



Pengaruh Digital Payment, Religiositas, dan Literasi Zakat terhadap Keputusan Membayar Zakat dengan Kualitas Layanan sebagai Intervening

Slamet Budi Hariyanto ^{1*}, Agus Eko Sujianto ², Binti Nur Asiyah ³

¹⁻³ Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia

Korespondensi Penulis : slamet.budi.hariyanto@gmail.com*

Abstract: This research is based on the fact that digital zakat payments are increasingly popular with the wider community. This is evidenced by the increasing number of digital zakat payments from year to year, so that digital zakat payments contribute to increasing zakat payments. This study uses a quantitative approach. The type of data used is primary data using questionnaires. In this study, the sample used was a total of 98 muzakki at the Amil Zakat Institute in Tulungagung Regency, but for reasons of suitability for filling out a complete questionnaire filled out a questionnaire of 80 respondents, so in this study the sample was taken by 80 respondents. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis using SPSS. The results of his research show that there is a significant influence between digital payments on people's decisions in paying zakat at the Amil Zakat Institution of Tulungagung Regency; There is a significant influence between religiosity on people's decisions in paying zakat at the Amil Zakat Institution of Tulungagung Regency; There is a significant influence between zakat literacy on people's decisions to pay zakat at the Amil Zakat Institution of Tulungagung Regency; service quality can mediate between digital payments and community decisions; the quality of service can mediate between religiosity and community decisions; service quality cannot mediate between zakat literacy and community decisions; The quality of services of the Amil Zakat Institute in Tulungagung Regency affects the community's decision to pay zakat at the Amil Zakat Institute of Tulungagung Regency.

Keywords: Digital Payment, Religiosity, Zakat Literacy, Community Decisions, Service Quality

Abstrak: Penelitian ini dilatar belakangi oleh pembayaran zakat digital semakin disenangi oleh masyarakat luas. Ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya pembayaran zakat digital dari tahun ke tahun, sehingga pembayaran zakat digital berkontribusi dalam meningkatkan pembayaran zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang dipakai adalah data primer menggunakan angket. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah sejumlah 98 muzakki di Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung, namun karena alasan kesesuaian pengisian angket yang lengkap mengisi angket sejumlah 80 responden, sehingga dalam penelitian ini sampel yang diambil 80 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *digital payment* terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung; Terdapat pengaruh yang signifikan antara religiositas terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung; Terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi zakat terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung; kualitas pelayanan dapat memediasi antara digital payment terhadap keputusan masyarakat; kualitas pelayanan dapat memediasi antara religiositas terhadap keputusan masyarakat; kualitas pelayanan tidak dapat memediasi antara literasi zakat terhadap keputusan masyarakat; Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung.

Kata kunci: Digital Payment, Religiositas, Literasi Zakat, Keputusan Masyarakat, Kualitas Layanan

1. PENDAHULUAN

Di negara Indonesia, terdapat beberapa lembaga yang mengumpulkan, mengelola dan mendistribusikan zakat. Lembaga tersebut yang saat ini beroperasi di Kabupaten Tulungagung antara lain adalah Laziz NU, Laziz MU, Laziz Yatim Mandiri, LAZ Persada, dan terdapat sebuah lembaga kepengurusan yang berwenang dalam mengurus dana zakat

secara nasional yang dibentuk oleh Pemerintah Republik Indonesia yaitu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Salah satu tujuan terbentuknya lembaga BAZNAS yaitu menghimpun dan mendistribusikan dana zakat, infak, dan sedekah yang mana akan diolah atau disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan berdasarkan data yang telah diperoleh (Ichwan 2020). Seiring dengan perkembangan kemajuan teknologi, masyarakat juga semakin berkembang. Kehadiran internet memberikan manfaat bagi pengguna agar lebih efektif dan efisien dalam beraktivitas.

Kabupaten Tulungagung adalah salah satu kabupaten di Jawa Timur yang masyarakatnya dikenal cukup agamis. Hal ini dilihat dari banyaknya aktivitas keagamaan, sarana pendidikan agama, lembaga pendidikan sosial kemasyarakatan, dan kelembagaan lainnya. Penduduk yang mayoritas agamanya Islam dan mata pencahariannya beragam seperti halnya PNS, pengusaha, pedagang, buruh, petani dan lain sebagainya.

Pengumpulan dana zakat, infak, dan sedekah di BAZNAS Kabupaten Tulungagung mengalami peningkatan diakhir tahun 2021 dan 2022. Pada tahun 2018-2020 jumlah dana zakat infak dan sedekah yang berhasil dihimpun cenderung sama yakni hanya sebesar 2,1 milyar. Pada tahun 2021, terjadi peningkatan sehingga terkumpul dana sebesar 2,2 milyar. Kemudian meningkat lagi di tahun 2022 dengan total penghimpunan sebesar 2,3 milyar (Laporan Keuangan Baznas Tulungagung, 2023). Potensi keseluruhan zakat di Tulungagung mencapai 15 miliar per tahun, tetapi pada tahun 2021, hanya terkumpul sebesar 5 miliar dari zakat fitrah dan 2,2 miliar dari zakat profesi. BAZNAS Kabupaten Tulungagung telah menyalurkan bantuan modal usaha kepada 355 individu sejak tahun 2022, dengan total bantuan mencapai Rp 532.500.000. Pada tahun 2024 saja, BAZNAS telah menyalurkan bantuan kepada 122 orang dengan total bantuan sebesar Rp 232.500.000. Pemerintah masih berupaya untuk meningkatkan potensi zakat tersebut agar upaya pemberdayaan masyarakat miskin dapat semakin dimaksimalkan. Dengan adanya pembayaran zakat melalui lembaga pengelola zakat yang resmi, diharapkan pendistribusian dana zakat dapat merata dan mengurangi angka kemiskinan, khususnya di Kabupaten Tulungagung (Nafiah, Supriyadi, and Rafikasari 2023).

Perkembangan teknologi digital saat ini mengakomodir berbagai bidang kehidupan. Seperti transportasi, ecommerce, keuangan, pariwisata dan aktivitas lainnya yang memungkinkan akses digital (Gumilang 2020). Berbagai kemudahan dari perkembangan teknologi dapat kitarasakan dan memberikan pengaruh baik bagi masyarakat terutama bidang ekonomi. Salah satu akses yang dapat kita gunakan yaitu Online Payment System (OPS) atau *Digital Payment*, hampir semua fitur disediakan *Digital Payment* termasuk juga

dalam pembayaran zakat, hal ini dapat meningkatkan minat masyarakat dalam membayar zakat karena eksistensinya pembayaran non tunai ini dianggap sangat memudahkan berbagai pihak dan tentunya dengan tidak mengacuhkan aturan-aturan dan syarat-syarat Islam (Anurahman and Putri 2022).

Data muzakki yang membayar melalui yang *Digital Payment* di Kabupaten Tulungagung berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Abdul Wachid pada tahun 2024 terkumpul BAZNAS Tulungagung berhasil menghimpun zakat fitrah dan fidyah sebesar Rp. 775.940.000,- selama Ramadhan 1445 H. Angka ini meningkat dari Ramadhan tahun 2023 yang sebesar Rp. 593.792.400,-, jika di prosentasi sebesar 27,3%. Adanya peningkatan perolehan zakat fitrah tahun ini bisa saja salah satunya ada perubahan strategi. Dimana tahun ini, setelah dibentuknya kantor digital jadi mempermudah pelayanan pembayaran zakat.

Dalam perspektif ekonomi Islam perlu diketahui bahwa prinsip-prinsip syariah dalam ekonomi telah banyak digunakan dalam sistem keuangan syariah. Dalam konteks teknologi digital dalam zakat masih tergolong penelitian yang belum banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Untuk itu perlu melihat perkembangan informasi dan teknologi terutama teknologi payment digital dalam Lembaga Keuangan Syariah non komersial yang saat ini sedang berkembang pesat. Bukan hanya itu, teknologi digital pada lembaga zakat menjadi suatu kajian menarik ketika didalamnya terdapat berbagai tema terkait berbagai persoalan dan tantangan pengelolaan zakat oleh BAZNAS (Utami. P. et al. 2018).

Diketahui bahwa pembayaran zakat digital semakin disenangi oleh masyarakat luas. Ini dibuktikan dengan semakin meningkatnya pembayaran zakat digital dari tahun ke tahun, sehingga pembayaran zakat digital berkontribusi dalam meningkatkan pembayaran zakat. Pendistribusian zakat yang dilakukan oleh BAZNAS dikelompokkan menjadi beberapa program kegiatan yang produktif yaitu: 1) kegiatan ekonomi, 2) beasiswa, 3) kesehatan, 4) puskas, 5) layanan aktif, 6) bencana, 7) cendikia, dan 8) muallaf. Untuk kegiatan produktif yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi umat (Sisdianto, Fitri, and Isnaini 2021).

