

**PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP
KEPUTUSAN BERDONASI PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT
YAYASAN KESEJAHTERAAN MADANI JAWA TIMUR
DENGAN KEPERCAYAAN DONATUR SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

SKRIPSI

**Oleh:
ALMANDA FEBIAN JASMINE NUGROHO
NIM: 08010522002**



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

PERNYATAAN

Saya, Almanda Febian Jasmine Nugroho, 08010522002, 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, 29 September 2025



Almanda Febian Jasmine Nugroho
NIM. 08010522002

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 18 Desember 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Riska Agustin', with a stylized 'A' and 'G'.

Riska Agustin, S.Si, M.SM
NIP. 199308172020122024

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP KEPUTUSAN
BERDONASI PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT YAYASAN
KESEJAHTERAAN MADANI JAWA TIMUR DENGAN
KEPERCAYAAN DONATUR SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING

Oleh
ALMANDA FEBIAN JASMINE NUGROHO
NIM: 08010522002

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

Susunan Dewan Penguji:

1. Riska Agustin, S.Si., M.SM
 NIP. 199308172020122024
 (Penguji 1)
2. Lian Fuad, Lc. MA
 NIP. 198504212019031011
 (Penguji 2)
3. Dr. Hasbullah Hilmi, SAg, S.S,
 MHI
 NIP. 197411262000031001
 (Penguji 3)
4. Basar Dikuraisyin, M.H
 NIP. 198811292019031009
 (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 : ALTAMDA FEBIAN T.N
NIM : 08010522002
Fakultas/Jurusan : FEBI / MANAJEMEN ZAKAT & WAKAF
E-mail address : febianaamanda@gmail.com

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

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI

PADA LEMBAGA AMUL ZAKAT YAYASAN KESEJAHTERAAN PIDANI

JAWA TIMUR DENGAN KEPERLAYAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

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, 10 Januari 2026

Penulis

(ALTAMDA FEBIAN T.N)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Teknologi terus berkembang setiap masa karena kebutuhan manusia dalam hidup. Perkembangan teknologi perlu diimbangi dengan tenaga kerja yang memiliki kemampuan menggunakan teknologi tersebut. Dengan adanya kemudahan dan efektivitas yang disediakan oleh pembayaran secara digital sangat menggiurkan, yang menjadi faktor kunci dalam meningkatkan keputusan untuk berdonasi melalui platform ini adalah keyakinan dari para donatur. Dengan menggunakan digital payment maka dapat menyederhanakan proses berdonasi dan membangun kepercayaan. Digital payment tidak secara langsung memengaruhi keputusan berdonasi secara tunggal, melainkan melalui perannya dalam membangun kepercayaan donatur. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Digital Payment terhadap keputusan berdonasi dan kepercayaan donatur, serta menguji peran kepercayaan donatur sebagai mediator dalam hubungan keduanya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif, dimana metode ini dilakukan 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 LAZ YAKESMA Jawa Timur. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 130 responden yang ditentukan melalui teknik non-probability sampling. Peneliti menganalisis hipotesis penelitian menggunakan SEM-PLS melalui program SmartPLS versi 4.0 untuk menguji instrumen dan hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital payment berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi di LAZ YAKESMA Jawa Timur. Temuan lainnya mengungkap bahwa kepercayaan donatur tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi. Selain itu, kepercayaan donatur belum bisa memediasi hubungan antara digital payment dan keputusan berdonasi, sehingga peran digital payment dalam mendorong donasi menjadi lebih efektif ketika didukung oleh faktor-faktor lain seperti kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, transparansi pengelolaan dana, serta intensitas literasi digital dan sosial dari lembaga pengelola donasi.

