



Analisis Faktor yang Mempengaruhi Intensi Masyarakat Membayar Infak dan Sedekah melalui *E-Wallet*

Anton Atmaja^{1*}, Muhtadin Amri²

^{1,2} Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia
antonatmaja22@gmail.com, muhtadinamri@iainponorogo.ac.id

**corresponding author*

Abstract: *Few people know that infaq and alms payments can be made through e-wallets. So, this study aims to examine and analyze the factors influencing people's intentions to pay infaq and alms through e-wallets. This research is expected to be a reference for the community regarding infaq and alms payments through e-wallets. It can assist infaq and alms managers in finding good strategies for increasing infaq and alms collection through e-wallets. This study uses quantitative methods, data collection techniques using questionnaires via Google form, and snowball sampling techniques. This study also uses SEM-PLS data analysis techniques with the help of Smart PLS 3.3.3 Software. The results of this study are that there is a positive and significant influence from personal, psychological, cultural, and social factors on people's intentions to pay infaq and alms through e-wallets. Thus, it can be concluded that personal, psychological, cultural, and social factors can determine people's intentions to pay infaq and alms through e-wallets.*

Keywords: *e-wallets; infaq and alms; intention*

Abstrak: Saat ini masyarakat belum banyak yang mengetahui bahwa pembayaran infak dan sedekah bisa melalui *e-wallet*. Maka penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi intensi masyarakat dalam pembayaran infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan untuk masyarakat terkait pembayaran infak dan sedekah melalui *e-wallet*, dan dapat membantu pengelola infak dan sedekah untuk menemukan strategi yang baik dalam meningkatkan penghimpunan infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google form*, serta teknik pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling*. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis data SEM-PLS dengan bantuan *software Smart PLS 3.3.3*. Hasil dari penelitian ini ialah terdapat pengaruh positif dan signifikan dari faktor pribadi, psikologi, kebudayaan, dan sosial terhadap intensi masyarakat dalam pembayaran infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor pribadi, psikologi, kebudayaan, dan sosial dapat menentukan intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*.

Kata Kunci: *e-wallet; infak dan sedekah; intensi*

PENDAHULUAN

Dengan melihat semakin meningkatnya perkembangan masyarakat Indonesia, teknologi dapat dimanfaatkan untuk membantu transaksi dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi telah mempermudah orang untuk berbelanja menggunakan metode pembayaran digital yang berbeda yang berdampak besar pada cara orang berbelanja (Chrysilla Zada, 2021). Hal tersebut juga berdampak pada bidang zakat, infak, dan sedekah karena mengingat banyak lembaga zakat, infak, dan sedekah yang bertransformasi untuk memanfaatkan *e-wallet* untuk menghimpun dana.

Berdasarkan hasil pengamatan pada masyarakat di Kabupaten Ponorogo, penggunaan dompet digital menjadi tren untuk bertransaksi. Namun, jarang yang menyadari jika dalam *e-wallet* terdapat pula fitur untuk membayar infak dan sedekah pada OPZ yang bekerja sama dengan *platform* tersebut. Kebanyakan dari mereka menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran belanja, pembelian kuota, bayar tagihan dan masih banyak lagi. Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Subiantoro yang merupakan salah satu pengguna *e-wallet*. Ia menyatakan bahwa menggunakan *e-wallet* hanya untuk membeli kuota internet ponsel, berbelanja serta membayar layanan *Go Food* (Subiantoro, 2022). Berdasarkan hasil wawancara dengan Nanik Setyowati selaku pengguna *e-wallet*, beliau menyatakan tidak pernah melakukan pembayaran infak dan sedekah melalui *e-wallet*, begitu juga dengan hasil wawancara terhadap beberapa teman mahasiswa (Setyowati, 2022).

Untuk menarik minat masyarakat dalam menyalurkan infak dan sedekah, maka perlu dicari cara untuk mempermudah pengumpulan dan pengelolaan infak dan sedekah tersebut. Teori perilaku konsumen atau *consumer behavior theory* menguraikan tentang empat faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli barang dan jasa. Penelitian ini menggunakan teori tersebut untuk menguji apakah faktor pribadi, faktor psikologi, faktor sosial, dan faktor kebudayaan berpengaruh terhadap intensi masyarakat Kabupaten Ponorogo membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*.

