

**PENGARUH KREDIBILITAS LEMBAGA DAN *PEER*
INFLUENCE TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKKI MEMBAYAR
ZAKAT PADA LEMBAGA ZAKAT DI KOTA SURABAYA
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
SKRIPSI**

Oleh:

SITI FARIDATU ALDAWIYAH

NIM: 08050522054



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN ZAKAT DAN WAKAF
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2025**

PERNYATAAN

Saya, Siti Faridatu Aldawiyah, 08050522054, 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, 03 Oktober 2025



Siti Faridatu Aldawiyah
NIM. 08050522054

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, Desember 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

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

Dr. Andriani Samsuri., M.M

NIP 197608022009122002

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KREDIBILITAS LEMBAGA DAN *PEER INFLUENCE*
TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT PADA
LEMBAGA ZAKAT DI KOTA SURABAYA DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Oleh

SITI FARIDATU ALDAWIYAH

NIM: 08050522054

**Telah dipertahankan didepan dewan penguji pada tanggal 22 Desember
2025 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**

Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Andriani Samsuri.,M.M
NIP. 197608022009122002
(Penguji 1)
2. M. Maulana Asegaf, M.H.I
NIP. 198709042019031005
(Penguji 2)
3. Dr. Atok Syihabuddin, S.H.I.,M.E.I
NIP. 198501022023211011
(Penguji 3)
4. Dr. Hasbullah Hilmi, S.Ag.,S.S.,M.H.I
NIP. 197411262000031002
(Penguji 4)

Tanda Tangan

.....
.....
.....
.....

Surabaya, 22 Desember 2025

Dekan,



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: perpus@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 : Siti Faridatu Aldawiyah
NIM : 08050522054
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen Zakat dan Wakaf
E-mail address : Aldawiyahf@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 Kredibilitas Lembaga dan Peer Influence Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat Pada Lembaga

Zakat Di Kota Surabaya Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi

berserta 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, 12 Januari 2026

Penulis

(Siti Faridatu Aldawiyah)

ABSTRAK

Zakat sebagai salah satu instrumen penting yang dapat mengatasi persoalan sosial dan ekonomi masyarakat, agar instrumen ini berhasil maka zakat harus dikelola langsung oleh orang yang profesional pada bidangnya. Berdasarkan laporan BAZNAS Nasional pengumpulan dana zakat di Kota Surabaya masih fluktuatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan muzakki membayar zakat pada lembaga zakat dengan pengaruh kredibilitas lembaga, *peer influence* dan kepercayaan sebagai variabel mediasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menganalisis data dan menguji sampel yang bertujuan untuk menguji hubungan variabel pada hipotesis penelitian. Penelitian ini menggunakan Teknik survei melalui penyebaran kuesioner. Studi ini menggunakan skala likert lima poin untuk mengukur jawaban responden. Objek penelitian yang digunakan yaitu muzakki lembaga zakat Kota Surabaya. sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 responden yang ditentukan melalui Teknik *non-probability sampling*. Peneliti menggunakan SEM-PLS melalui program SmartPLS versi 4.0 untuk menguji instrument dan hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas lembaga berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat pada lembaga zakat. Hasil uji variabel *peer influence* tidak berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat akan tetapi berpengaruh terhadap kepercayaan muzakki. Selain itu. Kepercayaan mampu memediasi hubungan kredibilitas lembaga dan keputusan muzakki membayar zakat pada lembaga zakat.

Peneliti menyarankan bagi lembaga zakat untuk terus meningkatkan kredibilitas lembaga karena kredibilitas lembaga berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat. dan lembaga zakat juga tetap mempertahankan *peer influence* karena berpengaruh terhadap kepercayaan, dan kepercayaan dapat berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui mediasi. Selanjutnya lembaga zakat juga harus meningkatkan kepercayaan muzakki melalui pengelolaan dana pengalaman yang positif.

Kata Kunci: Kredibilitas Lembaga, Peer Influence, Keputusan Muzakki, Kepercayaan

ABSTRACT

Zakat, as one of the important instruments that can address social and economic issues in society. Must be managed directly by professional in their respective field for this instrument to be successful. Based on the National BAZNAS report, the collection of zakat funds in Surabaya city is still fluctuating. This study aims to analyze the decisions of zakat payers to pay zakat to zakat institutions, with the credibility of the institution, peer influence dan trust serving as mediating variables.

