel yang menentukan minat bayar ZIS, dimana semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang mematuhi perintah agama maka semakin meningkat pula minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.¹³¹

4.5.3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Membayar ZIS di Tokopedia Salam

Dari pengujian yang dilakukan pada uji hipotesis (H1) telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kepercayaan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Berdasarkan hasil output yang dilakukan diperoleh nilai t hitung 5.987 dengan taraf signifikan 0.00, taraf signifikan tersebut terbukti lebih kecil dari 0.05. Dimana hal ini menunjukkan bahwa dari hasil tersebut hipotesis diterima artinya variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.

Hasil ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muawanah (2019) dengan uji analisis “Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar ZIS (Zakat, Infaq Dan Shadaqah) Di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-Uq) Jombang”. Hasil

¹³¹ Puguh Kharisma dan Prabowo Yudo Jayanto,, hlm. 51

dari perhitungan analisis tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan, citra lembaga dan kepercayaan berpengaruh positif dan substansial terhadap minat donatur membayar ZIS di Lembaga Amil Zakat Umuul Quro (LAZ-UQ) Jombang. Selanjutnya penelitian Pakpahan dan Fadli (2021) yang berjudul “Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Sumut” menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan substansial terhadap minat membayar zakat.

Berdasarkan dari teori keterangan di atas memperkuat bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori dan juga penelitian yang telah dilakukan terdahulu, yakni kepercayaan berpegaruh positif terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Apabila kepercayaan semakin baik maka akan meningkat pula minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam.¹³²

¹³² Risalatul Muawanah, *Pengaruh...*, hlm. 114

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil olah data dan uji variabel pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Bayar Zakat, Infak, Sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang)”, dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Output uji hipotesis pertama menunjukkan bahwa pada variabel pengetahuan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil nilai signifikan 0.003 kurang dari 0.05 dengan nilai t hitung 3.002 lebih besar dari t tabel 1.994.
2. Hasil dari uji hipotesis kedua menunjukkan bahwa pada variabel religiusitas H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai signifikannya 0.010 lebih kecil dari 0.05 dengan nilai t hitung 2.625 lebih kecil besar dari t tabel 1.984.
3. Output uji hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam karena H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikannya 0.00 kurang dari 0.05 dengan nilai t hitung 5.987 lebih besar dari t tabel 1.984.

5.2. Keterbatasan Penelitian

1. Masih kecilnya nilai R-square sehingga masih terdapat faktor-faktor lain yang menjelaskan sebab-sebab seseorang berminat membayar ZIS.
2. Sampel yang dipilih dalam penelitian kurang spesifik.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan adapun saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Tokopedia sebagai *e-commerce* yang telah bekerja sama dengan lembaga amil zakat diharapkan dapat bersosialisasi dengan bertahap atau menyebarkan iklan melalui media masa agar lebih banyak orang yang mengetahui bahwa pembayaran zakat, infak, dan sedekah bisa dibayarkan melalui Tokopedia Salam.
2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian lanjutan dengan metode yang berbeda dalam meneliti minat mahasiswa membayar ZIS di Tokopedia Salam agar dapat mengembangkan maupun mengoreksi dan melakukan perbaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, Leon A. 2021. *Digital Transformation of Zakat Collection through Marketplace and Fintech in Pandemic Era*. International Conference of Zakat Proceedings.
- Afandi, Ahmad, et al. 2022. *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Transparansi dan Reputasi Lembaga Terhadap Keputusan Muzaki Dalam Membayar Zakat di Badan Amil Zakat Nasional Kota Yogyakarta*. Journal of Islamic Social Finance Management, Vol. 3 (1)
- Ahmad, Jumal. 2020. *Religiusitas, Refleksi dan Subjektivitas Keagamaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Akmila, Fitriana et,al. 2022. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Filantropi Mahasiswa melalui Pembayaran Zakat, Infaq, da Shadaqah*. Islamic Economics and Finance Journal, Vol. 1 (1)
- Alhamid, Thalha dan Anufia, Budur. 2019. *Resume: Instrumen Pengumpulan Data*. Sorong: STAIN Sorong.
- Amalia, Farah dan Faizah, Fita Nurotul. 2022. *Optimalisasi Produk Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Pemasaran Bisnis di Kalangan Santri Pondok Pesantren Muslimat Ngaliyan*. Jurnal Abdi Insani. Vol. 9 (1)
- Annas, Muhammad et al. 2022. *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas dan Pengetahuan Zakat Warga NU Desa Kesilir Kecamatan Banyuwangi Terhadap Minat Membayar Zakat Melali Lazisnu*. Jurnal Perbankan Syariah Darussalam. Vol. 2 (1)
- Apriliana, Redita. 2022. *Faktor Penentu Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di E-Commerce (Studi Konsumen Muslim Kabupaten Pati)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Astuti, Siwi Puji. 2015. *Pengaruh Kemampuan Awal dan Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Fisika*. Jurnal Formatif, Vol. 5 (1)

- Bachri, Naufal. 2019. *Statistika Dasar Untuk Bisnis: Teori, Pendekatan dan Contoh Kasusnya*. Sukabumi: CV. Jejak Publisher
- Basyah, Nazaruddin Ali et al 2020. *Metode Kualitatif Dalam Riset Bisnis : Satu Tujuan*. *Economica Didactica*, Vol. 2 (1)
- Baznas. 2017. *Outlook Zakat di Indonesia 2018*. Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)
- Baznas. 2018. *Fikih Zakat Kontekstual Indonesia*. Jakarta Pusat: Badan Amil Zakat Nasional.
- Baznas. 2018. *Outlook Zakat di Indonesia 2019*. Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasiona (BAZNAS)
- Baznas. 2019. *Indeks Literasi Zakat Teori dan Konsep*. Jakarta Pusat: Puskas BAZNAS
- Baznas. 2020. *Outlook Zakat Indonesia 2020*. Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (PUSKAS BAZNAS).
- Baznas. 2020. *Statistic Zakat Nasional 2019*. Pusat Kajian Strategis Badan Zakat Nasional (BAZNAS)
- Baznas. 2021. *Indeks Kesiapan Digital Organisasi Pengelola Zakat: Landasan Konseptual*. Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis BAZNAS.
- Baznas. 2021. *Outlook Zakat di Indonesia 2022*. Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)
- Baznas. 2023. *Outlook Zakat di Indonesia 2023*. Jakarta Pusat: Pusat Kajian Strategis Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS)
- BAZNAS, *Definisi Sedekah* – BAZNAS. Diakses pada 1 Desember 2022 pukul 10.23 dari <https://baznas.go.id/sedekah>
- Billy Nugraha. 2022. *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Sukoharjo: Pradina Pustaka
- Desiana, Risa et,al. 2022. *Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah (Studi di Baitul Mal Sigli)*. *Jeksyah Islami Economics Jurnal*. Vol. 2 (2)