Berdasarkan penjelasan di atas diketahui bahwa pembayaran zakat digital dari tahun 2020 sampai tahun 2023 mengalami kenaikan. Kenaikan pembayaran zakat digital ini memberikan dampak kepada kenaikan zakat secara keseluruhan. Sehingga dampak dari kenaikan pembayaran zakat digital akan berpengaruh terhadap ekonomi islam. Karena kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh BAZNAS Tulungagung selaku badan amil dalam menyalurkan zakat banyak disalurkan dalam bentuk zakat produktif, seperti pembinaan UMKM, pemberian modal, pendampingan, pemberian beasiswa, mendirikan sekolah, mendirikan rumah sehat. Dalam jangka panjang program-program tersebut akan dirasakan

oleh masyarakat terutama dari sektor ekonomi. Harapan zakat dapat mengurangi angka kemiskinan bisa terjadi jika masyarakat muslim mau membayar kewajiban zakatnya. Lembaga Amil Zakat juga harus berinovasi dan selalu mengikuti perkembangan teknologi untuk memudahkan masyarakat dalam membayar zakat.

Selain itu kita juga perlu mengetahui hukum pembayaran zakat melalui digital. Salah satu dasar yang menjadi acuan dari lembaga amil zakat dalam memberikan layanan pembayaran digital zakat dan transfer rekening adalah Firman Allah SWT di dalam al-Qur'an Surah At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ - ١٠٣

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

Ayat di atas menjelaskan bahwa zakat itu diambil dari orang-orang yang berkewajiban berzakat (muzakki) untuk kemudian diberikan kepada mereka yang berhak menerimanya (mustahik). Petugas yang melakukan pengumpulan dan pengelolaan itu adalah para amil zakat. Yang mana menurut Imam Qurthubi, amil adalah orang-orang yang ditugaskan (diutusoleh imam/pemerintah) untuk mengambil, menuliskan, menghitung, dan mencatat zakat yang diambil dari para muzakki untuk kemudian diberikan kepada yang berhak menerimanya.

Seorang muzakki haruslah orang yang memiliki harta mencapai nishab atau memenuhi kriteria sebagai seorang wajib zakat. Sedangkan harta zakat adalah harta yang diperbolehkan sebagai zakat. Sementara penerimanya haruslah orang yang benar-benar berhak menerima zakat (mustahik). Adapun unsur penting lainnya, meskipun tidak harus, dalam penyerahan zakat yaitu pernyataan zakat dan doa mustahik. Seorang muzakki tidak harus menyatakan secara eksplisit kepada mustahik bahwa dana yang ia berikan adalah zakat. Oleh karena itu, apabila seorang muzakki (pemberi zakat) tanpa menyatakan kepada penerima manfaat bahwa uang yang ia serahkan adalah zakat, maka hukumnya tetap sah. Jadi, seseorang bisa menyerahkan zakatnya secara digital kepada lembaga amil zakat.

Bersamaan dengan itu, idealnya seseorang yang menyalurkan dana zakat melalui digital atau transfer ke lembaga amil zakat disertai dengan konfirmasi secara tertulis. Konfirmasi tertulis itu merupakan salah satu bentuk pernyataan zakat. Selain itu, konfirmasi atau transfer ke rekening khusus zakat akan memudahkan amil dalam mendistribusikan harta zakat kepada orang-orang yang berhak. Membayar zakat fitrah pun bisa dilakukan

secara digital atau transfer dan dalam bentuk uang. Supaya amanah, menyalurkan zakat dapat dilakukan via lembaga amil zakat nasional.

Penggunaan teknologi digital dalam transaksi pembayaran zakat jelas memiliki tujuan syariat Allah SWT.(Sofiyawati and Halimah 2022) Artinya, ada kemaslahatan sehingga dapat diterima penggunaannya selama dengan syarat tidak terdapat kemudharatan atas penggunaan digital tersebut. Digital hanyalah alat pembayaran, karenanya tidak adanya ketentuan hukum yang mengharuskan penggantian zakat oleh Lembaga Amil Zakat yang diberikan muzakki melalui digital apabila terjadi penurunan tingkat kesejahteraan mustahik.(Nabilah and Galuh 2023) Mustahik juga tidak terikat hukum, apabila setelah menerima zakat produktif, ternyata kesejahteraanya tidak meningkat.

Adanya layanan zakat digital atau online di kabupaten Tulungagung mempermudah muzakki dalam menunaikan zakat. Bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Tingkat kepercayaan masyarakat akan bayar zakat fitrah ke Baznas sangat tinggi, ditunjukkan dengan adanya peningkatan perolehan zakat fitrah di tahun ini. Walaupun saat ini masih ada masyarakat yang membayar zakat fitrahnya ke lembaga-lembaga tertentu.

Teknologi digital yang digunakan BAZNAS untuk memperoleh zakat dari muzakki sesuai untuk kepentingan dari tujuan zakat. Akan tetapi apabila dalam penggunaan teknologi digital ternyata terdapat syarat-syarat yang membebankan muzakki ataupun mustahik, maka hukum transaksinya bisa menjadi fasid (tidak sah).(Lubis 2023) Berbagai kemudahan dari perkembangan teknologi dirasamemberikan pengaruh baik bagi masyarakat terutama bidang ekonomi. Salah satu akses yang dapat digunakan yaitu *Digital Payment* atau zakat online dalam pembayaran zakat sudah dikenalkan oleh BAZNAS Tulungagung, hal ini dapat meningkatkan minat masyarakat dalam membayar zakat karena eksistensinya pembayaran non tunai ini dianggap sangat memudahkan berbagai pihak dan tentunya dengan tidak mengacuhkan aturan-aturan dan syarat-syarat Islam.

Dikeluarkannya sertifikasi halal oleh MUI terhadap transaksi pembayaran zakat menggunakan digital, tidak dapat menjamin secara keseluruhan bahwa transaksi tersebut aman, terpercaya dan syari'. Masyarakat telah mengetahui mengenai kewajiban mengeluarkan zakat, tetapi masih banyak juga masyarakat yang belum mengetahui dan memahaminya. Hal tersebut dapat dilihat dari sedikitnya masyarakat yang mengeluarkan zakatnya dan menyalurkannya lewat lembaga yang resmi. Bisa jadi itu yang menyebabkan dana zakat tidak tersalurkan secara maksimal karena belum tentu yang menerima zakatnya itu termasuk golongan 8 asnaf.

Upaya pemerintah untuk meningkatkan potensi zakat yaitu dengan membentuk undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, yang mengatur tentang pelaksanaan pengelolaan zakat, mulai dari perencanaan hingga tahap penyaluran. Menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat dalam pasal 3 disebutkan bahwa pengelolaan zakat bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan dalam mengelola zakat, baik pengambilan maupun pendistribusiannya dengan terarah yang dapat meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan para mustahik. (Ikhwannusofa and Ichsan 2024) Ini artinya bahwa pemerintah telah memfasilitasi terciptanya pengelolaan zakat yang dapat memberikan aspek ekonomi, syari'ah dan bertanggung jawab bagi pengelola dan wajib zakat serta pihak yang menerimanya.

Religiositas merupakan keyakinan yang dimiliki oleh para muzakki bahwa muzakki percaya terhadap Tuhan dan telah memerintahkan kepada umat-Nya untuk mengeluarkan zakatnya jika telah memenuhi haul dan nisabnya, dimana muzakki akan merasa berdosa bilamana tidak menjalankan kewajiban menunaikan zakatnya. Agama dipercaya dapat mengontrol perilaku individu dari sikap yang tidak etis. Seseorang yang memiliki sikap religiositas yang tinggi cenderung berperilaku etis dan menghindari perilaku mengurangi perhitungan mengenai haul dan nisab zakat. Keyakinan agama yang kuat diharapkan mencegah perilaku ilegal melalui perasaan bersalah terutama dalam hal penghindaran untuk menunaikan membayar zakat. (Syam et al. 2024). Religiositas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan seseorang untuk membayarkan zakat (Syafitri et al. 2021).

Literasi zakat merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam pembangunan zakat nasional. Tinggi rendahnya literasi zakat sangat mempengaruhi kualitas pengelolaan zakat itu sendiri, baik pada sisi penghimpunan maupun pada sisi penyaluran. Pada sisi penghimpunan, literasi zakat yang baik akan mendorong muzakki untuk senantiasa menunaikan zakat melalui lembaga resmi seperti BAZNAS. (Intan Suri Mahardika Pertiwi 2020) Muzakki akan termotivasi untuk mengikuti contoh di zaman Nabi dimana zakat selalu ditunaikan melalui amil resmi. Sebaliknya, literasi zakat yang rendah akan mendorong perilaku muzakki untuk lebih mengutamakan membayar zakat langsung kepada mustahik. Pengecualian apabila di satu wilayah, belum ada institusi amil resmi yang beroperasi dengan program zakat yang jelas.