Peneliti menyarankan LAZ YAKESMA Jawa Timur untuk meningkatkan Strategi Kepercayaan Donatur Meskipun kepercayaan donatur tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi, tetap perlu menjaga dan meningkatkan kepercayaan donatur melalui transparansi pengelolaan dana, pelaporan kegiatan secara rutin, serta komunikasi yang konsisten. Hal ini penting untuk menjaga loyalitas donatur dalam jangka panjang. Kualitas program telemarketing, terutama pada aspek komunikasi interpersonal, seperti keramahan, empati, dan kemampuan membangun kedekatan.

Kata Kunci : Digital Payment, Kepercayaan Donatur, Keputusan Berdonasi.

ABSTRACT

Technology continues to evolve due to human needs. Technological developments need to be balanced with a workforce skilled in using them. The convenience and effectiveness offered by digital payments are highly attractive. A key factor in increasing the decision to donate through these platforms is donor confidence. Using digital payments simplifies the donation process and builds trust. Digital payments do not directly influence donation decisions, but rather through their role in building donor trust. This study aims to analyze the influence of digital payments on donation decisions and donor trust, and to examine the role of donor trust as a mediator in the relationship.

The method used in this study is quantitative, which analyzes data and tests samples to test the relationship between variables in the research hypothesis. This study employed a survey technique through questionnaire distribution. This study used a five-point Likert scale to measure respondents' responses. The research object was LAZ YAKESMA, East Java. The sample in this study consisted of 130 respondents, determined using a non-probability sampling technique. Researchers analyzed the research hypotheses using SEM-PLS through the SmartPLS program version 4.0 to test the instruments and hypotheses.

The results showed that digital payments significantly influenced donation decisions at LAZ YAKESMA, East Java. Other findings revealed that donor trust did not significantly influence donation decisions. Furthermore, donor trust did not mediate the relationship between digital payments and donation decisions. Therefore, the role of digital payments in encouraging donations becomes more effective when supported by other factors such as ease of use, perceived benefits, transparency of fund management, and the intensity of digital and social literacy of the donation management institution.

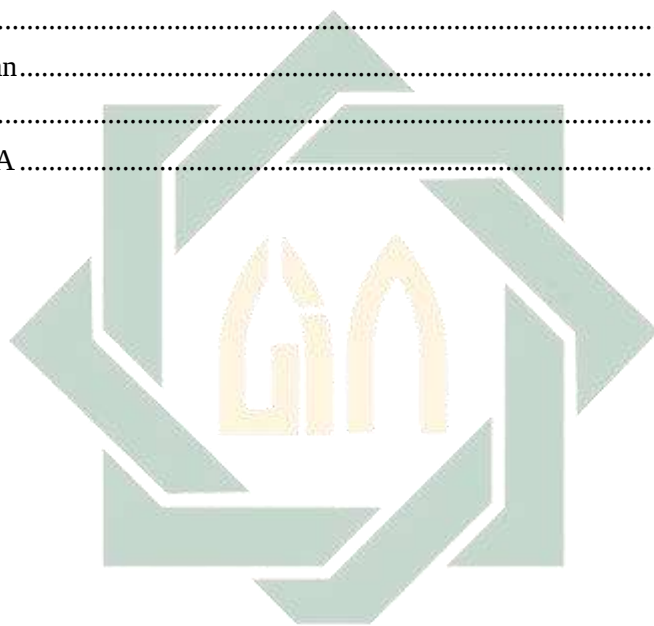
Researchers recommend that LAZ YAKESMA, East Java, improve its Donor Trust Strategy. Although donor trust did not significantly influence donation decisions, it is still necessary to maintain and enhance donor trust through transparent fund management, regular activity reporting, and consistent communication. This is crucial for maintaining long-term donor loyalty. The quality of the telemarketing program, particularly in interpersonal communication aspects such as friendliness, empathy, and the ability to build closeness.