- Duli, Nikolaus. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dunn, David C. "Branding: The 6 Easy Steps", Cameron Street Press.
- Elman, Moh. et al. 2019. *Zakat dan Pengelolaannya*. Batu: Literasi Nusantara.
- Enghariano, Desri Ari. 2020. *Konsep Infak Dalam Al-Qur'an*. Jurnal Al-Maqasid: Jurnal Ilmu-Ilmu Kesayariahan dan Keperdataan, Vol.6 (1).
- Fadhil, Muhammad dan Sari, Lili Puspita. 2022. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membayar ZIS Menggunakan Gopay*. Jurnal Veteran Economics Management, & Accounting Review. Vol. 1 (1)
- Fadhila, Ircham Maulaya. 2021. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Mengeluarkan Zakat, Infaq, dan Sedekah di Laziswaf UNIDA GONTOR*. Journal of Islamics Economics and Philanthropy. Vol. 04 (02)
- FEBI. (n.d). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*. UIN Walisongo Semarang. <https://febi.walisongo.ac.id/>
- Furqon, Ahmad. 2015. *Manajemen Zakat*. Semarang: UIN Walisongo Semarang
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gumati, Redmon Windu. 2019. *Filsafat Ilmu*. Bandung: CV. Cendekia Press.
- Gunadi, Rudie. 2020. *Religiusitas, Refleksi & Subjektivitas Keagamaan*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Hadiziq, Fuad .2013. *Fikih Zakat, Infaq, dan Sedekah*. Ekonomi Ziswaf. Vol. 43 (06).
- Hafidz, Subhan El dan Yonathan Aditya. 2021. *Kajian Literatur Sistematis Peneliti Religiusitas di Indonesia*. Indonesian Journal Sistematis Penelitian Religiusitas di Indonesia. Vol. 1 (1)
- Hakim, Rahmad. 2020. *Manajemen Zakat: Teoritis, Konsepsi, dan Implementasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hanik, Umi Atia. 2021. *Strategi Pengelolaan Shadaqah Centelan Aisyiyah Dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Untuk Bersedekah (Studi Kasus: Aisyiyah Keputih)*. Ekosiana Jurnal Ekonomi Syari'ah. Vol. 8 (1)

- Haroen, Shania. *Tokopedia Salam Mudahkan Masyarakat Belanja Produk Halal dan Ibadah dari Rumah*. Tokopedia. 2020. di akses dari https://www.tokopedia.com/blog/tokopedia-salam-mudahkan-masyarakat-belanja-produk-halal-dan-ibadah-dari-rumah/?utm_source=google&utm_medium=organic, pada 4 April 2023
- Hastriana, Ummiyatis Sholihah. 2018. *Analisis Penafsiran Fazlurrahman dan Masdar F. Mas'udi Tentang Zakat dan Pajak*. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, Vol. 2 (1)
- Hermanto, Agus dan Yuhani'ah, Rohmi. 2021. *Pengelolaan Shadaqah, Zakat dan Wakaf*. Batu: Literasi Nusantara.
- Hermawan, Dhany dan Wahyu, Atep Hendang. 2019. *Peran Zakat, Infaq dan Sedekah dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Kabupaten Tangerang (Studi Kasus Program Hibah Rumah Siap Huni Kopasyah BMI)*. Simposium Nasional Multidisiplin. Vol.1.
- Hidayat, Andi dan Mukhlisin. 2020. *Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa'*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol 6 (03).
- Husen, La Ode, et al. 2017. *Ikhtiar Filsafat Ilmu: Dalam Perspektif Barat dan Islam*. Makassar: CV. Social Politic Genius.
- Juliandi, Azuar, et. al. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Teori Dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press
- Kanusta, Maria. 2021. *Gerakan Literasi dan Minat Baca*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
- Kbbi web, "Arti Kata Minat – Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online", diakses dari <https://kbbi.web.id/minat.html> pada 02 Desember 2022
- Kharisma, Puguh dan Jayanto, Prabowo Yudo. 2021. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 16 (1).
- Khusairi, Halil dan Samirgi, Elex. 2022. *Peluang Wisata Budaya dan Religi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Pengaruh Budaya Kenduri Tuai Padi dan Religiusitas Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kerinci)*". Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media

- Kuniaputri, Mega Rachma et,al.. 2020. *Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Milenials terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 7 (2).
- Ma'muroh. 2021. *Aktualisasi Nilai-Nilai Pendidikan Humanis dan Religius di Sekolah*. Depok: Publica Indonesia Utama.
- Masrukhin. 2008. *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS* Cet. Pertama . Kudus: Media Ilmu Press.
- Matondang, Zulaika dan Nasution, Hamni Fadillah. 2022. *Praktik Ekonometrika dengan Eviews dan SPSS*. Medan: Merdeka Kreasi Group
- Mawadah, Sokhikhatul dan Nurudin. 2018. *The Effect of Interest, Religious Stimuli, and the Consumer's Trust on the Digital Al Qur'an Purchase*. International Journal of Islamic Business and Economics
- Muafit, Kasim. et,al. *Digitalisasi Zakat*. Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Azhar Gowa, diakses dari <https://osf.io/preprints/mtrj2/> pada 1 Desember 2022
- Munawanah, Risalatul. 2019. *Pengaruh Kepercayaan dan Citra Lembaga Terhadap Minat Donatur Membayar ZIS (Zakat, Infaq dan Shadaqah) di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (Laz-Uq) Jombang*. Journal of Business and Innovation Management. Vol. 1 (2).
- Nasutian, Sangkot. 2017. *Variabel Penelitian*. Jurnal Raudhah: Vol. 05 (02).
- Najoan, Denny. 2020. *Memahami Hubungan Religiusitas dan Spiritual di Era Milienial*. Educatio Christi. Vol. 1 (1).
- Nasution, Athirah, et al. 2020. *Pengaruh Religiusitas, Harga dan Kemudahan Terhadap Minat Pengguna e-Money Pada Transportasi Online*. Jurnal Bilal. Vol.1 (2).
- Ningsih, Setia dan Dukalang, Hendra. 2019. *Penerapan Metode Suksesif Interl pada Analisis Regresi Linear Berganda*. Jambura Journal of Mathematics. Vol. 1 (1)
- Nugrahaningsih, Hartanti. 2020. *Pengaruh Media Sosial dan Fasilitas Terhadap Minat Pengunjung dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating*. Jurnal Media Manajemen Jasa, Vol.8 (1)

- Nugroho, Aditya Surya, et al. 2019. *Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi*. Economic Education Analysis Journal. Vol. 8 (3)
- Nur, Mukhlis Muhammad dan Zulfahmi. 2018. *Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, dan Kepercayaan, Terhadap Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di Baitul Mal Kota Lhokseumawe*. Jurnal Ekonomi Regional Uniman, Vol.1 (3)
- Nursalimah, Sifa dan Senjiati, Ifa Hanifia.2020. *Analisis Prioritas Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Berzakat, Infaq dan Sedekah di Masa Pandemi Covid-19*. Journal Riset Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 1 (1).
- Oktaviana,Lisa. 2021. *Pengelolaan Zakat Maal di Singingi Hilir*. Juhan Perak, Vol. 2 (3)
- Pakpahan, Dewi Rafiah dan Fadli, Ahmad. 2021. *Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Sumut*. Jurnal Ekuivalensi, Vol. 7 (2)
- Priyatno, Dwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, Yogyakarta: Media Kom.
- Purba, Yoel Octobe, et al. 2021. *Teknik Uji Instrumen Penelitian Pendidikan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Purwanza,, Sena Wahyu Aditya Wardhana, dkk. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*. Tangerang: CV Media Sains Indonesia.
- Purwato. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Puspitaningtyas, Lida. “Tokopedia Salam Catat Peningkatan Zakat Selama Pandemi”, Republika, 2022, diakses pada 28 Oktober 2022 pada <https://www.republika.co.id/berita/qheyk5457/tokopedia-salam-catat-peningkatan-zakat-selama-pandemi>