Tanpa ada literasi zakat, masyarakat akan minim pengetahuan tentang zakat. Bisa saja masyarakat akan mengabaikan tentang zakat, apabila pengetahuan tentang zakat minim. Jika hal ini terjadi secara terus menerus bisa dipastikan masyarakat akan mengalami miskin

rohani. Dan tentu saja ibadah mereka tidak sempuna. Apalagi harta zakat yang wajib dikeluarkan bukanlah hak pemilik harta, melainkan hak delapan asnaf yang sudah ditentukan dalam Al-Quran dan Hadits. Pendapatan dalam kaidah Islam menjadi salah satu faktor penentu kewajiban seseorang untuk menunaikan zakat. Ketika pendapatan seseorang telah mencapai nisab, maka mereka berkewajiban untuk memenuhi kewajibannya sebagai seorang muslim. Ketika seseorang membayarkan zakatnya, tentunya mereka sangat mempertimbangkan apakah harta yang dizakatkan telah benar-benar disalurkan kepada mustahik sebagaimana mestinya. Kepercayaan merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan dasar bagi muzaki dalam memutuskan untuk membayar zakat secara online.

Sebagaimana menurut Sofiyawati and Halimah (2022) bahwa keputusan muzakki untuk menggunakan pembayaran digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Penelitian yang dilakukan oleh Lubis dalam penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh literasi zakat terhadap keputusan muzakki. (Lubis 2023) Demikian pula dengan penelitian Niken Febiana et al., bahwa variabel literasi zakat berpengaruh terhadap keputusan menyalurkan zakat. (Febiana, Tandjung, and Hakiem 2021)

Keputusan untuk menyalurkan zakat ke lembaga terkait bisa dipengaruhi oleh kepercayaan masyarakat terhadap lembaga yang mengumpulkan zakat. Artinya, keyakinan seseorang terhadap kualitas tertentu disebut kepercayaan. Seiring berjalannya waktu, kepercayaan terus bertumbuh. agar seseorang bisa sepenuhnya percaya.

2. METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*)” (Sujianto 2009). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala” (Haryanti 2019). Pendekatan penelitian asosiatif ini minimal terdapat dua variabel yang dihubungkan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis bentuk hubungan ini bersifat sebab akibat (Kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih.

Populasi penelitian adalah keseluruhan objek yang sedang diteliti oleh peneliti yaitu 5992 muzakki di Lembaga Amil Zakat se-Kabupaten Tulungagung. penarikan sampel

dalam penelitian ini menggunakan *proporsional random sampling*. *Proporsional random sampling* adalah teknik pengambilan sampel bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus dari Taro Yamane atau Slovin Jadi sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 98 responden. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah sejumlah 98 muzakki di Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung, namun karena alasan kesesuaian pengisian angket yang lengkap mengisi angket sejumlah 80 responden, sehingga dalam penelitian ini sampel yang diambil 80 responden.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket. Metode angket adalah "sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui (Creswell 2018). Metode ini dibuat dengan membuat daftar pertanyaan yang disusun secara berencana dan diajukan kepada responden untuk memperoleh informasi mengenai suatu masalah yang ingin diteliti. Metode angket ini digunakan untuk mencari data atau informasi tentang variabel penelitian pada muzakki di Lembaga Amil Zakat se-Kabupaten Tulungagung.

Teknik analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dalam penelitian ini, digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan akibat langsung dan akibat tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Persamaan Regresi

Persamaan Regresi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh perbedaan dari suatu variabel terhadap variabel lainnya dengan rumusan sebagai berikut:

$$Z = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_1$$

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_2$$

Keterangan:

Y = keputusan masyarakat dalam membayar zakat

Z = kualitas pelayanan

a = konstanta

b = koefisien regresi

X1= *digital payment*,

X_2 = religiositas

X_3 = literasi zakat

e = Kesalahan pengganggu (*disturbance term*), artinya nilai dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan.

Berdasarkan analisis diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

- Persamaan I

Hasil uji linier berganda dapat dilihat pada tabel *coefficients* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Model 1
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,280	4,773		,478	,634
	digital payment	,609	,123	,458	4,948	,000
	religiositas	,457	,108	,389	4,221	,000
	literasi zakat	-,134	,061	-,170	-2,178	,033

a. Dependent Variable: keputusan masyarakat

Berdasarkan hasil analisis regresi yang di dapat pada tabel 1 maka dapat dituliskan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 2,280 + 0.609 X_1 + 0.457 X_2 + -0.134 X_3 + 4.773 e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat ditrepretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 2,280 artinya perpotongan garis regresi pada sumbu Y terletak pada nilai 2,280, nilai ini bersifat konstan artinya tidak terikat pada variabel bebas maupun pada variabel terikat.
- Koefisien regresi digital payment (X_1) sebesar 0.609 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel digital payment (X_1) berubah sebesar satu satuan maka variabel religiositas (X_2) dan literasi zakat (X_3) akan mengalami kenaikan sebesar 0.609 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- Koefisien regresi religiositas (X_2) sebesar 0.457 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel religiositas (X_2) berubah sebesar satu satuan maka variabel digital payment (X_1) dan literasi zakat (X_3) akan mengalami kenaikan sebesar 0.457 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- Koefisien regresi literasi zakat (X_3) sebesar -0.134 bernilai negatif, hal ini berarti jika variabel literasi zakat (X_3) berubah sebesar satu satuan maka variabel digital

payment (X1) dan religiositas (X2) akan mengalami penurunan sebesar -0.134 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

- Persamaan II

Hasil uji linier berganda dapat dilihat pada tabel *coefficients* adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Model 2
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,456	4,469		1,668	,099
	digital payment	,449	,115	,408	3,896	,000
	religiositas	,301	,101	,309	2,970	,004
	literasi zakat	,056	,057	,086	,972	,334

a. Dependent Variable: kualitas layanan

Berdasarkan hasil analisis regresi yang di dapat pada tabel 2 maka dapat dituliskan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Z = 7,456 + 0.449 X_1 + 0.301 X_2 + + 0.056 X_3 + 4.469 e$$

Dari persamaan regresi di atas dapat ditrepretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 7,456 artinya perpotongan garis regresi pada sumbu Z terletak pada niali 7,456, nilai ini bersifat konstan artinya tidak terikat pada variabel bebas maupun pada variabel terikat.
- Koefisien regresi digital payment (X1) sebesar 0.449 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel digital payment (X1) berubah sebesar satu satuan maka variabel religiositas (X2) dan literasi zakat (X3) akan mengalami kenaikan sebesar 0.449 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- Koefisien regresi religiositas (X2) sebesar 0.301 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel religiositas (X2) berubah sebesar satu satuan maka variabel digital payment (X1) dan literasi zakat (X3) akan mengalami kenaikan sebesar 0.301 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
- Koefisien regresi literasi zakat (X3) sebesar 0.057 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel literasi zakat (X3) berubah sebesar satu satuan maka variabel digital payment (X1) dan religiositas (X2) akan mengalami kenaikan sebesar 0.057 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Analisis Determinasi (R²)

- Analisis Determinasi (R²) (I)

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari *digital payment*, religiositas dan literasi zakat, terhadap variabel terikat yaitu keputusan masyarakat dalam membayar zakat. Dari perhitungan dengan menggunakan program *SPSS 26.0 for Windows* hasil regresi diperoleh nilai koefisien regresi berganda yang secara keseluruhan tampak tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Analisis Determinasi (R^2) Model 1
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,740 ^a	,547	,529	3,96233

a. Predictors: (Constant), literasi zakat , religiositas, digital payment

b. Dependent Variable: keputusan masyarakat

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan nilai R sebesar 0,740 yang artinya korelasi atau hubungan antara variabel independen yang terdiri dari *digital payment*, religiositas dan literasi zakat mempunyai hubungan kuat. Nilai *R Square* menunjukkan 0,547, ini berarti bahwa pengaruh variabel independen yang terdiri dari *digital payment*, religiositas dan literasi zakadengan variabel dependen keputusan masyarakat dalam membayar zakat adalah 54.7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

- Analisis Determinasi (R^2) (II)

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yang terdiri dari brand *digital payment*, religiositas dan literasi zakat, terhadap variabel terikat yaitu kualitas layanan . Dari perhitungan dengan menggunakan program *SPSS 26.0 for Windows* hasil regresi diperoleh nilai koefisien regresi berganda yang secara keseluruhan tampak tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Determinasi (R^2) Model 2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,649 ^a	,422	,399	3,70973

a. Predictors: (Constant), literasi zakat , religiositas, digital payment

b. Dependent Variable: kualitas layanan

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan nilai R sebesar 0,649 yang artinya korelasi atau hubungan antara variabel independen yang terdiri dari *digital payment*, religiositas dan literasi zakat mempunyai hubungan kuat. Nilai *R Square* menunjukkan 0,422, ini berarti bahwa pengaruh variabel independen yang terdiri dari *digital payment*, religiositas dan

literasi zakat dengan variabel dependen kualitas layanan adalah 42.2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

- Uji F (I)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji F Model 1
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1440,597	3	480,199	30,586	,000 ^b
	Residual	1193,203	76	15,700		
	Total	2633,800	79			

a. Dependent Variable: keputusan masyarakat

b. Predictors: (Constant), literasi zakat , religiositas, digital payment

Berdasarkan tabel 5 maka dapat dilihat hasil Fhitung menunjukkan nilai sebesar 30.586 lebih besar dari Ftabel sebesar 2.72 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel *digital payment*, religiositas dan literasi zakat terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat atau bisa juga dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara *digital payment* (X1), religiositas (X2) dan literasi zakat (X3) terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat (Y) pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung.

