

**PENGARUH *DIGITAL LITERACY*, *DIGITAL MARKETING*,  
DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP MINAT MEMBAYAR  
ZAKAT PADA BAITUL MAAL HIDAYATULLAH JAWA  
TIMUR (BMH JATIM)**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**NUR ALMAIDA**

**NIM : 08020520030**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN

Saya, Nur Almaida, 08020520030, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 12 Maret 2024



Nur Almaida  
NIM. 08020520030

Surabaya, 07 Maret 2024

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Andriani Sumsuri', written in a cursive style.

Dr. Andriani Sumsuri, S.Sos, MM

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH *DIGITAL LITERACY*, *DIGITAL MARKETING*, DAN  
*DIGITAL PAYMENT* TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT  
PADA BAITUL MAAL HIDAYATULLAH JAWA TIMUR ( BMH  
JATIM)**

Oleh

Nur Almaida


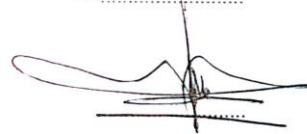
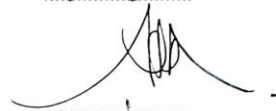
NIM: 08020520030

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 14 Maret 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

**Susunan Dewan Penguji**

1. Dr. Andriani Samsuri, S.Sos. M.M  
NIP. 197608022009122002  
(Penguji 1)
2. Atok Syihabuddin, SHI, M.E.I  
NIP. 198501022023211011  
(Penguji 2)
3. Dr. Mustofa, S.Ag., M.E.I  
NIP. 1977103020080110007  
(Penguji 3)
4. M. Maulana Asegaf, M.H.I  
NIP. 198709042019031005  
(Penguji 4)

**Tanda Tangan:**



Surabaya, 14 Maret 2024



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I  
NIP. 197005142000031001



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nur Almaida  
NIM : 08020520030  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen Zakat dan Wakaf  
E-mail address : nuralmaida0110@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

**Pengaruh *Digital Literacy*, *Digital Marketing*, dan *Digital Payment* Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baitul Maal Hidayatullah Jawa Timur (BMH Jatim)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 April 2024

Penulis

(Nur Almaida)



## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Pengaruh *Digital Literacy*, *Digital Marketing*, dan *Digital Payment* Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baitul Maal Hidayatullah Jawa Timur (BMH JATIM)**”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab hipotesis apakah *digital literacy*, *digital marketing* dan *digital payment* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap minat membayar zakat pada lembaga zakat Baitul Maal hidayatullah jawa Timur (BMH Jatim).

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan *field research*, dengan jumlah sampel 190 orang donatur yang telah dihitung menggunakan rumus Hair. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner pada donatur melalui pihak lembaga, kemudian data yang diperoleh diolah menggunakan Software SPSS versi 26. Uji yang dilakukan meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *digital literacy* berpengaruh secara parsial terhadap minat membayar zakat, *digital marketing* berpengaruh secara parsial terhadap minat membayar zakat, *digital payment* berpengaruh terhadap minat membayar zakat, serta *digital literacy*, *digital marketing* dan *digital payment* secara simultan berpengaruh terhadap minat membayar zakat pada Baitul Maal Hidayatullah Jawa Timur (BMH Jatim).

Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan, saran yang diberikan peneliti yaitu diharapkan BMH Jatim bisa mempertahankan dan meningkatkan *digital literacy*, *digital marketing* dan *digital payment* agar kedepannya bisa semakin menarik minat donatur untuk membayar zakat di BMH Jatim secara rutin atau terus menerus.

Kata kunci: *Digital Literacy*, *digital marketing*, *digital payment*, minat membayar

## ABSTRACT

This thesis is entitled "The Effect of *Digital Literacy*, *Digital Marketing*, and *Digital Payment* on Interest in Paying Zakat at Baitul Maal Hidayatullah East Java (BMH JATIM)". This research is a quantitative study that aims to answer the hypothesis whether *digital literacy*, *digital marketing* and *digital payment* partially and simultaneously affect the interest in paying zakat at the zakat institution Baitul Maal hidayatullah East Java (BMH Jatim).

This study uses a survey method with a field research approach, with a sample size of 190 donatur who have been calculated using the Hair formula. The data collection technique is to distribute questionnaires to donatur through the institution, then the data obtained is processed using SPSS software version 26. The tests carried out include validity, reliability, classical assumption tests and hypothesis testing.