- Rahmawati, et.al. 2020. *Cognitive Based Trust and Affective Based Trust dalam Membangun Komunikasi Interpersonal Melalui Penggunaan Jejaring Sosial dimasa Pandemi Covid-19*. Jurnal Untirta, Vol. 6 (1)
- Rahmawati, Heny Kristiana. 2016. *Kegiatan Religiusitas Masyarakat Marginal di Argopuro*. Community Development: Vol.2 (1)
- Ridlo, Ali. 2014. *Zakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Al-Adl, Vol. 7
- Ridwan, Muannif et.al. 2021. *Studi Analisis Tentang Makna Pengetahuan dan Ilmu Pengetahuan Serta Jenis dan Sumbernya*. Jurnal Geuthee: Penelitian Multidisiplin. Vol. 04 (01)
- Rinaldi, Achi, et. al. 2020. *Statistika Inferensial Untuk Ilmu Sosial Dan Pendidikan*. Cet. Pertama, Bogor: IPB Press.
- Rizaty, Monavia Ayu. *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022*”, Data Indonesia.id, 2022, diakses pada 16 Desember 2022 <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>
- Ronaldo, Reza. 2021. *Produk Asuransi: Antara Minat Beli Dan Citra Perusahaan Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Melalui Customer Trust, Customer Identification, dan Customer Commitment*”, Banyumas: Amerta Media.
- Rosmawati, et.al. 2022. *Membangun Nilai Kepercayaan Terhadap Teman Sebaya di Lingkungan Pendidikan (Studi Kasus Siswa SMP Negeri 7 Baubau)*. Jurnal Edukasi Cendekia, Vol. 6 (1)
- Rusmini. 2014. *Dasar dan Jenis Ilmu Pengetahuan*. Jurnal Edu-Bio. Vol. 5
- Salim, Siti Sarah. 2016. *Analisis Kinerja Keuangan Lembaga Amil Zakat*. Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah.
- Setiawan, H. Bagus Setiawan. 2015. *Infaq dalam Tafsir Al-Qur'an Surat Al-Baqarah Ayat 261*. Islamic Banking, Vol. 1 (1).
- Silitonga, Intan Renata dan Nuryeti. 2021. *Profil Remaja Putri dengan Kejadian Anemia*. Jurnal Ilmiah Kesehatan. Vol 3 (3).

- Sinambela, Sabam Daoni et al. 2014. *Menentukan Koefisien Determinasi antara Estimasi M dengan Type Welsch Dengan Least Trimmed Square dalam Data yang Mempunyai Pencilan*. *Sainta Matematika*, Vol. 02 (03)
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Cet. ketiga, Bandung: Alfabeta.
- Suharyat, Yayat. 2009. *Hubungan Antara Sikap, Minat, dan Perilaku Manusia*. *Jurnal Region*, Vol. 1 (3)
- Surajiyo dan Sriyono. 2017. *Struktur Pengetahuan Ilmiah dan Sikap Ilmiah Ilmuwan*. Prosiding: Diskusi Panel Pendidikan
- Suryadi, Bambang dan Hayat, Bahrul. 2021. *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*. Tangerang Selatan: Bibliosmia Karya Indonesia.
- Tantriana, Deasy dan Rahmawati, Lilik. 2018. *The Analysis of Surabaya Muzaki's Preference for Zakat Payment through Zakat Digital Method*. *Proceedings. International Conference of Zakat*.
- Wahidmurni. 2017. *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: UIN Malik Ibrahim.
- Warmansyah, Julio. 2020. *Metode Penelitian dan Pengolahan Data Untuk Pengambilan Keputusan Pada Perusahaan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Webmaster, "Inilah Bedanya Ilmu dan Pengetahuan", diakses dari <https://widuri.ac.id/inilah-bedanya-ilmu-dan-pengetahuan/> pada 30 November 2022 pukul 01:33
- Yakub, M. 2019. *Islam dan Solidaritas Sosial: Perkembangan Masyarakat Islam Periode Madinah*. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, Vol. 7 (1)
- Yusuf, Muhammad dan Ismail, Tubagus. 2017. *Pengaruh Pengetahuan Pajak, Pengetahuan Zakat Dan Sikap Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Muslim*. *Jurnal Transparansi*, Vol. 9 (02)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

1. Identitas Responden

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Jurusan :
 Tahun Angkatan :

2. Indikator Penelitian

STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 KS : Kurang Setuju
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju

3. Angket Pertanyaan: Berilah tanda centang pada salah satu pilihan yang disediakan

PENGETAHUAN

	PERNYATAAN	Indikator	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mengetahui bahwa zakat merupakan perintah dari Allah SWT	Pengetahuan umum ZIS					
2.	Saya mengetahui syarat <i>Muzakki</i> yang wajib membayar zakat	Pengetahuan kewajiban membayar zakat					
3.	Saya telah mengetahui lembaga amil zakat telah bekerja sama dengan Tokopedia Salam sebagai penyedia sarana membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui media massa.	Pengetahuan umum ZIS					
4.	Saya mengetahui bahwa zakat merupakan kewajiban bagi setiap Muslim yang mampu	Pengetahuan kewajiban membayar zakat					
5.	Saya mengetahui ada 8 golongan yang berhak menerima zakat	Pengetahuan golongan penerima zakat					

6.	Saya mengetahui penghitungan zakat, baik fitrah maupun maal	Pengetahuan penghitungan zakat					
7.	Saya mengetahui objek zakat yang wajib dibayarkan zakat, infak, dan sedekah (ZIS)	Pengetahuan objek ZIS					

RELIGIUSITAS

NO.	PERNYATAAN	Indikator	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya percaya bahwa membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) merupakan pembersihan harta.	Keyakinan					
2.	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) atas keinginan sendiri dan untuk mencari ridho serta pahala dari Allah SWT.	Praktik					
3.	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) karena perintah agama.	Penghayatan					
4.	Saya setuju jika membayar zakat merupakan bagian dari rukun Islam yang wajib ditunaikan.	Ilmu Agama					
5.	Saya merasa senang ketika membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) karena dapat meringankan beban saudara sesama yang membutuhkan	Konsekuensi					
6.	Saya membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) sesuai dengan kemampuan saya sendiri.	Konsekuensi					

KEPERCAYAAN

NO.	PERNYATAAN	Indikator	STS	TS	KS	S	SS
1.	Tokopedia Salam bersikap jujur dalam memberikan segala informasi/berita kepada masyarakat.	Keterbukaan					
2.	Manajemen dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS) di Tokopedia Salam dikelola secara transparan/terbuka kepada masyarakat umum.	Keterbukaan					
3.	Tokopedia Salam sudah melaksanakan tugasnya dengan baik.	Kompeten					
4.	Tokopedia Salam merupakan <i>platform</i> yang amanah	Kejujuran					
5.	Transaksi menggunakan Tokopedia Salam dalam menyalurkan dana ZIS dapat dipertanggungjawabkan walaupun tidak bertemu secara langsung dengan pegawai lembaga amil zakat.	Integritas					
6.	Tokopedia Salam melaksanakan tugasnya sesuai visi dan misi.	Integritas					
7.	Tokopedia Salam mempublikasikan pertanggungjawabannya kepada media.	Akuntabilitas					
8.	Tokopedia Salam memberikan layanan konsultasi kepada masyarakat luas.	Sharing					
9.	Tokopedia menghargai dan menghormati semua pihak.	Penghargaan					