- Uji F (II)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji F Model 2
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	762,470	3	254,157	18,468	,000 ^b
	Residual	1045,918	76	13,762		
	Total	1808,387	79			

a. Dependent Variable: kualitas layanan

b. Predictors: (Constant), literasi zakat , religiositas, digital payment

Berdasarkan tabel 6 maka dapat dilihat hasil Fhitung menunjukkan nilai sebesar 30.673 lebih besar dari Ftabel sebesar 3,72 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel *digital payment*, religiositas dan literasi zakat terhadap kualitas pelayanan atau bisa juga dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara *digital payment* (X1), religiositas (X2) dan literasi zakat (X3) terhadap kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung (Z).

- Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent. Berdasarkan analisis diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

Tabel 7. Uji t

	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.
<i>Digital payment</i> (X1) -> keputusan masyarakat (Y)	4.948	1.66515	0.000
Religiositas (X2) -> keputusan masyarakat (Y)	4.221	1.66515	0.000
Literasi digital (X3) -> keputusan masyarakat (Y)	-2.178	1.66515	0.033
Kualitas pelayanan (Z) -> keputusan masyarakat (Y)	9,557	1.66515	0.000

Dari data di atas, maka diperoleh hasil analisis sebagai berikut ini:

- Hasil t_{hitung} *Digital payment* (X1) sebesar 4.948 sedangkan t_{tabel} = 1.66515, maka nilai t_{hitung} > t_{tabel}. Sementara nilai signifikansi thitung variabel *Digital payment* (X1) sebesar 0,000, artinya < 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang berarti Terdapat pengaruh yang signifikan antara *digital payment* (X1) terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat (Y) pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung.

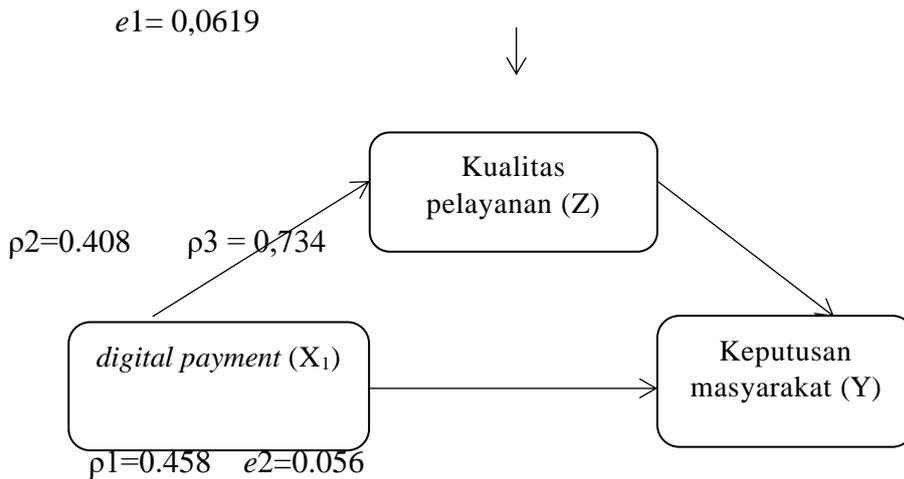
- Hasil t_{hitung} Religiositas (**X2**) sebesar 4.221 sedangkan $t_{tabel} = 1.66515$, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sementara nilai signifikansi t_{hitung} variabel Religiositas (**X2**) sebesar 0,000, artinya $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Terdapat pengaruh yang signifikan antara religiositas (**X2**) terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat (**Y**) pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung.
- Hasil t_{hitung} Literasi digital (**X3**) sebesar -2.178 sedangkan $t_{tabel} = 1.66515$, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sementara nilai signifikansi t_{hitung} variabel Literasi digital (**X3**) sebesar 0,033, artinya $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi zakat (**X3**) terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat (**Y**) pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung.
- Hasil t_{hitung} Kualitas pelayanan (**Z**) sebesar 9,557 sedangkan $t_{tabel} = 1.66515$, maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sementara nilai signifikansi t_{hitung} variabel Kualitas pelayanan (**Z**) sebesar 0,000, artinya $< 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung (**Z**) berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat (**Y**) pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh variabel intervening. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model causal*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

- Struktur I

Hasil output SPSS pada regresi berganda memberikan nilai standardized beta *digital payment* pada persamaan regresi (1) sebesar 0.408 dan signifikan pada 0,000 yang berarti *digital payment* mempengaruhi kualitas pelayanan. Nilai koefisien unstandardized beta 0.408 merupakan nilai path atau jalur p2. Pada output persamaan regresi (2) nilai unstandardized beta untuk *digital payment* 0,458 dan signifikansi 0,000 yang berarti *digital payment* mempengaruhi kepuasan masyarakat. Nilai unstandardized beta *digital payment* 0.458 merupakan nilai jalur path p1 dan nilai unstandardized beta kualitas pelayanan 0,734 merupakan nilai jalur path p3. Besarnya nilai $e_1 = \sqrt{1 - 4,773} = 0,0619$, $e_2 = \sqrt{1 - 4,469} = 0,056$



Gambar 1. Struktur Pengaruh X₁, Z dan Y

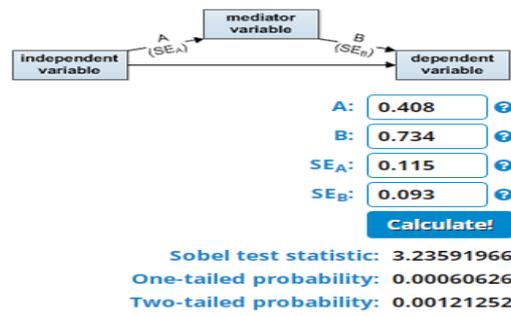
Sumber: data diolah, 2025

Tabel 8. Pengaruh Langsung dan Tidak langsung pengaruh *digital payment* terhadap keputusan masyarakat melalui kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh tidak langsung
<i>digital payment</i> terhadap keputusan masyarakat	0,458	
<i>digital payment</i> terhadap kualitas pelayanan		0,408
kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat		0,734

Hasil analisis jalur pertama menunjukkan bahwa *digital payment* dapat mempengaruhi langsung keputusan masyarakat dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari *digital payment* ke kualitas pelayanan (sebagai mediasi) lalu ke keputusan masyarakat. Besar pengaruh langsung 0,458 sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu $(0,408) \times (0,734) = 0,299472$ atau total pengaruh *digital payment* ke kualitas pelayanan = $0,458 + (0,408) \times (0,734) = 0,757472$.

Pengaruh mediasi yang diajukan oleh perkalian koefisien ($p_2 \times p_3$) signifikan atau tidak, diuji dengan sobel test, Untuk lebih mudahnya menghitung nilai z dari sobel test dapat memanfaatkan online kalkulator sebagai berikut:



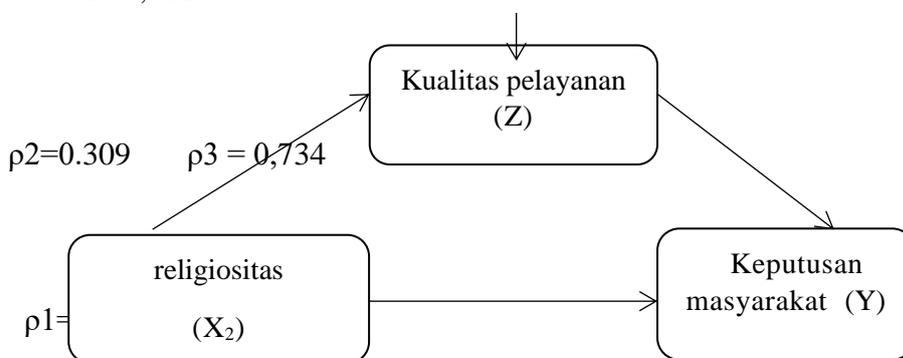
Gambar 2. Hasil perhitungan online calculator

Hasil perhitungan online calculator dari www.danielsoper.com sebesar 3.23591966 Nilai probabilitas one tailed sebesar 0.00060626 dan two tailed 0.00121252. Oleh karena nilai $t_{hitung} = 3.23591966$ lebih besar dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1.66515, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 3.23591966 signifikan yang berarti adanya pengaruh mediasi. Jadi, kualitas pelayanan dapat menjadi variabel mediasi antara *digital payment* terhadap keputusan masyarakat.