Menurut kajian Hapidah (2017), faktor personal berpengaruh signifikan terhadap intensi, faktor sosial berpengaruh terhadap intensi, faktor informasi berpengaruh

terhadap intensi dan faktor informasi, faktor personal, faktor sosial secara simultan berpengaruh terhadap intensi.

Penggunaan Teori *Consumer Behavior* untuk menganalisis intensi menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran ZIS masih cukup jarang. Oleh karena itu, peneliti mengkaji tentang intensi pembayaran ZIS melalui *e-wallet* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini penting dilakukan karena mempertimbangkan tren penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran, yang banyak dilakukan oleh masyarakat. *E-wallet* merupakan media yang dapat digunakan bersama dengan sistem pembayaran seluler (*mobile payments*) yang memungkinkan untuk melakukan pembayaran menggunakan *smart phone* (Zakawali, 2022). *E-Wallet* memiliki keunggulan untuk bertransaksi, seperti transaksi yang lebih cepat, terhindar dari uang palsu, aman, dapat dilakukan dimana saja, dan memiliki histori transaksi (Sari, 2022).

Perkembangan layanan pengelola infak dan sedekah yang memanfaatkan teknologi berdampak pada semakin mudahnya proses pembayaran yang perlu dilakukan. Karena kemudahan dari teknologi tersebut, maka menjadi latar belakang masalah dalam penelitian ini untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah sehingga peneliti mengambil judul “**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Intensi Membayar Infak dan Sedekah melalui E-Wallet**”

TINJAUAN LITERATUR

A. *Consumer Behavior*

Memahami perilaku konsumen membutuhkan pemahaman mengenai siapa konsumen itu karena lingkungan yang berbeda memiliki penelitian, kebutuhan, pendapat, sikap dan preferensi yang berbeda (Suprihati, 2015). Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi membeli, menggunakan dan mengatur barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut meliputi faktor pribadi, faktor psikologi, faktor kebudayaa, dan faktor sosial. Ajzen menyatakan bahwa *Theory of Planned Behavior* adalah kemauan yang kuat untuk melakukan tindakan yang dapat dijelaskan dengan konsep intensi. Intensi perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu: *behavioral beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs*. Dari

ketiga faktor tersebut, intensi didasarkan pada faktor latar belakang dimana faktor latar belakang tersebut terdiri dari faktor pribadi, faktor psikologi, faktor kebudayaan, dan faktor sosial (Hapidah, 2017).

B. Intensi

Intensi adalah perubahan yang paling dekat dengan perilaku individu dan intensi adalah perubahan dalam hubungan antara perilaku dan sikap yang sebenarnya. Intensi dapat dipahami sebagai tindakan individu untuk melakukan suatu hal tertentu secara terus-menerus (Kurniaputri, 2020). Intensi dapat menunjukkan seberapa kuat keyakinan seseorang ketika mencoba suatu tindakan dan seberapa banyak usaha yang dilakukan untuk itu (Hardinawati dkk, 2017).

Fishbein dan Ajzen mengemukakan bahwa intensi adalah niat seseorang untuk melakukan tindakan berdasarkan norma subjektif atas sikap dan perilaku. Kemudian, norma subjektif muncul dari keyakinan normatif tentang konsekuensi atas tindakan dan keyakinan normatif sebagai akibat dari tindakan itu sendiri. Fishbein dan Ajzen juga menambahkan bahwa intensi perilaku adalah penentu terdekat dari perilaku yang dimaksudkan dan dapat dilihat sebagai prediktor tunggal terbaik dari perilaku yang dilakukan. Intensi adalah kemungkinan subjektif atau probabilitas yang mewakili penilaian pada tingkat tindakan tertentu oleh seseorang, dan ukuran intensi diukur dengan pelaksanaan tindakan tertentu (Safitri dkk, 2015). Dari uraian pernyataan tentang intensi, dapat disimpulkan bahwa intensi adalah keinginan atau niat dari seseorang untuk melakukan sesuatu guna mencapai suatu tujuan berdasarkan keyakinannya dan sikap atau keyakinan orang tersebut serta pengaruhnya, atau sikap orang untuk melakukan tindakan tertentu.