The method used in this study is the quantitative method. This method is used to analyze data and test samples with the aim of examining the relationship between variables in the research hypothesis. This research uses a survey technique thru the distribution of questionnaires. This study uses a five-point Likert scale to measure respondents' answers. The research object used is the zakat payers of the zakat institutions in Surabaya City. The sample in this study consisted of 130 respondents, determined using non-probability sampling techniques. Researchers used SEM-PLS thru the SmartPLS version 4.0 program to test the instrument and hypotheses.

The results of this study indicate that institutional credibility influences the decision of zakat payers (muzakki) to pay zakat to zakat institutions. The results of the peer influence variable test show that it does not affect the decision of zakat payers to pay zakat, but it does affect the trust of zakat payers. In addition. Trust is able to mediate the relationship between institutional credibility and the decision of zakat payers to pay zakat to zakat institutions.

The researcher suggests that zakat institutions continue to improve their credibility because institutional credibility influences the decision of zakat payers to pay zakat. Zakat institutions should also maintain peer influence because it affects trust, and trust can influence the decision of zakat payers to pay zakat thru mediation. Furthermore, zakat institutions must also increase the trust of zakat payers thru positive fund management experiences.

Keywords: *Institutional Credibility, Peer Influence, Muzakki's Decisions, Trust*

DAFTAR ISI

Cover.....	i
Cover Dalam	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II	12
KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Theory Of Planned Behavior</i>	12
2.1.2 Keputusan Muzakki	14
2.1.3 Kredibilitas Lembaga	16
2.1.4 <i>Peer Influence</i>	18
2.1.5 Kepercayaan	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran	32

2.4 Hipotesis	33
BAB III	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	43
3.5 Jenis dan Sumber Data	48
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.7 Teknik Analisis Data	50
BAB IV	56
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	56
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 Karakteristik Responden.....	57
4.2.2 Hasil Jawaban Responden.....	63
4.3 Evaluasi Model	68
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	69
4.3.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>).....	74
4.4 Pembahasan	81
BAB V	95
PENUTUP.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengumpulan Dana Zakat di Kota Surabaya.....	2
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. Definisi Operasional.....	42
Tabel 4. Skala Likert.....	48
Tabel 4.1 Daftar Anggota Forum Zakat Provinsi Jawa Timur.....	56
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.3 Usia Responden.....	59
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	60
Tabel 4.5 Lembaga Zakat Tempat Muzakki Membayar Zakat di Kota Surabaya	61
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden.....	63
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Kredibilitas Lembaga.....	64
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden <i>Peer Influence</i>	65
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden Kepercayaan.....	69
Tabel 4.10 Nilai Loading Factor atau <i>Outer Loading</i>	70
Tabel 4.11 <i>Cross Loading</i>	71
Tabel 4.12 <i>Cronbach Alpha</i>	73
Tabel 4.13 Uji <i>R-Square</i>	74
Tabel 4.14 Uji Hipotesis.....	76


 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Tabel Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	32
Tabel Gambar 4.1 Model Struktural.....	68
Tabel Gambar 4.2 Outer Model.....	69
Tabel Gambar 4.3 Hasil Bootstrapping.....	75



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiyani, A. I., Sungkono, S. S. B., & Hardoko, H. (2024). Determinan Keputusan Muzakki Membayar Zakat Infaq Sodaqoh (ZIS) Di Masa Pandemi Covid-19. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 26(1), 46–59. <https://doi.org/10.35591/wahana.v26i1.776>
- Ahmad, A. (2017). ZAKAT. In *bogor jawa barat* (Vol. 11, Issue 1). cv anugrah berkah sentosa.
- Aisyah, S., & Sutejo, B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Muzakki dalam Membayar Zakat di Lembaga Amil Zakat Nurul Fikri Zakat Center Area Sampit. *Keizai*, 1(1), 50–59. <https://doi.org/10.56589/keizai.v1i1.151>
- Alfiana, D., & Haris, A. (2023). Pengaruh Kredibilitas Beauty Influencer Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bybdka (Studi pada Konsumen Bybdka di Jepara). *JEBISKU: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(1), 35–47. <http://jim.ac.id/index.php/jebisku/index%0A>
- Anggraeni, A. F. (2024). *Pengaruh Perceived Price dan Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Mixue di Surabaya)*.
- Astro, M. M. (2024). *Optimalisasi zakat, infaq serta sedekah*. Antara Jatim. <https://jatim.antaranews.com/berita/774129/ramadhan-dan-optimalisasi-zakat-infaq-serta-sedekah?>
- Asyari, H., Ag, S., & Si, M. (2024). *Menguji Trust Sebagai Variabel Pemeditasi Dalam Hubungan Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Minat Masyarakat Membayar*. 10, 1–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/esha.v10i1.1100>
- Bachri, N. (2021). BUKU KREDIBILITAS Bank Syariah& Perilaku Nasabah. In *Cv. Sefa Bumi Persada - Aceh*.
- Bashori, D. C., Wahyudi, R., Jember, U. M., & Dahlan, U. A. (2024). *At-Taqaddum The Role of the Service Office in Managing Zakat , Infaq , and Sadaqah Funds , at LAZISMU Jember*. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.21580/at.v16i1.16452>