The results of this study indicate that *digital literacy* partially affects the interest in paying zakat, *digital marketing* partially affects the interest in paying zakat, *digital payment* affects the interest in paying zakat, and *digital literacy*, *digital marketing* and *digital payment* simultaneously affect the interest in paying zakat at Baitul Maal Hidayatullah East Java (BMH Jatim).

Based on the results of this research and discussion, the advice given by researchers is that it is hoped that BMH Jatim can maintain and improve *digital literacy*, *digital marketing* and *digital payment* so that in the future it can increasingly attract donatur to pay zakat at BMH Jatim regularly or continuously.

Keywords: *digital literacy*, *digital marketing*, *digital payment*, interest to pay

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	9
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	9
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	11
<b>2.1.1 Minat Membayar</b> .....	11
<b>2.1.2 Indikator Minat membayar</b> .....	12
<b>2.1.3 Digital Literacy</b> .....	14
<b>2.1.4 Indikator Digital Literacy</b> .....	15
<b>2.1.5 Digital Marketing</b> .....	18
<b>2.1.6 Indikator Digital Marketing</b> .....	19
<b>2.1.7 Digital Payment</b> .....	20
<b>2.1.8 Indikator Digital Payment</b> .....	22
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	22



2.3 Kerangka Konseptual.....	27
2.4 Hipotesis.....	28
2.4.1 <i>Digital Literacy</i> terhadap minat membayar zakat pada BMH Jatim .....	28
2.4.2 <i>Digital Marketing</i> terhadap minat membayar zakat pada BMH Jatim.....	29
2.4.3 <i>Digital Payment</i> terhadap minat membayar zakat pada BMH Jatim .....	29
2.4.4 <i>Digital Literacy, Digital Marketing, dan Digital Payment</i> terhadap minat membayar zakat pada BMH Jatim .....	30
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	33
3.3.1 Populasi .....	33
3.3.2 Sampel .....	33
3.4 Variabel Penelitian .....	34
3.5 Definisi Operasional .....	34
3.6 Data dan Sumber Data .....	36
3.6.1 Data Primer .....	36
3.6.2 Data Sekunder.....	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.8 Instrumen Penelitian .....	38
3.8.1 Uji Validitas.....	38
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.9 Teknik Analisis Data .....	39

<b>3.9.1 Uji Asumsi Klasik</b> .....	40
<b>3.9.2 Uji Regresi Linear Berganda</b> .....	41
<b>3.9.3 Uji Hipotesis</b> .....	42
<b>BAB 4 HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	45
<b>4.1 Deskripsi Umum Obyek Penelitian</b> .....	45
<b>4.1.1 Profil dan Sejarah Baitul Maal Hidayatullah Jawa Timur</b> .....	45
<b>4.1.2 Visi dan Misi Baitul Maal Hidayatullah Jawa Timur</b> .....	46
<b>4.1.3 Program-program Baitul Maal Hidayatullah Jawa Timur</b> .....	46
<b>4.2 Karakteristik Responden</b> .....	49
<b>4.2.1 Jenis kelamin</b> .....	49
<b>4.2.2 Usia</b> .....	50
<b>4.2.3 Pekerjaan</b> .....	50
<b>4.2.4 Penghasilan</b> .....	51
<b>4.2.5 Membayar zakat</b> .....	52
<b>4.3 Hasil Skor Kuesioner</b> .....	53
<b>4.4 Analisis Data</b> .....	56
<b>4.4.1 Hasil Uji Validitas</b> .....	56
<b>4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas</b> .....	57
<b>4.5 Uji Asumsi Klasik</b> .....	58
<b>4.5.1 Hasil Uji Normalitas</b> .....	58
<b>4.5.2 Hasil Uji Multikolinieritas</b> .....	61
<b>4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas</b> .....	62
<b>4.6 Uji Statistik</b> .....	63
<b>4.6.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda</b> .....	63
<b>4.7 Uji Hipotesis</b> .....	65

4.7.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65
4.7.2 Hasil Uji (T).....	66
4.7.3 Uji F .....	68
4.8 Pembahasan .....	69
4.8.1 <i>Digital Literacy</i> terhadap minat membayar zakat pada BMH Jatim .....	69
4.8.2 <i>Digital Marketing</i> terhadap minat membayar zakat pada BMH Jatim.....	72
4.8.3 <i>Digital Payment</i> terhadap minat membayar zakat pada BMH Jatim .....	74
4.8.4 <i>Digital Literacy, Digital Marketing, dan Digital Payment</i> terhadap minat membayar zakat .....	76
BAB 5 PENUTUP .....	78
5.1 Kesimpulan .....	78
5.2 Saran .....	78
DAFTAR PUSTAKA .....	80
Lampiran 1 .....	86
Lampiran 2 .....	91