MINAT

NO.	PERNYATAAN	Indikator	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya tertarik menggunakan Tokopedia Salam sebab dapat menghemat waktu saya untuk menyalurkan dana zakat, infak, dan sedekah (ZIS).	Ketertarikan					
2.	Saya akan menggunakan Tokopedia Salam dalam membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) karena saya mempercayai transaksi yang dilakukan jujur dan bertanggungjawab.	Ketertarikan					
3.	Saya ingin membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui Tokopedia Salam	Keinginan					
4.	Saya akan menggunakan Tokopedia Salam dalam membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) karena saya mempercayai transaksi yang dilakukan jujur dan bertanggungjawab.	Keinginan					
5.	Saya yakin membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui Tokopedia Salam	Keinginan					
6.	Saya setuju jika membayar zakat, infak, dan sedekah merupakan bagian investasi dunia dan akhirat.	Keinginan					

Lampiran 2. Hasil Kuesioner



1. Tabel Karakteristik Responden

Responden	Jenis Kelamin	Jurusan	Angkatan
Ulil Hidayah	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
Ani nur khayati	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
Nur Evi Ikmala	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
Bayu Andika	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Ahmad Dzaki Abdurrohman	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2020
azzah rotul fulla	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2021
Syahrul wibowo	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Olfy Trisna	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
Nadiyah Dzinnuriyah	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2018
Retno Ludviani	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2018
Muhammad Ulil Albab	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Abdul Jalil	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2016
Arifian Ramadhan	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Shafni	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Yogi miftah fajri	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Danial Syifa Alfikri	Laki-Laki	S-1 Perbankan Syariah	2018

Muhammad Ilham Maarif	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Refi Agustina	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2020
Haniatul Latifah	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2020
Iqbal Alaik	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2020
Ummi Nur Latifah	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2020
M. Abdul Mu'izz	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2020
Umi Kulsum	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2019
Bahran Jauhar	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Burhanuddin	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Zanet Taufiq	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Aulia Rahman	Perempuan	S-1 Manajemen	2019
Cika Irawati	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2019
Kristina	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2019
Faisal Akbar	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Fikri	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Sofia Amalia	Perempuan	S-1 Manajemen	2019
Umar Zaid	Laki-Laki	S-1 Manajemen	2019
Fuad Alkharis	Laki-Laki	S-1 Akuntansi Syariah	2019
Muhammad Hafidz	Laki-Laki	S-1 Akuntansi Syariah	2019
Irfan Zidni	Laki-Laki	S-1 Manajemen	2019
Wakhidah	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2019
Zaenul Abidin	Laki-Laki	S-1 Perbankan Syariah	2019
Ahmad Safii	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Ibham Rohbi	Laki-Laki	S-1 Manajemen	2019
Nur Hidayah	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2019
wahyu budi utomo	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Nur Halisah	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2019
Danang Musfiroz	Laki-Laki	S-1 Perbankan Syariah	2019
Sarifah Aini	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2019

Zhafar Arjuna	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Atika Rahman	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2019
Nafi sulaeni	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2019
intan setyowati	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2019
Unafa Nur Alivia	Perempuan	S-1 Manajemen	2019
M. Shodiq Al Hakim	Laki-Laki	S-1 Perbankan Syariah	2018
Mutiara	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2020
Faishal Syihab	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Siril wafa	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Anggita Rachma Ashari	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2020
Ahmad murtacla	Laki-Laki	D-3 Perbankan Syariah	2019
Khoerul Fatah	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Alfi Novitasari	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2022
Fitriana	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2020
Hadi Purwanto	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Narendra H.D.P	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2018
Laily Alfi Farihati	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2022
Alfi Rahman Romadhona	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2021
Wahdaul Ulyana	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2018
Ahmad Afifuddin	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Mega Agustina	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2020
Alfina Rahmatika	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2022
Alfi Nur Aini	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2022
Abdurrahman Is'ad	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
lukluk salsabila	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
Sinta Nur Cahyani	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2020
Muhammad Taufiqur Rohman	Laki-Laki	S-1 Akuntansi Syariah	2017
Muchammad Syukron Yuwono	Laki-Laki	S-1 Perbankan Syariah	2017
Ahmad Habib	Laki-Laki	S-1 Akuntansi Syariah	2020

Alfiana Nur Azzahra	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2022
Soya Angga Arifin Nuha	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2020
Anisa Rahman	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2018
Agnes Maulida Rohmania	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2019
Viky Armadhani	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Anggi Astuti Lubis	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2019
Elsa Romadhoni	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
Eka Dini Harianti	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
Ayu Annisa N.W.	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
Anniq Matussholikhah	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
Ella Farikhatunnisa	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
M. Faqih Hazurizqi	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Ahmad Senja Saputra	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Des Mayang C.F.M.	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2018
Ahmad Nur Said	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2018
Anna Miftahul Choiriyah	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2018
Ahmad Bahaudin Addakhil	Laki-Laki	D-3 Perbankan Syariah	2018
Saifatul Mukarromah	Perempuan	S-1 Perbankan Syariah	2018
Lulu UI Muzayanah	Perempuan	S-1 Akuntansi Syariah	2018
Umi Nur Mutmainul	Perempuan	D-3 Perbankan Syariah	2018
Alfiani Anditasari	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2021
Afanin Junaedi	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Alya Rahma Falasifah	Perempuan	S-1 Ekonomi Islam	2019
Aufalul Marom	Laki-Laki	S-1 Perbankan Syariah	2019
Wahyu Arya Kusumadika	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019
Dimas Aji Mahendra	Laki-Laki	S-1 Ekonomi Islam	2019

2. Tabel Kuesioner Variabel Pengetahuan

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL
Ulil Hidayah	4	4	4	4	4	3	3	26
Ani nur khayati	5	4	3	4	4	4	4	28
Nur Evi Ikmala	5	4	4	4	5	3	4	29
Bayu Andika	5	5	3	5	5	5	5	33
Ahmad Dzaki Abdurrohman	5	5	4	5	5	4	5	33
azzah rotul fulla	5	5	5	5	5	5	5	35
Syahrul wibowo	5	5	2	5	5	5	4	31
Olfy Trisna	5	5	3	5	5	5	5	33
Nadiyah Dzinnuriyah	5	3	2	5	4	2	2	23
Retno Ludviani	4	2	2	4	3	2	2	19
Muhammad Ulil Albab	5	5	4	5	5	5	5	34
Abdul Jalil	5	5	4	4	5	4	4	31
Arifian Ramadhan	5	4	4	5	5	4	4	31
Shafni	4	4	3	5	5	4	4	29
Yogi miftah fajri	5	5	5	5	5	5	5	35
Danial Syifa Alfikri	5	5	5	5	5	5	5	35
Muhammad Ilham Maarif	5	5	4	5	5	4	3	31
Refi Agustina	4	4	3	4	4	4	4	27
Haniatul Latifah	5	4	4	5	5	4	4	31
Iqbal Alaik	4	4	4	4	4	4	4	28
Ummi Nur Latifah	4	4	4	4	4	4	4	28
M. Abdul Mu'izz	4	4	4	4	4	4	4	28
Umi Kulsum	4	4	3	5	5	5	5	31
Bahran Jauhar	5	5	4	5	5	4	5	33
Burhanuddin	5	5	3	5	5	5	4	32
Zanet Taufiq	4	4	4	5	5	5	5	32
Aulia Rahman	5	5	5	5	5	5	5	35