Keywords: Digital Payment, Donor Trust, Donation Decision.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	10
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	1
BAB II	3
2.1 Landasan Teori	3
2.1.1 Theory Planned Behavior (TPB).....	3
2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)	4
2.1.3 Kepercayaan Donatur	6
2.1.4 Kemudahan Digital Payment.....	8
2.1.5 Keputusan berdonasi.....	1
2.2 Penelitian Terdahulu.....	4
2.3 Kerangka Konseptual.....	5
2.4 Hipotesis Penelitian	5
BAB III METODE PENELITIAN	12
3.1 Jenis Penelitian	12
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	12
3.3 Populasi dan Sampel.....	3
3.3.2 Sampel.....	4
3.4 Variabel Penelitian.....	5
3.4.1 Variabel Bebas (Independent Variable)	5
3.4.2 Variabel Terikat (Dependent Variable)	6
3.4.3 Variabel Mediasi (Intervening Variable).....	6
3.5 Definisi Operasional	6
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	8
3.6.2 Data Sekunder.....	10
3.7 Teknik Analisis Data.....	10
3.7.1 Structural Equation Modeling (SEM).....	1
3.7.2 Partial Least Square (PLS).....	1
3.7.4 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	3
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	6
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	6
4.1.2 Visi dan Misi YAKESMA.....	6
4.1.3 Filosofi Logo	7
4.1.4 Struktur Organisasi YAKESMA Jawa Timur.....	8
4.1.5 Program Lembaga.....	9
4.1.6 Aktifitas Penghimpunan & Jumlah Donatur.....	3

4.2	Hasil dan Penelitian	4
4.2.2	Hasil Jawaban Responden	6
4.3	Evaluasi Model	10
4.3.1	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	2
4.3.2	Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	9
4.4	Pembahasan	6
4.4.1	Analisis Pengaruh Digital Payment Terhadap Keputusan Berdonasi	7
4.4.2	Analisis Pengaruh Digital Payment Terhadap Kepercayaan Donatur	1
4.4.3	Analisis Pengaruh Kepercayaan donatur terhadap keputusan berdonasi	3
4.4.4	Analisis Pengaruh Digital payment terhadap keputusan berdonasi melalui kepercayaan donatur sebagai variabel mediasi	5
BAB V PENUTUP		7
5.1	Kesimpulan	7
5.2	Saran	7
DAFTAR PUSTAKA		9



UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kegunaan TAM.....	14
Table 2.2 Penelitian terdahulu	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel... ..	46
Tabel 3. 2 Skala Likert... ..	49
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	64
Tabel 4. 2 Usia Responden.	65
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden Variabel X	67
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Y	68
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Z.....	69
Tabel 4. 6 Outer Loading Tahap 1.....	73
Tabel 4. 7 Outer Loading Tahap 2.....	74
Tabel 4. 8 Uji Validitas Diskriminan.....	76
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas	78
Tabel 4. 10 Uji Koefisien.....	79
Tabel 4. 11 Uji Q Square	80
Tabel 4. 12 Uji F Square.....	81
Tabel 4. 13 Uji Hipotesis.....	82
Tabel 4. 14 Uji Mediasi	85

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Hasil Survey Juli 2024	3
Gambar 2. 1 Komponen TPB	12
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	34
Gambar 3. 1 Donatur LAZ YAKESMA JATIM.....	43
Gambar 4. 1 Logo LAZ YAKESMA	56
Gambar 4. 2 Warna Identitas LAZ YAKESMA	56
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi LAZ	57
Gambar 4. 4 Penyerahan Bantuan Hewan Kurban	58
Gambar 4. 5 Sosialisasi Bencana kepada Siswa.....	59
Gambar 4. 6 Proses Pembuatan Sedekah Jum'at	59
Gambar 4. 7 Suasana Kajian IKADI	60
Gambar 4. 8 Penyaluran Bantuan Guru	60
Gambar 4. 9 Suasana Kajian Ahad Pagi	61
Gambar 4. 10 YAKESMA Berkisah	61
Gambar 4. 11 Suasana Kajian Parenting	62
Gambar 4. 12 Update Hasil Donasi 2025	63
Gambar 4. 13 Sebar Kuesioner Followers Instagram YAKESMA JATIM...	65
Gambar 4. 14 Evaluasi Model Keseluruhan	70
Gambar 4. 15 Evaluasi Model Setelah Eliminasi Pernyataan	70
Gambar 4. 16 Outer Model Keseluruhan	71
Gambar 4. 17 Outer Model setelah Eliminasi Pernyataan	71
Gambar 4. 18 Uji Hipotesis	81