- Struktur II

Hasil output SPSS pada regresi berganda memberikan nilai standardized beta religiositas pada persamaan regresi (1) sebesar 0.309 dan signifikan pada 0,000 yang berarti religiositas mempengaruhi kualitas pelayanan. Nilai koefisien unstandardized beta 0.309 merupakan nilai path atau jalur p2. Pada output persamaan regresi (2) nilai unstandardized beta untuk religiositas 0,389 dan signifikan pada 0,000 yang berarti religiositas mempengaruhi keputusan masyarakat. Nilai unstandardized beta religiositas 0,389 merupakan nilai jalur path p1 dan nilai unstandardized beta kualitas pelayanan 0,734 merupakan nilai jalur path p3. Besarnya nilai $e1 = \sqrt{1 - 4,773} = 0,0619$, $e2 = \sqrt{1 - 4,469} = 0,056$.

$e1 = 0,0619$



Gambar 3. Struktur Pengaruh X_2 , Z dan Y

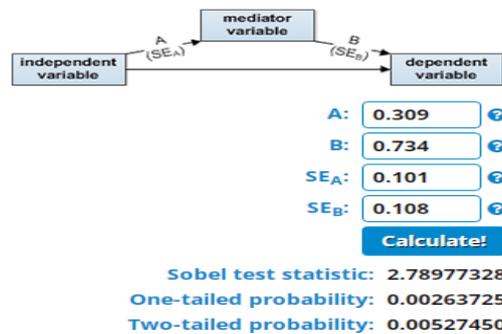
Sumber: data diolah, 2025

Tabel 9. Pengaruh langsung dan tidak langsung Religiositas terhadap keputusan masyarakat melalui kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh tidak langsung
Religiositas terhadap keputusan masyarakat	0,389	
Religiositas kerja terhadap kualitas pelayanan		0,309
kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat		0,734

Hasil analisis jalur pertama menunjukkan bahwa religiositas dapat mempengaruhi langsung keputusan masyarakat dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari religiositas ke kualitas pelayanan (sebagai mediasi) lalu ke keputusan masyarakat. Besar pengaruh langsung 0,389 sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu $(0.309) \times (0,734) = 0,2268$ atau total pengaruh religiositas ke keputusan masyarakat $= 0,389 + (0.309) \times (0,734) = 0.7988$

Pengaruh mediasi yang diajukan oleh perkalian koefisien ($p_2 \times p_3$) signifikan atau tidak, diuji dengan sobel test, Untuk lebih mudahnya menghitung nilai z dari sobel test dapat memanfaatkan online kalkulator sebagai berikut:

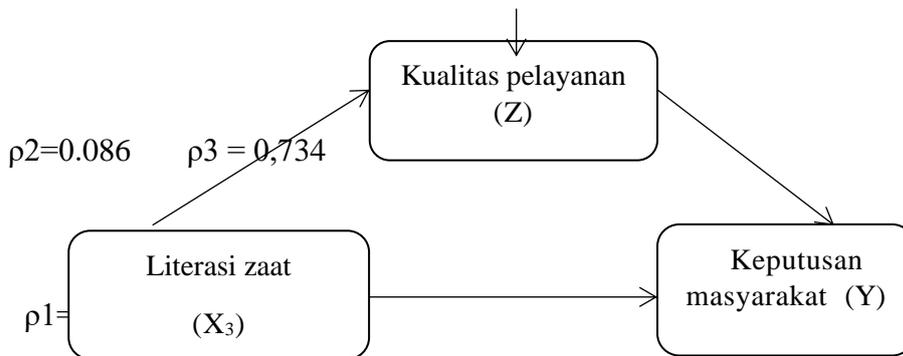


Gambar 4. Hasil perhitungan online calculator

Hasil perhitungan online calculator dari www.danielsoper.com sebesar 2.78977328 Nilai probabilitas one tailed sebesar 0.00263725 dan two tailed 0.00527450. Oleh karena nilai $t_{hitung} = 2.78977328$ lebih besar dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1.66515, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 2.78977328 signifikan yang berarti adanya pengaruh mediasi. Jadi, kualitas pelayanan dapat menjadi variabel mediasi antara religiositas terhadap keputusan masyarakat.

- Struktur III

Hasil output SPSS pada regresi berganda memberikan nilai standardized beta literasi zakat pada persamaan regresi (1) sebesar 0.086, Nilai koefisien unstandardized beta 0.086 merupakan nilai path atau jalur p2. Pada output persamaan regresi (2) nilai unstandardized beta untuk literasi zakat 0,170 dan signifikan pada 0,000 yang berarti literasi zakat mempengaruhi keputusan masyarakat. Nilai unstandardized beta literasi zakat 0,170 merupakan nilai jalur path p1 dan nilai unstandardized beta kualitas pelayanan 0,734 merupakan nilai jalur path p3. Besarnya nilai $e1 = \sqrt{1 - 4,773} = 0,0619$, $e2 = \sqrt{1 - 4,469} = 0,056$
 $e1 = 0,0619$



Gambar 5. Struktur Pengaruh X2, Z dan Y
 Sumber: data diolah, 2025

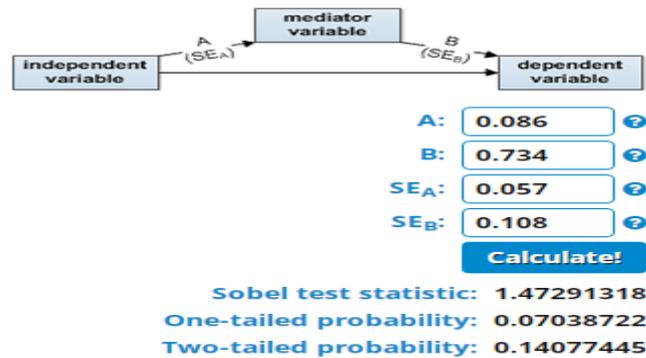
Tabel 10. Pengaruh Langsung dan Tidak langsung pengaruh literasi zakat terhadap keputusan masyarakat melalui kualitas pelayanan sebagai variabel mediasi

Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh tidak langsung
Literasi zakat terhadap keputusan masyarakat	0,170	
Literasi zakat terhadap kualitas pelayanan		0,086
kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat		0,734

Hasil analisis jalur pertama menunjukkan bahwa literasi zakat dapat mempengaruhi langsung keputusan masyarakat dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari literasi zakat ke kualitas pelayanan (sebagai mediasi) lalu ke keputusan masyarakat. Besar pengaruh langsung 0,170 sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu

$(0.086) \times (0,734) = 0,063124$ atau total pengaruh religiositas ke keputusan masyarakat $= 0,170 + (0.086) \times (0,734) = 0.233124$.

Pengaruh mediasi yang diajukan oleh perkalian koefisien ($p_2 \times p_3$) signifikan atau tidak, diuji dengan sobel test, Untuk lebih mudahnya menghitung nilai z dari sobel test dapat memanfaatkan online kalkulator sebagai berikut:



Gambar 6. Hasil perhitungan online calculator

Hasil perhitungan online calculator dari www.danielsoper.com sebesar 1.47291318. Nilai probabilitas one tailed sebesar 0.007038722 dan two tailed 0.14077445. Oleh karena nilai $t_{hitung} = 1.47291318$ kurang dari t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1.66515, maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 1.47291318 signifikan yang berarti tidak adanya pengaruh mediasi. Jadi, kualitas pelayanan tidak dapat menjadi variabel mediasi antara literasi zakat terhadap keputusan masyarakat.

4. DISKUSI

Pengaruh signifikan *digital payment* terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *digital payment* terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* dapat meningkatkan keputusan masyarakat untuk membayar zakat, sehingga dapat disimpulkan bahwa *digital payment* merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat. Dengan demikian, Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan penggunaan *digital payment* dalam proses pembayaran zakat untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengumpulan zakat.

Hasil penelitian ini sesuai menurut Sulaiman (2022) bahwa *digital payment* atau dompet digital memiliki dua bentuk dasar berupa jaringan komputer dan sistem digital. Pembayaran digital merupakan cara pembayaran yang dilakukan melalui mode digital. Berikutnya juga sesuai dengan pendapat Marc Hollander yang dikutip oleh Utami (2019) dompet digital merupakan salah satu bentuk produk *E-Money*, yang mana bentuknya berupa kartu atau dapat juga disebut kartu prepaid dan biasanya digunakan untuk transaksi secara elektronik. Akan tetapi seiring perkembangan jaman, *E-Money* tidak hanya berbentuk kartu, ada juga yang berbentuk software aplikasi yang dapat dipasang atau di install dalam sebuah ponsel, seperti halnya dompet digital yang sekarang banyak beredar.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *digital payment* terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat penelitian oleh Ceriah Rukmana, Lya Reinita, Nikmah Toyiba, Fajri Hidayat, dan Maya Panorama (2023);(Rukmana et al. 2023) Lilis Suryani Ritonga, Tuti Anggraini, dan Nursantri Yanti (2024);(Ritonga, Anggraini, and Yanti 2024) Ahmad Rofiq Zakariya dan Nuzulul Lailatul Bunga Puspita (2024);(Zakariya and Puspita 2024) Andri Soemitra dan Juliana Nasution (2021);(Soemitra and Nasution 2021) Rahmatina A. Kasri dan Meis Winih Sosianti (2023);(Kasri and Sosianti 2023) Erwan Aristyanto, Agus Sarwo Edi dan Fachrudy Asj'ari (2023).(Aristyanto, Edi, and Asj'ari 2023).