Cika Irawati	5	5	5	5	5	5	5	35
Kristina	5	4	4	4	5	4	5	31
Faisal Akbar	5	5	4	5	5	5	5	34
Fikri	4	4	4	5	5	5	5	32
Sofia Amalia	5	4	4	5	5	5	5	33
Umar Zaid	5	5	4	4	5	5	5	33
Fuad Alkharis	5	5	4	4	5	5	5	33
Muhammad Hafidz	5	5	3	4	4	5	5	31
Irfan Zidni	5	5	4	5	5	5	5	34
Wakhidah	5	5	4	4	5	5	5	33
Zaenul Abidin	5	5	4	4	5	4	4	31
Ahmad Safii	5	5	3	5	5	5	4	32
Ibham Rohbi	5	4	4	4	5	4	4	30
Nur Hidayah	5	5	4	5	5	5	5	34
wahyu budi utomo	4	4	3	5	5	5	4	30
Nur Halisah	4	4	4	5	5	4	5	31
Danang Musfiroz	4	4	4	4	5	4	4	29
Sarifah Aini	5	5	3	5	5	4	4	31
Zhafar Arjuna	5	5	4	4	4	5	5	32
Atika Rahman	5	5	5	5	5	5	5	35
Nafi sulaeni	5	3	3	5	5	5	5	31
intan setyowati	5	5	5	5	5	4	4	33
Unafa Nur Alivia	4	4	3	4	4	4	4	27
M. Shodiq Al Hakim	5	5	4	5	5	5	5	34
Mutiara	5	4	3	5	5	4	4	30
Faishal Syihab	4	4	4	5	4	3	4	28
Siril wafa	5	5	4	4	4	4	4	30
Anggita Rachma Ashari	5	5	4	5	5	5	5	34
Ahmad murtadla	5	5	5	5	5	4	4	33

Khoerul Fatah	5	5	4	5	5	5	5	34
Alfi Novitasari	5	5	3	4	4	4	4	29
Fitriana	5	5	5	5	5	5	5	35
Hadi Purwanto	4	4	4	4	4	4	4	28
Narendra H.D.P	5	4	4	4	4	4	4	29
Laily Alfi Farihati	5	5	5	5	5	5	5	35
Alfi Rahman Romadhona	5	5	5	5	5	5	5	35
Wahdaul Ulyana	5	5	5	5	5	5	5	35
Ahmad Afifuddin	5	5	4	5	5	5	5	34
Mega Agustina	5	5	3	5	5	5	5	33
Alfina Rahmatika	5	5	3	5	5	5	5	33
Alfi Nur Aini	5	5	2	4	5	4	4	29
Abdurrahman Is'ad	5	5	4	4	4	4	4	30
lukluk salsabila	5	5	2	5	5	5	5	32
Sinta Nur Cahyani	4	4	3	4	4	4	4	27
Muhammad Taufiqur Rohman	5	5	2	5	5	5	5	32
Muchammad Syukron Yuwono	5	5	3	5	5	5	5	33
Ahmad Habib	5	5	4	5	5	5	5	34
Alfiana Nur Azzahra	4	4	3	5	5	5	5	31
Soya Angga Arifin Nuha	5	5	4	4	5	5	5	33
Anisa Rahman	5	5	5	4	5	5	5	34
Agnes Maulida Rohmania	4	4	2	4	4	4	4	26
Viky Armadhani	4	4	3	4	4	4	4	27
Anggi Astuti Lubis	4	4	2	4	5	4	4	27
Elsa Romadhoni	5	4	3	4	5	5	5	31
Eka Dini Harianti	4	3	3	4	4	5	5	28
Ayu Annisa N.W.	4	2	2	4	3	2	2	19
Anniq Matussholikah	4	4	3	4	4	4	5	28
Ella Farikhatunnisa	4	4	4	3	5	4	5	29

M. Faqih Hazurizqi	4	4	2	3	4	5	5	27
Ahmad Senja Saputra	4	5	3	4	4	4	4	28
Des Mayang C.F.M.	4	4	2	4	4	5	5	28
Ahmad Nur Said	4	5	3	5	4	4	4	29
Anna Miftahul Choiriyah	4	4	3	4	4	4	4	27
Ahmad Bahaudin Addakhil	4	4	3	4	3	4	4	26
Saifatul Mukarromah	4	5	3	4	4	5	5	30
Lulu Ul Muzayanah	4	3	4	4	4	4	5	28
Umi Nur Mutmainul	4	4	5	5	4	5	4	31
Alfiani Anditasari	4	4	5	4	4	5	5	31
Afanin Junaedi	4	4	5	4	4	4	5	30
Alya Rahma Falasifah	4	4	5	4	5	5	4	31
Aufalul Marom	4	3	3	4	4	4	4	26
Wahyu Arya Kusumadika	5	4	3	4	4	5	5	30
Dimas Aji Mahendra	4	4	5	4	4	4	5	30

3. Tabel Kuesioner Variabel Religiusitas

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
Ulil Hidayah	4	4	4	4	4	4	24
Ani Nur Khayati	4	4	5	5	5	2	25
Nur Evi Ikmala	5	5	4	4	5	4	27
Bayu Andika	4	4	5	5	5	2	25
Ahmad Dzaki Abdurrohman	4	4	4	4	4	4	24
Azzah Rotul Fulla	4	4	4	4	4	4	24
Syahrul Wibowo	3	4	3	3	3	3	19
Olfy Trisna	4	4	4	4	4	2	22
Nadiyah Dzinnuriyah	4	4	3	4	3	3	21
Retno Ludviani	4	4	4	4	4	4	24
Muhammad Ulil Albab	2	4	3	3	3	2	17

Abdul Jalil	4	4	4	4	4	4	24
Arifian Ramadhan	4	4	4	4	4	4	24
Shafni	4	5	5	4	4	3	25
Yogi Miftah Fajri	2	4	4	2	4	1	17
Danial Syifa Alfikri	2	4	2	2	2	2	14
Muhammad Ilham Maarif	4	4	4	4	4	4	24
Refi Agustina	4	4	4	4	4	4	24
Haniatul Latifah	4	4	4	4	4	4	24
Iqbal Alaik	4	4	4	4	4	4	24
Ummi Nur Latifah	4	4	4	4	4	4	24
M. Abdul Mu'izz	4	4	4	4	4	4	24
Umi Kulsum	4	4	4	4	4	3	23
Bahran Jauhar	4	4	5	5	5	2	25
Burhanuddin	4	4	4	4	4	3	23
Zanet Taufiq	4	4	4	4	4	4	24
Aulia Rahman	4	4	4	4	4	4	24
Cika Irawati	4	4	5	5	5	2	25
Kristina	4	4	4	4	4	4	24
Faisal Akbar	4	4	4	4	4	4	24
Fikri	4	5	5	4	4	4	26
Sofia Amalia	4	4	4	4	4	4	24
Umar Zaid	4	4	4	4	4	3	23
Fuad Alkharis	5	5	4	4	5	4	27
Muhammad Hafidz	3	4	3	3	3	3	19
Irfan Zidni	4	4	4	4	4	4	24
Wakhidah	3	4	4	4	4	3	22
Zaenul Abidin	4	4	4	4	4	4	24
Ahmad Safii	2	4	2	2	2	2	14
Ibham Rohbi	3	4	3	3	3	3	19