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Sakti. (2023). Meningkatkan Pembelajaran Melalui Teknologi Digital. *Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik*, 2(2), 212–219. <https://doi.org/10.55606/juprit.v2i2.2025>
- Abdullah, N., Redzuan, F., & Aziah Daud, N. (2020). E-Wallet: Factors Influencing User Acceptance Towards Cashless Society In Malaysia Among Public Universities. *Indonesian Journal Of Electrical Engineering And Computer Science*, 20(1), 67. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74>
- Aini, N., & Paksi, G. (2024). Determinan Keputusan Generasi Z Dalam Melakukan Pembayaran Zis Melalui Digital Platform. *Islamic Economics And Finance In Focus*, 3(4), 708–727. <https://doi.org/10.21776/ieff.2024.03.04.04>
- Ambarwati, D., Wibowo, U. B., Arsyiadanti, H., & Susanti, S. (2021). Studi Literatur: Peran Inovasi Pendidikan Pada Pembelajaran Berbasis Teknologi Digital. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*, 8(2). <https://doi.org/10.21831/jitp.v8i2.43560>
- Ananda, R. T., Purnamasari, F., & Devi, Y. (2025). Pengaruh Company Reputation, E-Social Influence Dan E-Trust Terhadap Keputusan Berdonasi Di Aplikasi Dompot Dhuafa. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(2), 2246–2260. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i2.1590>
- Anggraeni, O. F., Halim, M., & Zulkarnaeni, A. S. (2022). Pengaruh E-Commerce, Digital Payment Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha: (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2018 Universitas Muhammadiyah Jember). *National Multidisciplinary Sciences*, 1(5), 718–734. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i5.226>
- Aristiana, M., Waluyo, B., & Muchtasib, A. B. (2019). Factors That Influence People Interest In Using A Digital Platform As A Zis Payment (Case Study Go-Pay). *International Conference Of Zakat*.
- Djpb, R. (2022, March 14). *Digital Payment (Digipay)*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/padang/id/data-publikasi/artikel/3047-digipay.html>
- Faradilah, V., Arifah, U., & Lestari, N. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding Yayasan Hubbul

- Wathon Kebumen. *Journal Of Management, Economics, And Entrepreneur*, 1(2), 106–129.
- Gunawan, I., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Wr. Gado-Gado Maya. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 1–17. <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1.114>
- Hair, J. F., Page, M., & Brunsveld, N. (2020). *Essentials Of Business Research Methods* (Fourth Edition). Routledge, Taylor & Francis Group.
- Hakim, A. N., & Yulia, L. (2024). Dampak Teknologi Digital Terhadap Pendidikan Saat Ini. *Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 3.
- Hartono, T. (2024, April 2). Donasi Digital Dengan Dukungan Teknologi Payment Gateway. *Winpay*. <https://www.winpay.id/donasi-digital-dengan-dukungan-teknologi-payment-gateway/>
- Hasna, S., & Irwansyah. (2019). Pengaruh Inovasi Crowdfunding Terhadap Keputusan Berdonasi. *Digital Zone: Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 10(2), 144–156. <https://doi.org/10.31849/digitalzone.v10i2.2719>
- Heriyana, H. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Dan Keamanan terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Stie Rahmaniyyah Sekayu): -. *Ekonomia*, 10(1), 33–39. <https://doi.org/10.54342/itbis-e.v10i1.89>
- Husna, A., Mutalib, A. A., & R, A. R. (2025). Analisis Strategi Pengelolaan Keuangan Masjid Dalam Meningkatkan Kepercayaan Donatur Masjid Al-Markaz Al-Ma'arif Kab. Bone. *Journal Scientific Of Mandalika (Jsm) E-Issn 2745-5955 | P-Issn 2809-0543*, 6(9), 3718–3725. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol6iss9pp3718-3725>
- Irawati. (2025, June 19). Transaksi Digital Tumbuh Pesat, Qris Loncat 151,70 Persen Pada Mei 2025. *Infobanknews*. <https://infobanknews.com/transaksi-digital-tumbuh-pesat-qris-loncat-15170-persen-pada-mei-2025/>
- Ivana, M. J., Herawati, N., & Lukitowati, S. (2023). Pengaruh Influencer Leonardo Edwin Terhadap Keputusan Berdonasi Generasi Z Di Platform Kitabisa. *Calathu: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 144–155. <https://doi.org/10.37715/calathu.v5i2.4017>