Pengaruh signifikan *religiositas* terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara religiositas terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiositas seseorang, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk membayar zakat. Hasil ini membuktikan bahwa religiositas merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membayar zakat, sehingga Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya zakat dan nilai-nilai religius yang terkait dengan kewajiban zakat. Dengan demikian, Lembaga Amil Zakat dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat dan meningkatkan efektivitas pengumpulan zakat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Subandi (2013) bahwa religi atau agama pada umumnya memiliki aturan-aturan dan kewajiban yang harus ditaati dan dilaksanakan, semuanya memiliki fungsi untuk mengikat dan mengutuhkan diri seseorang atau

sekelompok orang dalam hubungannya diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya terhadap tuhan, sesama manusia dan juga alam semesta. Berikutnya sependapat dengan (Santrock 2012) yang mengatakan bahwa religiositas adalah kesadaran beragama adalah segi agama yang terasa dalam pikiran seseorang dan dapat diuji melalui introspeksi, dapat juga diartikan aspek mental seseorang dari aktivitas agama, sedangkan pengalaman agama adalah unsur perasaan dalam kesadaran agama, yaitu perasaan membawa kepada keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang menyatakan terdapat pengaruh religiositas (X2) terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat (Y) oleh penelitian Muhammad Tho'in dan Agus Marimi (2019);(Tho'in and Marimin 2019) dari Erwan Aristyanto, Agus Sarwo Edi dan Fachrudiy Asj'ari (2023);(Aristyanto, Edi, and Asj'ari 2023) Rahmatina A. Kasri dan Meis Winih Sosianti (2023);(Kasri and Sosianti 2023) Syahri Ramayani, T. Saipul Hadi, dan Muhammad Uzair Zulkifly (2023);(Syahri Ramayani, T, and Muhammad Uzair Zulkifly 2023) Eldiana Purwadani dan Ahmad Ajib Ridlwan (2022);(Purwadani and Ridlwan 2022) Darmawan, M. Wawang, Sutisna, Eka Fikriah, Bahrie dan Syamsul (2024);(Darmawan et al. 2023) Silvia Amelia dan Siti Jamilah (2022);(Amelia and Jamilah 2022) Johan Arifin, Ferry Khusnul Mubarak dan Nasrul Fahmi Zaki Fuadi (2022).(Arifin, Mubarak, and Fuadi 2022)

Pengaruh signifikan literasi zakat terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi zakat terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi zakat dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membayar zakat, sehingga Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung perlu meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang zakat melalui pendidikan dan sosialisasi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat.

Hasil penelitian ini sesuai menurut (Azzah, Santosa, and Santosa 2022) bahwa literasi zakat dapat didefinisikan sebagai pengetahuan seseorang terkait zakat. Literasi zakat dapat diartikan sebagai suatu kemampuan pada seseorang dalam membaca, menulis, memahami, menghitung, dan menerima informasi tentang zakat yang pada akhirnya tingkat kesadaran untuk membayarkan zakat tinggi.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang menyatakan bahwa ada pengaruh literasi zakat terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat oleh

penelitian Muhammad Aswad, Binti Nur Asiyah, Qomarul Huda, Ulfi Kartika Oktaviana, dan Sufi (2024);(Aswad et al. 2024) Ahmad Rofiq Zakariya dan Nuzulul Lailatul Bunga Puspita (2024);(Zakariya and Puspita 2024) Andri Soemitra dan Juliana Nasution (2021);(Soemitra and Nasution 2021) Erwanda Nuryahya, A. Jajang W. Mahri, Aas Nurasyiah dan Fitrianty Adiresuty (2022);(Nuryahya et al. 2022) Johan Arifin, Ferry Khusnul Mubarak dan Nasrul Fahmi Zaki Fuadi (2022).(Arifin, Mubarak, and Fuadi 2022)

Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat berperan mempengaruhi hubungan antara digital payment terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung berperan mempengaruhi hubungan antara *digital payment* terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat memiliki peran penting dalam memediasi hubungan antara digital payment dan keputusan masyarakat untuk membayar zakat. Artinya, kualitas layanan yang baik dapat memperkuat pengaruh digital payment terhadap keputusan masyarakat untuk membayar zakat, sehingga Lembaga Amil Zakat perlu meningkatkan kualitas layanannya untuk meningkatkan efektivitas penggunaan digital payment dalam pengumpulan zakat. Jadi, kualitas pelayanan dapat menjadi variabel mediasi antara *digital payment* terhadap keputusan masyarakat.

Hasil penelitian ini sesuai menurut pendapat Marc Hollander yang dikutip oleh (Utami. P. et al. 2018) dompet digital merupakan salah satu bentuk produk *E-Money*, yang mana bentuknya berupa kartu atau dapat juga disebut kartu prepaid dan biasanya digunakan untuk transaksi secara elektronik. Akan tetapi seiring perkembangan jaman, *E-Money* tidak hanya berbentuk kartu, ada juga yang berbentuk software aplikasi yang dapat dipasang atau di install dalam sebuah ponsel, seperti halnya dompet digital yang sekarang banyak beredar.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang menunjukkan bahwa ada pengaruh digital payment (X1) dengan kualitas layanan (Z) terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat (Y) oleh penelitian Anggi Anggorowati dan Dhany Efita Sari (2024);(Anggorowati and Sari 2024) Valesia Tjuang, Desma Erica Maryati M, dan Lisa Elianti Nasution (2023);(Tjuang, Maryati M, and Nasution 2023) Viani Naufalia (2022);(Naufalia 2022) Susanto, Farid Wahyudi, Swasta Bangun, Tanti Widia Nurdiani dan Hery Purnomo (2023);(Susanto et al. 2023) Andri Soemitra dan Juliana Nasution (2021).(Soemitra and Nasution 2021)

Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat berperan mempengaruhi hubungan antara religiositas terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung berperan mempengaruhi hubungan antara religiositas terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung . Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat memiliki peran penting dalam memediasi hubungan antara religiositas dan keputusan masyarakat untuk membayar zakat. Artinya, kualitas layanan yang baik dapat memperkuat pengaruh religiositas terhadap keputusan masyarakat untuk membayar zakat, sehingga Lembaga Amil Zakat perlu meningkatkan kualitas layanannya untuk meningkatkan efektivitas pengumpulan zakat di kalangan masyarakat yang religius. Dengan demikian, Lembaga Amil Zakat dapat lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan mereka. Jadi, kualitas pelayanan dapat menjadi variabel mediasi antara religiositas terhadap keputusan masyarakat.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang menunjukkan bahwa ada pengaruh religiusitas (X2) dengan kualitas layanan (Z) terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat (Y) oleh penelitian Ami Radianti, Nur Ahmadi Bi Rahmani, dan Ahmad Muhaisin B. Syarbaini (2023);(Ami, Nur Ahmadi, and Ahmad Muhaisin 2023) Fadli Setiawan, Idris, dan Abror (2019);(Setiawan, Idris, and Abror 2019) Sriyono, Nur Laili Maulidiyah, Helvina Julia Anggraini, Moch. Andra Firmansyah dan Muahmmad Alfian Muzaqiy (2024);(Sriyono et al. 2024) Whan Augustin AINU, Amri, Masduki Asbari, Gazali, Dewiana Novitasari dan Agus Purwanto (2021);(Amri et al. 2021) Rahmatina A. Kasri dan Meis Winih Sosianti (2023);(Kasri and Sosianti 2023) Syahri Ramayani, T. Saipul Hadi dan Muhammad Uzair Zulkifly (2023).(Syahri Ramayani, T, and Muhammad Uzair Zulkifly 2023)

Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat tidak berperan mempengaruhi hubungan antara literasi zakat terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung tidak berperan mempengaruhi hubungan antara literasi zakat terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat tidak memiliki pengaruh mediasi yang signifikan terhadap hubungan antara literasi zakat dan keputusan masyarakat untuk membayar zakat. Artinya, pengaruh literasi zakat terhadap keputusan masyarakat untuk membayar zakat tidak dipengaruhi oleh kualitas layanan Lembaga Amil Zakat,

sehingga Lembaga Amil Zakat perlu fokus pada peningkatan literasi zakat itu sendiri untuk meningkatkan keputusan masyarakat membayar zakat. Jadi, kualitas pelayanan tidak dapat menjadi variabel mediasi antara literasi zakat terhadap keputusan masyarakat.

Hasil penelitian ini sesuai menurut (Fadhilatunnisa and Novianty 2021) bahwa literasi zakat dapat didefinisikan sebagai pengetahuan seseorang terkait zakat. Literasi zakat dapat diartikan sebagai suatu kemampuan pada seseorang dalam membaca, menulis, memahami, menghitung, dan menerima informasi tentang zakat yang pada akhirnya tingkat kesadaran untuk membayarkan zakat tinggi.