Nur Hidayah	4	4	4	4	4	4	24
Wahyu Budi Utomo	4	4	5	5	5	2	25
Nur Halisah	4	4	4	4	4	4	24
Danang Musfiroz	4	4	4	4	4	4	24
Sarifah Aini	4	4	4	4	4	4	24
Zhafar Arjuna	4	4	4	4	4	4	24
Atika Rahman	4	4	4	4	4	4	24
Nafi Sulaeni	4	4	4	4	4	4	24
Intan Setyowati	4	4	3	3	3	3	20
Unafa Nur Alivia	4	4	4	4	4	4	24
M. Shodiq Al Hakim	5	5	5	5	5	4	29
Mutiara	4	4	4	4	4	4	24
Faishal Syihab	4	4	5	5	5	2	25
Siril Wafa	4	4	4	4	2	3	21
Anggita Rachma Ashari	4	4	5	5	5	2	25
Ahmad Murtadla	4	4	4	4	4	4	24
Khoerul Fatah	4	4	4	4	4	2	22
Alfi Novitasari	4	4	4	4	4	4	24
Fitriana	2	4	2	2	2	2	14
Hadi Purwanto	3	4	3	3	3	3	19
Narendra H.D.P	4	4	4	4	4	4	24
Laily Alfi Farihati	4	4	4	4	4	4	24
Alfi Rahman Romadhona	4	4	4	4	4	4	24
Wahdaul Ulyana	4	4	4	4	4	4	24
Ahmad Afifuddin	4	4	4	4	4	4	24
Mega Agustina	4	4	4	4	4	4	24
Alfina Rahmatika	4	4	4	4	4	4	24
Alfi Nur Aini	2	4	4	4	4	4	22
Abdurrahman Is'ad	4	4	4	4	4	4	24

Lukluk Salsabila	4	4	4	4	4	4	24
Sinta Nur Cahyani	5	5	4	4	5	4	27
Muhammad Taufiqur Rohman	4	4	4	4	4	4	24
Muchammad Syukron Yuwono	4	4	4	4	4	4	24
Ahmad Habib	4	4	4	4	4	4	24
Alfiana Nur Azzahra	4	4	5	5	5	2	25
Soya Angga Arifin Nuha	5	5	4	4	5	4	27
Anisa Rahman	4	4	5	5	5	2	25
Agnes Maulida Rohmania	4	4	4	4	4	4	24
Viky Armadhani	4	4	4	4	4	4	24
Anggi Astuti Lubis	3	4	3	3	3	3	19
Elsa Romadhoni	4	4	4	4	4	2	22
Eka Dini Harianti	4	4	3	4	3	3	21
Ayu Annisa N.W.	4	4	4	4	4	4	24
Anniq Matussholikhah	2	4	3	3	3	2	17
Ella Farikhatunnisa	4	4	4	4	4	4	24
M. Faqih Hazurizqi	4	4	4	4	4	4	24
Ahmad Senja Saputra	4	5	5	4	4	3	25
Des Mayang C.F.M.	2	4	4	2	4	1	17
Ahmad Nur Said	2	4	2	2	2	2	14
Anna Miftahul Choiriyah	4	4	4	4	4	4	24
Ahmad Bahaudin Addakhil	4	4	4	4	4	4	24
Saifatul Mukarromah	4	4	4	4	4	4	24
Lulu Ul Muzayanah	4	4	4	4	4	4	24
Umi Nur Mutmainul	4	4	4	4	4	4	24
Alfiani Anditasari	4	4	4	4	4	4	24
Afanin Junaedi	2	4	4	4	4	4	22
Alya Rahma Falasifah	4	4	4	4	4	4	24
Aufalul Marom	4	4	4	4	4	4	24

Wahyu Arya Kusumadika	5	5	4	4	5	4	27
Dimas Aji Mahendra	4	4	4	4	4	4	24

4. Tabel Kuesioner Variabel Kepercayaan

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	TOTAL
Ulil Hidayah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Ani Nur Khayati	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
Risa Hari Yanti	5	4	3	4	4	4	4	1	4	33
Bayu Andika	3	5	5	3	3	5	5	1	5	35
Ahmad Dzaki Abdurrohman	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
Azzah Rotul Fulla	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
Syahrul Wibowo	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
Olfy Trisna	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
Nadiyah Dzinnuriyah	3	2	2	3	2	4	2	3	5	26
Retno Ludviani	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
Muhammad Ulil Albab	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Abdul Jalil	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
Arifian Ramadhan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Shafni	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Yogi Miftah Fajri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
Danial Syifa Alfikri	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
Muhammad Ilham Maarif	3	4	3	3	4	4	4	5	5	35
Refi Agustina	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
Haniatul Latifah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Iqbal Alaik	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Ummi Nur Latifah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
M. Abdul Mu'izz	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Umi Kulsum	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Bahrhan Jauhar	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Burhanuddin	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33

Zanet Taufiq	5	5	5	4	5	5	5	4	4	42
Aulia Rahman	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
Cika Irawati	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
Kristina	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Faisal Akbar	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
Fikri	4	5	4	4	3	5	4	3	5	37
Sofia Amalia	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38
Umar Zaid	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Fuad Alkharis	4	4	4	4	3	4	4	4	5	36
Muhammad Hafidz	5	5	5	5	5	5	5	3	3	41
Irfan Zidni	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
Wakhidah	4	4	4	5	4	4	5	3	4	37
Zaenul Abidin	4	4	4	3	3	5	5	5	5	38
Ahmad Safii	4	4	4	5	4	4	5	5	5	40
Ibham Rohbi	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
Nur Hidayah	4	3	4	4	4	4	5	3	3	34
Wahyu Budi Utomo	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40
Nur Halisah	5	4	4	5	4	4	4	3	4	37
Danang Musfiroz	5	5	4	4	4	4	5	3	5	39
Sarifah Aini	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
Zhafar Arjuna	5	5	5	4	4	4	5	5	4	41
Atika Rahman	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
Nafi Sulaeni	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
Intan Setyowati	5	5	5	5	4	5	5	5	4	43
Unafa Nur Alivia	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42
M. Shodiq Al Hakim	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Mutiara	4	4	4	3	5	4	4	3	4	35
Faishal Syihab	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33
Siril Wafa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