- Jabar, D. D. (2025, March 4). Peran Teknologi Digital Dalam Mendorong Filantropi Modern Dan Donasi Online. *Dompot Dhuafa Jabar*. <https://Ddjabar.Org/2025/03/04/Peran-Teknologi-Digital-Dalam-Mendorong-Filantropi-Modern-Dan-Donasi-Online/>
- Jumawan, J., Susanto, E., Sefita, A., Maharani, P. A., Maharani, S., Febianti, V., Naufaly, M. S., & Riyanto, R. (2024). Implementasi Pemanfaatan Digital Payment (E-Wallet) Pada Kalangan Generasi Z. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2932–2938. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i6.2973>
- Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). Pengaruh Brand Awareness Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat Dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 284–293. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.761>
- Khamil, A., Sanosra, A., & Cahyono, D. (2024). Pengaruh Citra Lembaga Amal Dan Influencer Terhadap Keputusan Donatur Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 14(1). <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v14i1.23145>
- Kurniawan, Z. (2025). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Merangin Melalui E Commerce Sebagai Variabel Intervening. *J-Ceki : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(4), 1061–1078. <https://doi.org/10.56799/jceki.v4i4.9541>
- Marhusin, M., & Taharuddin, T. (2023a). Pengaruh Social Marketing Terhadap Keputusan Berdonasi Yang Di Mediasi Oleh Kepercayaan Donatur Pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 12(3), 79. <https://doi.org/10.20527/jbp.v12i3.17988>
- Marhusin, M., & Taharuddin, T. (2023b). Pengaruh Social Marketing Terhadap Keputusan Berdonasi Yang Di Mediasi Oleh Kepercayaan Donatur Pada Badan Amil Zakat Nasional Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 12(3), 79. <https://doi.org/10.20527/jbp.v12i3.17988>
- Maryunia, S., Sucipto, H., & Yulianto, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Digital Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas Kabupaten Tegal Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Journal.Iaingorontalo.Ac.Id*, 20. <https://doi.org/10.30603/ab.v20i1.5173>
- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital. *Jiagabi (Jurnal Ilmu Adminitrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2).