- Bin-Nashwan, S. A., Abdul-Jabbar, H., & Aziz, S. A. (2021). Does trust in zakat institution enhance entrepreneurs' zakat compliance? *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(5), 768–790. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2020-0282>
- Christina Dewi W, Apriana Anggreini Bangun, Ratna Susilowati, & Mughni Mutmainnah Iskandar A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 193–203. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i2.1333>
- Dea, O., Fortuna, H., & Ni, W. (2020). pengaruh kredibilitas perusahaan terhadap kepercayaan konsumen pada penggunaan aplikasi kesehatan halodoc. 6(2), 239–245. <https://doi.org/https://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/view/461>
- Elpina, A. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Di Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) Kabupaten Lima Puluh Kota* [Skripsi]. Uin Suska Riau.
- Fahrozi, A., Ghofur, R. A., & Habibi, A. (2024). *The Role Of Service Quality And Trust In Zakat Payment Decisions At Formal Institutions Peran Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat Di Lembaga Formal*. 5(2), 5805–5813. <https://doi.org/http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Frezy, P. (2023). *Karakteristik Perkembangan Masa Dewasa Awal Developmental Characteristics of Early Adulthood*. 3(1).
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris edisi 2. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Grahesti, A., Hutami, A. S., & Rohmah, J. M. (2023). Pengaruh Akuntabilitas, Kredibilitas, dan Transparansi Terhadap Minat Membayar Zakat pada Lembaga Amil Zakat di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 8. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7558>
- Hafiddianti, A. (2024). *Pengaruh Kredibilitas Dan Literasi Zakat Terhadap Keputusan Menunaikan Zakat Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating Pada Baznas Kabupaten Temanggung*. 3(2), 141–147. <https://doi.org/10.35905/rikaz.v3i2.10597>
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials of Business Research Methods*. Routledge.

- Hakimi, F., Widiastuti, T., Ubaidillah, M., & Husanaa, R. Al. (2021). *Positive Effect of Attitude , Peer Influence , and Knowledge Zakat on Zakat Compliance Behavior : Update in Covid 19*. 4(2), 1–16. <https://doi.org/10.23917/jisel.v4i2.13859>
- Harahap, A. F., Nasution, A. W., & Mahdaleni, D. (2022). Pengaruh Pelayanan , Good Corporate Governance , Metode Pembayaran Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Muzakki Membayar Zakat. *KONSEP: Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed*, 3(1), 458–468. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/907/458>
- Harianto, S., Qia, E. N., & Dani, T. F. (2020). *Determinasi perilaku muzakki dalam membayar zakat profesi*. 1(2018), 48–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.51510/bilal.v1i2.192>
- Hoffmann, A. O. I., & Broekhuizen, T. L. J. (2009). *Susceptibility to and impact of interpersonal influence in an investment context*. 488–503. <https://doi.org/10.1007/s11747-008-0128-7>
- Hussein, S. G., Osman, A. Z., & Sciences, M. (2022). *Zakāt Paying Behavior And Gender Differences : The Case Of Saudi Arabia*. 2(2), 505–533. <https://doi.org/https://doi.org/10.31436/ijema.v30i2.976>
- Johari, lalu alan kurnia. (2020). *analisis fundraising dengan teknik kemitraan dalam meningkatkan penerima zakat, infaq, sedekah (studi kasus pada laz dasi ntb)* (Vol. 21, Issue 1). <https://www.golder.com/insights/block-caving-a-viable-alternative/>
- Kemenag. (2022). *Quran Kemenag*. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/9?from=103&to=103>
- Kotler, P., & Amstrong. (2024). *Principles of Marketing*. In *Pearson*.
- Kusuma, R. W., Ban, T. G., Yan, R., & Guntur, M. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Tokopedia (Factors Affecting Purchase Decisions Through Trust As Intervening Variables In Marketplace Tokopedia). *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(2), 125–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i02.184> e-ISSN
- Miao, J., Yang, L., & Chen, M. (2025). *Internet use and social trust : empirical analysis based on*. January, 1–9. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2024.1422731>
- Muslih Adel R. (2020). *pengaruh kepercayaan, kualitas dan kredibilitas dan transparansi terhadap preferensi muzakki dalam memilih membayar zakat maal*

melalui lembaga amil zakat (analisis pada kecamatan banyuwangi).