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

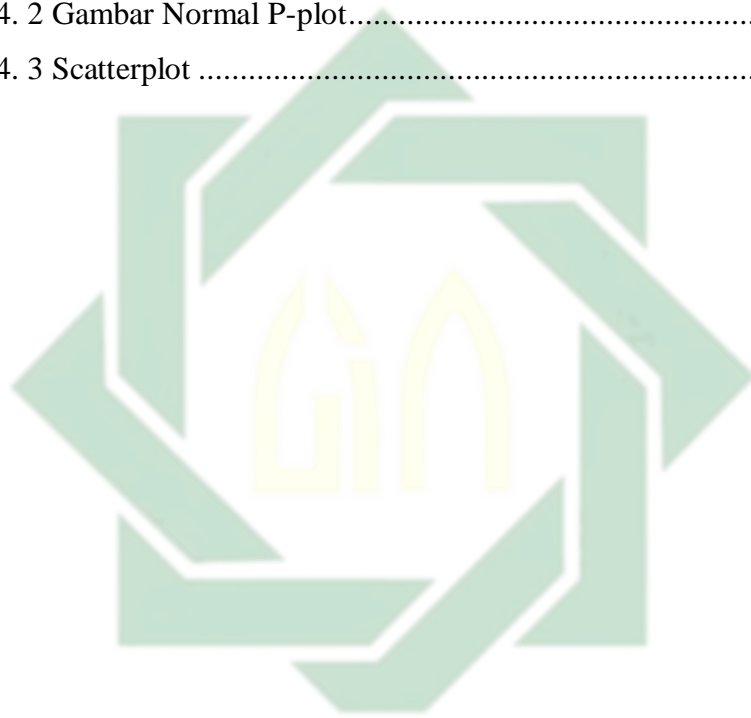
## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Indeks Literasi Digital Indonesia (2020-2022) .....	4
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	35
Tabel 3. 2 Skala Likert untuk Pengukuran Kuesioner .....	37
Tabel 3. 3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha .....	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan .....	52
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Membayar Zakat .....	53
Tabel 4. 6 Deskripsi Hasil Kuesioner .....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas .....	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas .....	58
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas .....	59
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	64
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji T .....	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji F .....	68

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indeks Literasi Digital Indonesia (2020-2022) .....	3
Gambar 1. 2 Presentase Transaksi di Indonesia .....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4. 1 Gambar Grafik Histogram.....	60
Gambar 4. 2 Gambar Normal P-plot.....	61
Gambar 4. 3 Scatterplot .....	63



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F. I. & Burhan, M. U. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Penggunaan Digital Fundraising Terhadap Minat Pembayaran Dana Zakat, Infaq, Dan Shodqoh (ZIS) Pada Lembaga Zakat. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 2(3), 465–476.
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Bubun, U. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Penjualan. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(Mi), 5–24.
- Dafiq, B. I., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. (2022). Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, digital marketing, brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 4971–4982. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1856>
- Fadhli K, & Dwi Pratiwi N. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Grahesti, A., Hutami, A. S., & Rohmah, J. M. (2023). Pengaruh Akuntabilitas , Kredibilitas , dan Transparansi Terhadap Minat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 1421–1429.



- Gushevinalti, Cahyadinata, I., & Yulianti, M. E. P. (2021). Literasi Digital Dalam Menghadapi Infodemik Pada Masyarakat Di Provinsi Bengkulu. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 22(2), 203–216.
- Harjono, H. S. (2019). Literasi Digital: Prospek dan Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa. *Pena : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 8(1), 1–7. <https://doi.org/10.22437/pena.v8i1.6706>
- Helpiastuti, S. B. (2017). *Media Sosial dan Perempuan*. 1–11. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/79322>
- Hendarsyah, D. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dan Keamanan Kartu Kredit Perbankan. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 85–96. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.204>
- Ii, B. A. B., & Merek, C. (n.d.). *No Title*.
- Irhamisyah, A. (2019). ... Keputusan Metode Pembayaran Zakat Bagi Donatur Di Era Digital (Studi Pada: Dosen Dan Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas .... In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. <http://repository.ub.ac.id/175015/>
- Jamaludin, N., & Soleha, A. D. (2022). Peran Model Penerimaan Teknologi, Literasi Digital Dan Promosi Sosial Media Dalam Meningkatkan Kesadaran Dalam Membayar Zakat Secara Online. *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, 2(2), 137–166. <https://doi.org/10.21154/joipad.v2i2.5086>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.