Konsep literasi dalam Islam tercantum dalam Al-Qur'an Surat Al-Alaq ayat 1-5.

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ - ١ - خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ - ٢ - اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ - ٣ - الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ - ٤ - عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ - ٥ -

Artinya: “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah!, dan Tuhanmulah yang Maha Pemurah. Yang mengajar (manusia) dengan perantara kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”. (Q.S Al-Alaq: 1-5).

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwasanya surat Al-Alaq ayat 1-5 membahas tentang awal dari rahmat Allah yang diberikan oleh hamba-Nya, memberikan kemuliaan dan mengangkat derajat manusia dengan ilmu yang diberikan dan sebagai pengetahuan tentang proses awal terciptanya manusia. Dalam surat Al-Alaq juga mengajarkan manusia apa saja yang belum diketahui.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang menunjukkan bahwa ada pengaruh literasi zakat dengan kualitas layanan terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat oleh penelitian Muhammad Zuhri, Muhammad Sholahuddin, dan Moehammad Nasir (2023);(Zuhri, Sholahuddin, and Nasir 2023) Jumailah, Ahmad Fauzan dan Anindya Ayu Inayati (2024);(Jumailah, Fauzan, and Inayati 2024) Sany Sanuri Mohd Mokhtar, Shahrin Saad, Salniza Md Salleh, Hasnizam Shaari dan Siti Noratisah Mohd Nafi (2020);(Mohd Mokhtar et al. 2020) Osmad Muthaher, Moch.Zulfa, Zaenudin, Erry Wibowo, dan Agung Santoso (2023);(Muthaher, Zulfa, Zaenudin 2023) Mahbubatun Nafi'ah, Ahmad Supriyadi dan Elok Fitriani Rafikasari (2023);(Mahbubatun, Ahmad, and Elok Fitriani 2023) Suherman, Salim Basalamah dan Amir Mahmud (2023).(Suherman, Basalamah, and Mahmud 2023)

Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membayar zakat. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Lembaga Amil Zakat, semakin besar kemungkinan masyarakat untuk membayar zakat. Oleh karena itu, Lembaga Amil Zakat perlu memprioritaskan peningkatan kualitas layanan untuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan masyarakat, sehingga dapat meningkatkan jumlah zakat yang terkumpul. Dengan demikian, Lembaga Amil Zakat dapat lebih efektif dalam menjalankan tugasnya sebagai lembaga pengelola zakat

Hasil penelitian ini sesuai menurut Menurut Tjiptono mengemukakan bahwa kualitas sebagai suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.(Tjiptono 2020) yang dimaksud dengan kualitas adalah suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Berikutnya Lukman dan Munawir kualitas sebagai janji pelayanan agar yang dilayani itu merasa diuntungkan.(Lukman and Munawir 2018) Kualitas itu sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit maupun implisit.(Erwan Aristyanto and Agus Sarwo Edi 2022)

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas layanan (Z) terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat (Y) yang didukung oleh penelitian Suharli dan Bahariska (2021);(Suharli and Bahariska 2021) Siti Aisyah dan Bambang Sutejo (2020);(Aisyah and Sutejo 2020) Lara Siska, Lestary Fitriany dan Khairul Azmi (2021);(Amalia and Masruchin 2023) Astriani Astuti Syam, Rahman Ambo Masse, Syathir Sofyan, Rahmawati Muin dan Trisno Wardy Putra (2024). (Syam et al. 2024).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: Pengaruh signifikan antara digital payment terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. penggunaan digital payment dapat

meningkatkan keputusan masyarakat untuk membayar zakat. Artinya, masyarakat lebih cenderung membayar zakat melalui digital payment karena kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan. Pengaruh signifikan antara religiositas terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat religiositas seseorang, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk membayar zakat. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran dan keyakinan agama seseorang sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk memenuhi kewajiban zakat. Pengaruh yang signifikan antara literasi zakat terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Hal ini berarti semakin baik pemahaman masyarakat tentang zakat, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk membayar zakat. Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung berperan mempengaruhi hubungan antara digital payment terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Hal ini berarti kualitas layanan yang baik dapat memperkuat pengaruh digital payment terhadap keputusan masyarakat untuk membayar zakat. Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung berperan mempengaruhi hubungan antara religiositas terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Hal ini berarti kualitas layanan yang baik dapat memperkuat pengaruh religiositas terhadap keputusan masyarakat untuk membayar zakat. Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung berperan mempengaruhi hubungan antara literasi zakat terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung. Hal ini berarti pengaruh literasi zakat terhadap keputusan masyarakat untuk membayar zakat tidak dipengaruhi oleh kualitas layanan Lembaga Amil Zakat. Kualitas layanan Lembaga Amil Zakat di Kabupaten Tulungagung berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam membayar zakat pada Lembaga Amil Zakat Kabupaten Tulungagung.

Penelitian ini memiliki implikasi praktis, teoritis, dan kebijakan. Secara praktis, Lembaga Amil Zakat (LAZ) di Kabupaten Tulungagung dapat meningkatkan penggunaan digital payment dan kualitas layanan untuk meningkatkan keputusan masyarakat membayar zakat. Secara teoritis, penelitian ini memperkuat teori bahwa digital payment, religiositas, dan literasi zakat berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat membayar zakat. Secara kebijakan, pemerintah dan LAZ dapat mengembangkan kebijakan untuk meningkatkan penggunaan digital payment dan kualitas layanan LAZ untuk meningkatkan keputusan masyarakat membayar zakat.

REFERENSI

- 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>
- Amalia, N. M., & Masruchin. (2023). Pengaruh intensi berzakat dan penerapan kebijakan lembaga terhadap kesejahteraan muzakki di Baznas Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 45–59. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(1\).11303](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(1).11303)
- Amelia, S., & Jamilah, S. (2022). The influence of income level, religiosity, and social environment on muzakki's decision to pay zakat. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(1), 15–28. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i1.13552>
- Ami, R., Ahmadi, B. R. N., & Muhaisin, B. S. A. (2023). The influence of religiosity, service, and premium rates on customer satisfaction through the sharia insurance decision as an intervening variable at Askrida Syariah Insurance Company Medan Branch. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 9(1), 221–238. <https://doi.org/10.33258/economit.v4i1.1071>
- Amri, W. A. A., Asbari, M., Gazali, Novitasari, D., & Purwanto, A. (2021). The effect of religiosity and service quality on job satisfaction: A case study of MSME employees. *International Journal of Social and Management Studies (Ijosmas)*, 1(1), 53–63.
- Anggorowati, A., & Sari, D. E. (2024). The effect of digital payment and e-service quality on consumptive behavior among Shopee users. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 7(1), 973–987.
- Anurahman, D., & Putri, N. (2022). Analisis pembayaran zakat melalui epayment dengan pendekatan. *Students Conference on Accounting and Business (SCoAB)*, 1(1), 17–27.
- Arifin, J., Mubarak, F. K., & Fuadi, N. F. Z. (2022). The effect of zakat literacy, religiosity, and income on the decision to pay agricultural zakat. *International Journal of Zakat*, 7(2), 115–123. <https://doi.org/10.37706/ijaz.v7i2.444>
- Aristyanto, E., Edi, A. S., & Asj'ari, F. (2023). Optimization of zakat receiving through the digital platform at the zakat management foundation in Surabaya. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 6(2), 11–39. <https://doi.org/10.47532/jis.v6i2.790>
- Aswad, M., Asiyah, B. N., Huda, Q., & Oktaviana, U. K. (2024). Zakat literacy among Indonesian migrant workers in Malaysia. *International Journal of Community Care of Humanity (IJCCH)*, 2(5), 622–630.
- Azzah, F. N., & Santosa, P. B. (2022). Analysis of zakat literacy in Kudus Regency, Central Java Province: A mixed-method approach. *Ziswaf: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 9(2), 116. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i2.15227>
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.