Anggita Rachma Ashari	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
Ahmad Murtacla	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Khoerul Fatah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Alfi Novitasari	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Fitriana	4	4	5	4	4	5	5	5	4	40
Hadi Purwanto	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Narendra H.D.P	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
Laily Alfi Farihati	4	4	5	5	4	5	5	5	4	41
Alfi Rahman Romadhona	4	4	5	5	5	5	4	5	4	41
Wahdaul Ulyana	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
Ahmad Afifuddin	5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
Mega Agustina	5	5	5	5	4	5	4	3	3	39
Alfina Rahmatika	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
Alfi Nur Aini	5	5	5	4	4	3	4	3	3	36
Abdurrahman Is'ad	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
Lukluk Salsabila	3	4	4	3	3	4	4	3	4	32
Sinta Nur Cahyani	5	5	5	4	4	4	4	3	4	38
Muhammad Taufiqur Rohman	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
Muchammad Syukron Yuwono	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
Ahmad Habib	3	4	3	4	3	4	4	3	4	32
Alfiana Nur Azzahra	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
Soya Angga Arifin Nuha	4	4	4	4	5	4	4	5	5	39
Anisa Rahman	5	5	4	5	5	5	5	4	4	42
Agnes Maulida Rohmania	4	5	4	3	3	3	4	2	4	32
Viky Armadhani	3	3	4	4	3	4	4	3	4	32
Anggi Astuti Lubis	4	4	4	3	3	4	4	2	4	32
Elsa Romadhoni	4	4	4	3	4	3	3	3	4	32
Eka Dini Harianti	3	4	4	3	4	3	4	2	3	30
Ayu Annisa N.W.	3	3	4	4	4	4	3	4	3	32

Anniq Matussholikhah	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31
Ella Farikhatunnisa	4	3	3	4	4	3	4	2	4	31
M. Faqih Hazurizqi	3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
Ahmad Senja Saputra	3	3	3	4	3	4	3	3	4	30
Des Mayang C.F.M.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Ahmad Nur Said	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Anna Miftahul Choiriyah	3	3	4	4	4	4	3	4	3	32
Ahmad Bahaudin Addakhil	2	3	4	4	4	4	3	4	3	31
Saifatul Mukarromah	4	3	4	3	4	4	4	3	4	33
Lulu Ul Muzayanah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
Umi Nur Mutmainul	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
Alfiani Anditasari	3	4	3	3	4	4	4	2	4	31
Afanin Junaedi	4	5	4	4	3	3	3	4	3	33
Alya Rahma Falasifah	4	4	5	3	3	4	4	3	3	33
Aufalul Marom	3	3	4	4	4	4	3	4	5	34
Wahyu Arya Kusumadika	4	3	4	4	5	3	4	2	3	32
Dimas Aji Mahendra	3	4	4	4	4	4	4	2	3	32

5. Tabel Kuesioner Variabel Minat

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total
Ulil Hidayah	4	4	4	4	4	4	24
Ani Nur Khayati	4	4	4	4	4	4	24
Nur Evi Ikmala	4	4	4	4	5	5	26
Bayu Andika	5	3	3	5	5	5	26
Ahmad Dzaki Abdurrohman	4	5	4		5	5	23
Azzah Rotul Fulla	4	4	4	4	4	5	25
Syahrul Wibowo	2	3	2	3	3	4	17
Olfy Trisna	3	3	3	3	3	5	20
Nadiyah Dzinnuriyah	2	2	2	4	3	5	18

Retno Ludviani	4	4	4	4	4	4	24
Muhammad Ulil Albab	4	4	4	4	4	4	24
Abdul Jalil	4	5	4	5	5	5	28
Arifian Ramadhan	4	3	4	4	4	5	24
Shafni	4	4	4	4	4	4	24
Yogi Miftah Fajri	5	5	5	5	5	5	30
Danial Syifa Alfikri	5	5	5	5	5	5	30
Muhammad Ilham Maarif	4	5	3	5	3	4	24
Refi Agustina	3	3	3	3	3	4	19
Haniatul Latifah	4	4	4	4	4	4	24
Iqbal Alaik	4	4	4	4	4	4	24
Ummi Nur Latifah	4	4	4	4	4	4	24
M. Abdul Mu'izz	4	4	4	4	4	4	24
Umi Kulsum	5	5	5	4	4	5	28
Bahran Jauhar	5	5	5	5	5	5	30
Burhanuddin	5	5	5	4	4	5	28
Zanet Taufiq	4	4	4	4	5	5	26
Aulia Rahman	4	5	5	5	5	5	29
Cika Irawati	4	4	5	5	5	5	28
Kristina	4	4	5	5	5	5	28
Faisal Akbar	5	5	4	4	4	4	26
Fikri	5	5	5	5	5	4	29
Sofia Amalia	4	4	5	5	5	5	28
Umar Zaid	5	5	5	5	5	5	30
Fuad Alkharis	5	5	5	5	5	5	30
Muhammad Hafidz	5	5	5	5	5	5	30
Irfan Zidni	4	5	5	4	4	5	27
Wakhidah	4	4	4	4	4	5	25
Zaenul Abidin	5	5	4	3	3	5	25

Ahmad Safii	5	5	4	4	5	5	28
Ibham Rohbi	5	4	4	4	4	4	25
Nur Hidayah	5	4	4	4	4	5	26
Wahyu Budi Utomo	5	5	5	5	5	5	30
Nur Halisah	5	5	5	5	4	5	29
Danang Musfiroz	5	4	4	5	5	5	28
Sarifah Aini	4	4	4	4	5	5	26
Zhafar Arjuna	5	5	4	4	5	5	28
Atika Rahman	5	5	5	5	5	5	30
Nafi Sulaeni	5	5	5	5	5	5	30
Intan Setyowati	5	5	5	5	5	5	30
Unafa Nur Alivia	5	5	5	5	5	5	30
M. Shodiq Al Hakim	5	5	5	5	4	5	29
Mutiara	5	5	5	4	4	4	27
Faishal Syihab	4	4	4	4	4	4	24
Siril Wafa	5	5	5	5	5	5	30
Anggita Rachma Ashari	4	4	5	5	5	5	28
Ahmad Murtadla	5	5	5	4	4	5	28
Khoerul Fatah	5	5	4	4	4	5	27
Alfi Novitasari	4	4	4	5	4	4	25
Fitriana	4	4	4	4	5	5	26
Hadi Purwanto	4	5	4	4	5	5	27
Narendra H.D.P	5	5	4	5	5	5	29
Laily Alfi Farihati	5	5	5	5	5	5	30
Alfi Rahman Romadhona	3	4	4	4	4	4	23
Wahdaul Ulyana	5	5	5	5	5	5	30
Ahmad Afifuddin	5	5	5	5	5	5	30
Mega Agustina	4	4	4	4	4	5	25
Alfina Rahmatika	5	5	5	4	5	5	29

Alfi Nur Aini	4	4	3	4	4	4	23
Abdurrahman Is'ad	4	4	4	4	4	4	24
Lukluk Salsabila	4	4	4	4	4	4	24
Sinta Nur Cahyani	4	4	5	3	4	4	24
Muhammad Taufiqur Rohman	5	5	5	5	5	5	30
Muchammad Syukron Yuwono	5	5	5	5	5	5	30
Ahmad Habib	4	4	4	4	4	4	24
Alfiana Nur Azzahra	5	5	5	5	5	5	30
Soya Angga Arifin Nuha	4	5	5	4	5	5	28
Anisa Rahman	4	4	5	5	5	5	28
Agnes Maulida Rohmania	3	3	4	4	3	5	22
Viky Armadhani	4	4	4	4	4	4	24
Anggi Astuti Lubis	4	3	4	4	4	4	23
Elsa Romadhoni	4	4	4	4	4	5	25
Eka Dini Harianti	4	3	4	4	4	4	23
Ayu Annisa N.W.	4	3	3	4	4	4	22
Anniq Matussholikhah	4	3	3	3	3	5	21
Ella Farikhatunnisa	4	4	4	4	4	5	25
M. Faqih Hazurizqi	3	4	4	4	4	4	23
Ahmad Senja Saputra	4	4	4	4	4	4	24
Des Mayang C.F.M.	4	4	4	4	4	4	24
Ahmad Nur Said	4	4	4	4	4	4	24
Anna Miftahul Choiriyah	5	5	5	5	5	5	30
Ahmad Bahaudin Addakhil	4	4	4	4	4	4	24
Saifatul Mukarromah	4	4	4	4	4	4	24
Lulu UI Muzayanah	4	4	4	4	4	4	24
Umi Nur Mutmainul	5	5	5	5	5	5	30
Alfiani Anditasari	4	4	4	5	5	5	27
Afanin Junaedi	5	5	5	4	4	5	28