- Kartika, I. K. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Donatur di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 42–52.  
<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.558>
- Kurnia, R., Relubun, D. A., Kurnia, W. I., & Ismail, R. (2020). Agama Dan Filantropi: Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Filantropis Zakat (Donatur) Pada Lembaga Amil Zakat Di Kota Ambon. *Religi: Jurnal Studi Agama-Agama*, 16(1), 79–96.  
<https://doi.org/10.14421/rejusta.2020.1601-05>
- Kwabena, G.-Y., Qiang, M., Wenyuan, L., Ali Qalati, S., & Erusalkina, D. (2019). *EPRA International Journal of Economic and Business Review EFFECTS OF THE DIGITAL PAYMENT SYSTEM ON SMES PERFORMANCE IN DEVELOPING COUNTRIES; A CASE OF GHANA*. December, 79–87.  
<https://doi.org/10.36713/epra2012>
- Lailatul, N., Puspita, B., Diana, N., & Fakhriyyah, D. D. (2023). PENGARUH LITERASI DIGITAL, KESADARAN BERZAKAT, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN DONATUR MEMBAYAR ZAKAT MELALUI E-COMMERCE TOKOPEDIA (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto). *Islamic Economic and Finance Journal*, 4(1), 185–197.
- Latief, A., Rosalina, D., & Apiska, D. (2019). Analisis Hubungan Antar Manusia terhadap Kinerja Karyawan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 1(3), 127–131. <https://doi.org/10.34007/jehss.v1i3.34>

- Makfirah, Istiqal, S. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRODUKSI KELAPA SAWIT (*Elaeis Guineensis* Jacq) DI PT. AGRO SINERGI NUSANTARA KEBUN BATEE PUTEH. *Jurnal Pertanian Agros*, 25(1), 88–100.
- Mulyana, A., Mintarti, S., & Wahyuni, S. (2019). Pengaruh Pemahaman Dan Religiusitas Serta Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Oleh Donatur Pada Lembaga Amil Zakat Inisiatif Zakat Indonesia (IZI) KALTIM Kota Balikpapan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman (JIEM)*, 3(4), 1–10.
- Murdani Nur, E. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat. *AL-Muqayyad*, 3(2), 126–135.  
<https://doi.org/10.46963/jam.v3i2.183>
- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital. *Jiagabi*, 9(2), 175–184.
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment Dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee. *JASDIM Nusa Mandiri*, 01(1), 1–9.
- Nurul Fauziyah, Resekiani Mas Bakar, & Andi Nasrawaty Hamid. (2022). Perbedaan Impulsive Buying Pada Konsumen Dewasa Awal Ditinjau Dari Jenis Metode Pembayaran Non Tunai. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 1(5), 479–487. <https://doi.org/10.56799/peshum.v1i5.571>
- Pakpahan, D. R., & Fadli, A. (2021). Pengaruh Pelayanan, Promosi Dan

- Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Pada Baznas Sumut. *Jurnal Ekuivalensi*, 7(2), 280–294. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v7i2.498>
- Pangrazio, L. (n.d.). *Beyond cybersafety : The need to develop social media literacies in*. 37, 49–63.
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif* (E. Mahriani (ed.); 2021st ed.).
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D*. In *Alfabeta*, CV (Issue April).
- Puspita, Y. C. (2019). Kesesuaian Teknologi Digital Payment Aplikasi OVO  
ANALISIS KESESUAIAN TEKNOLOGI PENGGUNAAN DIGITAL  
PAYMENT PADA APLIKASI OVO. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(2), 121–128.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Ramadhan, F. H., & Triono, F. R. (n.d.). *PENGARUH ONLINE PAYMENT TERHADAP MINAT UNTUK*.
- Rukmana, C., Reinita, L., Toyiba, N., Hidayat, F., & Panorama, M. (2023). Pengaruh Digital Payment Terhadap Minat Masyarakat Dalam Membayar Zakat. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(5), 2607–2615. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.2572>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-*

*Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p07>

SARI, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital.

*Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(2), 30–42.

<https://doi.org/10.37676/profesional.v6i2.943>

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D ( 2nd ed).

*In Data Kualitatif*.

Yeubun, S. F. (2022). Persepsi Masyarakat Muslim Kota Jayapura Terhadap Minat Pembayaran Zakat, Infaq Dan Sedekah Melalui Layanan E-Zakat Dengan Literasi Digital Sebagai Variabel Moderasi. *Thesis*, 1–123.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A