- Darmawan, A. E., Widyaningrum, R., Priyono, B., & Hanindriyo, L. (2023). Hubungan antara kualitas pelayanan radiografi panoramik dengan tingkat kepuasan pasien: Studi cross-sectional. *Padjadjaran Journal of Dental Researchers and Students*, 7(3), 283. <https://doi.org/10.24198/pjdrs.v7i3.49745>
- Erwan Aristyanto, & Edi, A. S. (2022). Pengaruh religiusitas dan kualitas layanan terhadap minat dan keputusan masyarakat membayar zakat melalui platform digital pada yayasan pengelola zakat di Surabaya. *Seminar Nasional Teknologi dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 2(1), 186–202. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v2i1.169>
- Fadhilatunnisa, A., & Novianty, I. (2021). Pengaruh perencanaan anggaran dan penyerapan anggaran terhadap kinerja instansi pemerintah. *Indonesian Accounting Research Journal*, 1(3), 577–586.
- Febiana, N., Tandjung, H., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh literasi zakat, infaq, shadaqah (ZIS), kepercayaan, dan brand awareness terhadap keputusan menyalurkan zakat dan donasi melalui Tokopedia. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 291–313. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.806>
- Gumilang, R. (2020). Tinjauan hukum Islam terhadap keabsahan pembayaran zakat yang dilakukan secara online yang berafiliasi dengan Baznas menurut Imam Syafi'i. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, 26(7), 929–932.
- Haryanti, N. (2019). *Metode penelitian ekonomi*. Bandung: Manggu.
- Ichwan, A. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui fintech Gopay. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 129–135.
- Ikhwannusofa, M., & Ichsan, N. (2024). Pengaruh pendapatan, edukasi dan religiusitas terhadap minat muzakki dalam membayar zakat profesi di Baznas Kota Tangerang. *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, 3(2), 196–221. <https://doi.org/10.21154/joipad.v3i2.7289>
- Intan Suri Mahardika Pertiwi. (2020). Pengaruh tingkat pendapatan, literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada Baznas Provinsi Lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 8(1), 1–9.
- Jumailah, A. F., & Inayati, A. A. (2024). Applying UPZ service quality (SQ) to zakat management: An analysis of muzakki loyalty in zakat payment. *AL-IKTISAB: Journal of Islamic Economic Law*, 8(1), 73–88. <https://doi.org/10.21111/aliktisab.v8i1.12537>
- Kasri, R. A., & Sosianti, M. W. (2023). Determinants of the intention to pay zakat online: The case of Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(2), 275–294. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i2.1664>
- Lubis, R. (2023). Pengaruh literasi zakat, pendapatan dan kepercayaan terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui platform fintech di Kabupaten Padang Lawas-Sumatera Utara. *Sharing: Journal of Islamic Economics, Management and Business*, 2(2), 123–134. <https://doi.org/10.31004/sharing.v2i2.21776>

- Lukman, A., & Munawir. (2018). *Sistem informasi manajemen buku*. Banda Aceh: Lembaga KITA.
- Mahbubatun, N., Ahmad, S., & Fitriani, R. E. (2023). Pengaruh literasi zakat terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baznas Tulungagung dengan tingkat kesadaran dan religiusitas sebagai variabel intervening. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.53625/juremi.v3i1.5782>
- Mohd Mokhtar, S. S., Saad, S., Salleh, S. M., Shaari, H., & Mohd Nafil, S. N. (2020). The influence of service quality and brand reputation on customer satisfaction in zakat institution. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(2), 240–244.
- Muthaher, Z., & Santoso, Z. (2023). Factors influencing muzakki loyalty to pay zakat. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(3), 72–80.
- Nabilah, U., & Galuh, A. K. (2023). Preferensi keputusan membayar zakat, infaq, sedekah di lembaga amil zakat melalui pembayaran digital. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 2(3), 422–438. <http://dx.doi.org/10.21776/ieff>
- Nafiah, M., Supriyadi, A., & Rafikasari, E. F. (2023). Pengaruh literasi zakat terhadap minat muzakki membayar zakat pada Baznas Tulungagung dengan tingkat kesadaran dan religiusitas sebagai variabel intervening. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(2), 1–12.
- 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>
- Nuryahya, E., Mahri, A. J. W., Nurasyiah, A., & Adiresuty, F. (2022). Technology acceptance of zakat payment platform: An analysis of modified of unified theory of acceptance and use of technology. *al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 6(1), 142–159. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n1.p142-159>
- Purwadani, E., & Ridlwan, A. A. (2022). Millennial intention to pay zakat: The effect of religiosity and attitudes. *Ziswaf: Jurnal Zakat dan Wakaf*, 9(1), 73. <https://doi.org/10.21043/ziswaf.v9i1.15150>
- Ritonga, L. S., Anggraini, T., & Yanti, N. (2024). Pengaruh kepercayaan, pengetahuan, dan aksesibilitas terhadap keputusan muzakki dalam menggunakan digital payment (Studi Kasus Muzakki Kota Medan). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 4(1), 396–410.
- 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>
- Santrock, J. W. (2012). *Psikologi pendidikan*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Setiawan, F., Idris, I., & Abror, A. (2019). The relationship between religiosity, service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 64, 517–525. <https://doi.org/10.2991/piceeba2-18.2019.31>

- Sisdianto, E., Fitri, A., & Isnaini, D. (2021). Penerapan pembayaran zakat digital dalam presfektif ekonomi Islam (Chasles Society). *Fidusia: Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 4(2), 112–123. <https://doi.org/10.24127/jf.v4i2.644>
- Soemitra, A., & Nasution, J. (2021). The influence of zakat literacy, trust, and ease of digital payments on generation Z and Y intention in paying zakat to Amil Zakat Organizations. *5th International Conference of Zakat (ICONZ)*, 323–335.
- Sofiyawati, N., & Halimah, S. N. (2022). Perilaku muzakki dalam menyalurkan zakat di era digital. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 45–64. <https://doi.org/10.15575/anida.v22i1.18479>
- Sriyono, S., Maulidiyah, N. L., Anggraini, H. J., Firmansyah, M. A., & Muzaqiy, M. A. (2024). The role of religiosity and service quality on student trust in sharia banking. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 10(2), 332–341. <https://doi.org/10.54956/eksyar.v10i2.535>
- Subandi. (2013). *Psikologi agama & kesehatan mental*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suharli, & Bahariska. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan muzakki menjadi nasabah di Baznas Kota Makassar. *El-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1–26. <https://doi.org/10.70136/eliqtishod.v5i1.163>
- Suherman, S. B., & Mahmud, A. (2023). The effect of zakat literacy, social marketing campaign and trust on muzakki's interests and decisions at the National Amil Zakat Board (Baznas) in the Ajatappareng Area. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 25(1), 53–68. <https://doi.org/10.9790/487X-2501055368>
- Sujianto, A. E. (2009). *Aplikasi statistik dengan SPSS*. Jakarta: Prestasi Pustaka.
- Sulaiman, S. (2022). Analysis of customer loyalty determinants of Bank Muamalat Indonesia. *Jurnal Multidisiplin Madani (MUDIMA)*, 2(3), 1355–1366. <https://journal.yp3a.org/index.php/mudima/index>
- Susanto, S., Wahyudi, F., Bangun, S., Nurdiani, T. W., & Purnomo, H. (2023). Analysis of the influence of service quality on customer satisfaction and its impact on reuse intention of mobile banking payment in e-commerce transactions. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 3(2), 274–280. <https://doi.org/10.57152/malcom.v3i2.933>
- Syafitri, O. Y., Wildan, N., Huda, N., & Rini, N. (2021). Tingkat religiusitas dan pendapatan: Analisis pengaruh terhadap keputusan membayar zakat, infaq dan shadaqah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 34. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1915>
- Syahri Ramayani, Hadi, S. T., & Zulkifly, M. U. (2023). The influence of religiosity, knowledge, and income on the decision of muzakki to pay zakat mal in Baitul Mal Aceh Tamiang. *ASNAF: Journal of Economic Welfare, Philantrophy, Zakat and Waqf*, 2(1), 47–69. <https://doi.org/10.32505/asnaf.v2i1.6054>
- Syam, A. A., Masse, R. A., Sofyan, S., Muin, R., & Putra, T. W. (2024). Pengaruh religiusitas dan citra lembaga terhadap keputusan muzakki membayar zakat di Baznas Kabupaten Bulukumba. *At Tawazun Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 1–13.

- Tho'in, M., & Marimin, A. (2019). Pengaruh tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, dan tingkat religiusitas terhadap minat muzakki membayar zakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(3), 225. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i3.678>
- Tjiptono, F. (2020). *Service management, mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: CV Andi.
- Tjuang, T., Maryati, D. E. M., & Nasution, L. E. (2023). The influence of digital payment methods and service quality on sales volume at PT. Belanja Online Ekspres Nusantara. *Proceeding International Business and Economics Conference (IBEC)*, 2(1), 218–231. <https://doi.org/10.47663/ibec.v2i1.113>
- Utami, M. C. (2019). Implementasi Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam pemilihan e-wallet untuk mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 21(3), 259–265. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v21i3.730>
- Utami, P., Suryanto, T., Ghofur, R. A., & Nasor, M. (2018). Refleksi hukum zakat digital pada Baznas dalam rangka peningkatan kesejahteraan mustahik. *Jurnal Surya Kencana Satu: Dinamika Masalah Hukum dan Keadilan*, 11(1), 53–70.
- Zakariya, A. R., & Puspita, N. L. B. (2024). The influence of digital literacy, zakat awareness and service quality on muzakki's decision to pay zakat via Tokopedia e-commerce. *El-Aswaq*, 5(1), 35–47. <https://doi.org/10.31106/laswq.v5i01.25797>
- Zuhri, M., Sholahuddin, M., & Nasir, M. (2023). Influence of zakat literacy and trust on decisions and awareness of paying zakat through amil zakat institutions using the SEM-PLS method. *Istinbath*, 22(2), 235–246. <https://doi.org/10.20414/ijhi.v22i2.653>