Alya Rahma Falasifah	4	4	5	5	5	5	28
Aufalul Marom	4	4	4	4	4	4	24
Wahyu Arya Kusumadika	5	4	4	4	5	5	27
Dimas Aji Mahendra	5	5	4	4	4	4	26

Lampiran 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PENGETAHUAN	100	19	35	30,67	3,188
RELIGIUSITAS	100	14	29	23,01	2,716
KEPERCAYAAN	100	26	45	36,12	4,243
MINAT	100	17	30	26,22	2,973
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 4. Hasil Uji Hasil Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

a. Pengetahuan

Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	.614**	.213*	.423**	.576**	.317**	.249*	.641**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,033	0,000	0,000	0,001	0,012	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.614**	1	.322**	.366**	.558**	.568**	.477**	.786**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.213*	.322**	1	0,189	.305**	.240*	.332**	.594**
	Sig. (2-tailed)	0,033	0,001		0,060	0,002	0,016	0,001	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.423**	.366**	0,189	1	.563**	.318**	0,189	.575**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,060		0,000	0,001	0,060	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.5	Pearson Correlation	.576**	.558**	.305**	.563**	1	.530**	.474**	.782**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,002	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.317**	.568**	.240*	.318**	.530**	1	.813**	.779**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000	0,016	0,001	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.249*	.477**	.332**	0,189	.474**	.813**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	0,012	0,000	0,001	0,060	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Pengetahuan	Pearson Correlation	.641**	.786**	.594**	.575**	.782**	.779**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

b. Religiusitas

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Religiusitas
X2.1	Pearson Correlation	1	.393**	.580**	.721**	.647**	.519**	.886**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.393**	1	.250*	0,104	.337**	0,128	.395**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,012	0,305	0,001	0,203	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.580**	.250*	1	.840**	.859**	0,097	.811**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,012		0,000	0,000	0,336	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.721**	0,104	.840**	1	.782**	.262**	.863**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,305	0,000		0,000	0,008	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.647**	.337**	.859**	.782**	1	0,161	.844**

	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,000	0,000		0,110	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.519**	0,128	0,097	.262**	0,161	1	.560**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,203	0,336	0,008	0,110		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Religiusitas	Pearson Correlation	.886**	.395**	.811**	.863**	.844**	.560**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

c. Kepercayaan

Correlations											
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	Kepercayaan
X3.1	Pearson Correlation	1	.717**	.593**	.575**	.525**	.364**	.548**	.311**	.293**	.762**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,003	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.717**	1	.670**	.431**	.398**	.412**	.569**	.252*	.322**	.734**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,011	0,001	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.593**	.670**	1	.482**	.496**	.481**	.555**	.398**	0,168	.754**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,095	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.575**	.431**	.482**	1	.563**	.472**	.439**	.453**	0,192	.715**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,055	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.525**	.398**	.496**	.563**	1	.412**	.481**	.431**	0,153	.698**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,129	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.364**	.412**	.481**	.472**	.412**	1	.608**	.462**	.405**	.716**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.548**	.569**	.555**	.439**	.481**	.608**	1	.388**	.376**	.772**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.311**	.252*	.398**	.453**	.431**	.462**	.388**	1	.440**	.688**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,011	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	.293**	.322**	0,168	0,192	0,153	.405**	.376**	.440**	1	.530**
	Sig. (2-tailed)	0,003	0,001	0,095	0,055	0,129	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Kepercayaan	Pearson Correlation	.762**	.734**	.754**	.715**	.698**	.716**	.772**	.688**	.530**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

d. Minat

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Minat
Y.1	Pearson Correlation	1	.748**	.646**	.488**	.544**	.371**	.817**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.748**	1	.712**	.502**	.531**	.345**	.831**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.646**	.712**	1	.584**	.634**	.407**	.855**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.488**	.502**	.584**	1	.729**	.422**	.779**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000

	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.544**	.531**	.634**	.729**	1	.508**	.828**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.371**	.345**	.407**	.422**	.508**	1	.610**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Minat	Pearson Correlation	.817**	.831**	.855**	.779**	.828**	.610**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

2. Uji Reabilitas

a. Pengetahuan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,813	7

b. Religiusitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,820	6

c. Kepercayaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,869	9

d. Minat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,880	6

Lampiran 5. Uji Analisis Klasik

1. Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
N		Unstandardized Residual	
		100	
Normal Parameters ^{a,b}		Mean	0,0000000
		Std. Deviation	2,16360793
Most Extreme Differences	Absolute	0,051	
	Positive	0,038	
	Negative	-0,051	
Test Statistic			0,051
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.			

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PENGETAHUAN	0,760	1,316
	RELIGIUSITAS	0,991	1,009
	KEPERCAYAAN	0,755	1,325
a. Dependent Variable: MINAT			

3. Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-7,105E-16	3,068		0,000	1,000
	PENGETAHUAN	0,000	0,079	0,000	0,000	1,000
	RELIGIUSITAS	0,000	0,078	0,000	0,000	1,000
	KEPERCAYAAN	0,000	0,060	0,000	0,000	1,000

a. Dependent Variable: ABRESID

Lampiran 6. Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1,209	3,068		0,394	0,694
	PENGETAHUAN	0,239	0,079	0,256	3,002	0,003
	RELIGIUSITAS	0,205	0,078	0,196	2,625	0,010
	KEPERCAYAAN	0,359	0,060	0,512	5,987	0,000

a. Dependent Variable: MINAT

Lampiran 7. Uji Statistik t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1,209	3,068		0,394	0,694
	PENGETAHUAN	0,239	0,079	0,256	3,002	0,003
	RELIGIUSITAS	0,205	0,078	0,196	2,625	0,010
	KEPERCAYAAN	0,359	0,060	0,512	5,987	0,000

a. Dependent Variable: MINAT

Lampiran 8. Uji Statistik F

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	0,470	0,454	2,197
a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN				
b. Dependent Variable: MINAT				

Lampiran 9. Uji Koefisien Determinasi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	411,721	3	137,240	28,429	.000 ^b
	Residual	463,439	96	4,827		
	Total	875,160	99			
a. Dependent Variable: MINAT						
b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN						

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Identitas Diri Penulis

Nama : Risa Hari Yanti
Tempat, Tanggal Lahir : Blora, 23 Februari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : RT. 02/ RW. 01, Ds. Dalangan, Kec. Todanan, Kab.
Blora, Prov. Jawa Tengah, 58256
No. handphone/WhatsApp : 0812-2848-9408
E-mail : risahariyanti23@gmail.com

2. Riwayat Pendidikan

- TK Pertiwi Dalangan
- SD N 1 Dalangan
- SMP N 2 Todanan
- SMA Muhammadiyah 05 Todanan