- Naula, N., & Anwar, A. (2021). *Peningkatan Perolehan Zakat*. 04(04), 1346–1359. [https://doi.org/RATEGI KOMUNIKASI FUNDRAISING ORGANISASI PENGELOLA ZAKAT UNTUK PEN](https://doi.org/RATEGI_KOMUNIKASI_FUNDRAISING_ORGANISASI_PENGELOLA_ZAKAT_UNTUK_PEN) <https://doi.org/10.21111/jiep.v4i4.7625>
- Niat, D., Generasi, Z., Zakat, M., Pembangunan, D. E., Ekonomi, F., & Malang, U. N. (2025). *Determinants of Generation Z 's Intention to Pay Zakat Digitally Potensi dan Serapan Pengumpulan Zakat Nasional Tahun 2020-2024*. 12(3), 264–283. <https://doi.org/10.20473/vol12iss20253pp264-283>
- Nur Haliza, D., & Rahman, T. (2024). Pengaruh Kemudahan Akses, Kredibilitas, dan Transparansi Terhadap Keputusan Muslim Generasi Z dalam Membayar Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) Melalui Platform Dompethuafajatim.org. *Jurnal Kaffa*, 3(4), 2024.
- Nurfaidah Darwis. (2021). Pengaruh Tingkat Kepercayaan Muzakki Terhadap Keputusan Membayar Zakat Profesi Di Baznas (Studi Kasus Pns Kota Palopo). *Skripsi*, 22.
- Nusantari, C., Putri, A., & Nadzir, M. M. (2023). *Pengaruh Keterlibatan Merek dan Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek dengan Kepercayaan Merek sebagai Variabel Intervening*. 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jerp.v1i1.114>
- Processes, H. D. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. 211, 179–211.
- Rafi Hendarman, M. N., & Andriani, M. (2024). Pengaruh Social Media Usage, Peer Influence Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening Pada Online Marketplace. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(1), 291–304. <https://doi.org/10.35384/jamie.v2i1.543>
- Riyaldi, M. H., Dinda, M., Ridwan, & Khairil, U. (2021). *Pengaruh kompetensi amil terhadap keputusan berzakat di baitul mal kabupaten aceh selatan berbasis kepercayaan muzakki*. 139–166. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/jmd.2021.71-06>
- Rodame, N., Rini, L., & Fahrina, S. (2021). *Perilaku Masyarakat dalam Menunaikan Zakat di Masa Pandemi COVID-19*. 7(02), 771–777. [https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2370](https://doi.org/DOI:http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2370)
- Saad, R. A. J., Farouk, A. U., & Abdul Kadir, D. (2020). Business zakat compliance behavioral intention in a developing country. *Journal of Islamic Accounting and*

Business Research, 11(2), 511–530. <https://doi.org/10.1108/JIABR-03-2018-0036>

Saffanatussa'idiyah. (2025). *zakat melalui lembaga*. Baznas Kota Surabaya. <https://baznas.jogjakota.go.id/detail/index/38776/zakat-ke-lembaga-atau-langsung-mana-lebih-baik-2025-03-20>

Sofa, I. N. (2023). *Pengaruh Goal Orientation Dan Peer Influence Terhadap Academic Dishonesty Siswa Madrasah Aliyah*.

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Susilowati, F. D., Ridlwan, A. A., Fikriyah, K., & Yasin, A. (2023). *Unveiling Zakat Decision : Exploring the Role of Religiosity , Moral Reasoning , Peer Influence , and System Fairness in Shaping Institutional Trust and Customer Zakat Intentions*. 10(2), 237–246. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v10i2.25455>

Udin, S., & Zsa, izazi zsa. (2025). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kredibilitas Konsultan terhadap Kepercayaan Klien pada PT Allo Loan Indonesia*. 4(2), 5752–5757. <https://doi.org/DOI>: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1451>

Yakla, A., & Approaches, A. (2025). *The Relationship Among Csr Motives, Perceived Csr Authenticity, Corporate Credibility, And Legitimacy: An Empirical Study Abdülkadir AKTURAN 1*. 16, 207–227. <https://doi.org/10.54688/ayd.1611338>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A