- Najir, A., Huda, N., Bushairi, S. A. A., Prihatiningrum, R. Y., & Marhusin. (2025). Pengaruh Tingkat Kepedulian Sosial, Kepercayaan Donatur, Literasi Zakat, Kualitas Pelayanan Dan Akuntabilitas Terhadap Keputusan Berdonasi Di Upz Bakti Bersama Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 14(1), 50–59. <https://doi.org/10.20527/jbp.14141i1.68>
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment Dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Wilayah Dki Jakarta. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v1i1.3011>
- Nur, M., & Ridha, M. A. (2024). Memahami Pengalaman Penggunaan Qris Dalam Proses Donasi Di Mesjid Baitul Hikmah Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. *Islamic Education*, 3(2), 234–245.
- (Pdf) Faktor Yang Memengaruhi Minat Muzaki Dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.Com: Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior. (2025). *Researchgate*. <https://doi.org/10.29244/jam.9.1.21-44>
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 196–215. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.554>
- Putri, T. M., & Herman, S. (2022). *Pengaruh Model Penerimaan Teknologi Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Niat Transaksi Zakat, Infak, Dan Sedekah (Zis) Berbasis Digital (Studi Kasus Jabodetabek)*. 1. <https://doi.org/10.59342/istimrar.v1i2.149>
- Qur'an Kemenag*. (2022). <https://Quran.Kemenag.Go.Id/Quran/Per-Ayat/Surah/3?From=92&To=200>
- Rahmaturrizqi, R., Nisa, C., & Nuqul, F. L. (2012). Gender Dan Perilaku Memilih: Sebuah Kajian Psikologi Politik. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 3(1), 49–57. <https://doi.org/10.26740/jptt.v3n1.p49-57>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Perilaku Organisasi Organizational Behavior -16/E*. Salemba Empat. <https://Openlibrary.Telkomuniversity.Ac.Id/Home/Catalog/Id/103614/Slug/Perilaku-Organisasi-Organizational-Behavior-16-E-.Html>
- Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, Dan Efektifitas Penyaluran Menggunakan Fintech

Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqoh. *Ekonomi Islam Uika Bogor*.

- Rukmana, C., Reinita, L., Toyiba, N., Hidayat, F., & Panorama, M. (2023a). 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>
- Rukmana, C., Reinita, L., Toyiba, N., Hidayat, F., & Panorama, M. (2023b). 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>
- Safika, S., & Mardikaningsih, R. (2025). Pengaruh Kepercayaan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Sedekah Online. *Currency (Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah)*, 3(2), 442–467. <https://doi.org/10.32806/ccy.v3i2.641>
- Siagian, S. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. <https://publisher.yayasandpi.or.id/index.php/dpipress/article/view/1603/620>
- Siantara, D. P., Harahap, M., & Hasibuan, A. Y. P. (2022). Consumer Satisfaction Analysis Of Product Quality And Service At Afifa Holat Restaurant In Rantau Prapat City. *Economic: Journal Economic And Business*, 1(1), 20–26. <https://doi.org/10.56495/ejeb.v1i1.230>
- Sugiyono, D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (2023rd Ed., Vol. 444). Alfabeta, Cv I Hotline: 081.1213.9484. Telp. (022) 200 8822 Fax. (022) 2020 373 Website: [Www.Cvalfabeta.Com](http://www.cvalfabeta.com) Email: Alfabetabdg@Yahoo.Co.Id. File:///C:/Users/Hp/Appdata/Local/Microsoft/Windows/Inetcache/Ie/Exd0qhku/1._Metode_Penelitian_Sugiyono_2023[1].Pdf
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi Dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Ihsan : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Tambunan, J. (2021). Memaksimalkan Potensi Zakat Melalui Peningkatan Akuntabilitas Lembaga Pengelola Zakat. *Islamic Circle*, 2(1), 118–131. <https://doi.org/10.56874/islamiccircle.v2i1.498>
- Taufiqurohman, K., & Fadilla, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan E-Trust Terhadap Keputusan Berdonasi Digital Generasi

Z Pada Aplikasi Kitabisa. *Da'watuna: Journal Of Communication And Islamic Broadcasting*, 2(3), 290–299.
<https://doi.org/10.47467/dawatuna.v2i3.2094>

Waruwu, M., Pu'At, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan Dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932.
<https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif : Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102.
<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

Zahara, H. S., Zahra, M., Prawita, A., Syahidah, S. Z., & Nurhasanah, E. (2023). *Akuntabilitas Dan Transparansi Lembaga Pengelola Zakat Melalui Zakat Core Principle Dan Psak 109. 6*. <https://doi.org/10.52266jesa.v6i1>

Zahra, S. N., Astuti, Y., & Hidayatulloh, D. S. (2023). Pengaruh Digital Payment Qris Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telkom (Studi Kasus Pada Pujasera Tel-U). *Cakrawala Repositori Imwi*, 6(4), 1117–1132.
<https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i4.330>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A