C. Infak dan Sedekah

Infak dapat diartikan sebagai “mengeluarkan harta untuk kemanfaatan” dimana infak berasal dari kata *anfaqa*. Secara terminologi, infak ialah mengeluarkan harta untuk kepentingan Islam (Hafidhuddin, 2000). Menurut Ahmad Hasan Ridwan, infak merupakan harta yang dikeluarkan untuk dipergunakan sebagai keperluan yang diperintahkan oleh Allah selain zakat. Infak ialah pemberian atau sumbangan harta yang bersifat nonkomersial di luar zakat yang digunakan untuk kemaslahatan umum (Mardani, 2016).

Sedekah memiliki arti “benar” yang berasal dari Bahasa Arab, yaitu *shodaqo*. Dari segi terminologi, sedekah memiliki arti sama dengan infak, begitu juga dengan hukum dan ketentuannya. Roihan A. Rasyid mendefinisikan sedekah sebagai pemberian barang atau benda baik bergerak atau tidak bergerak, baik yang akan habis jika digunakan atau tidak, baik yang diberikan kepada orang lain atau intitusi hukum tanpa imbalan dan tanpa syarat karena mengharapkan pahala Allah. M. Zaidi Abdad, mendefinisikan sedekah sebagai pemberian dari seorang muslim secara cuma-cuma tanpa batasan atas waktu dan jumlah, pemberian yang dilakukan oleh seseorang atas suatu kebajikan dengan mengharap ridha dari Allah.

Infak dan sedekah memiliki sifat yang lebih fleksibel. Infak dan sedekah tidak ada syarat atas nisab, haul, dan golongan yang wajib mengeluarkan dan berhak menerimanya. Pengertian sedekah dan infak itu sama, akan tetapi memiliki bentuk atas pemberian yang berbeda. Sedekah tidak hanya berupa pemberian berbentuk materi, melainkan pemberian dengan bentuk non-materi, seperti senyum, nasehat, ilmu yang diamalkan, serta berbuat baik kepada orang lain (Hardinawati, 2012).

D. E-Wallet

E-wallet adalah sistem berbasis perangkat lunak yang menyimpan uang pengguna dengan aman. Informasi pembayaran dan kata sandi digunakan untuk berbagai metode transaksi yang berasal dari situs *website*. Penggunaan *e-wallet* dapat menyelesaikan transaksi saat berbelanja dengan mudah. Pengguna *e-wallet* dapat membuat kata sandi yang aman tanpa khawatir apakah mereka tidak dapat mengingatnya nanti karena terdapat fitur untuk pemulihan kata sandi (Kagan, 2022).

E-wallet dapat digunakan bersamaan dengan sistem transaksi seluler yang dapat memungkinkan pelanggan bertransaksi dengan menggunakan ponsel saja. *E-wallet* juga dapat digunakan untuk menyimpan kartu informasi kartu loyalitas dan kupon digital. *E-wallet* merupakan fitur keuangan yang digunakan seseorang untuk menyimpan uang, bertransaksi, serta melacak riwayat transaksi melalui perangkat lain. Perangkat lunak ini mungkin disertakan dalam aplikasi seluler bank atau sebagai *platform* pembayaran.

E-wallet sebagian besar menghilangkan kebutuhan untuk membawa dompet fisik dengan menyimpan semua informasi pembayaran konsumen dengan aman dan kompak. *E-wallet* memungkinkan banyak orang untuk berpartisipasi lebih penuh

dalam sistem keuangan global. *E-wallet* memungkinkan peserta untuk menerima pembayaran pada layanan yang diberikan serta menerima dan atau pengiriman uang dari teman atau keluarga. *E-wallet* tidak memerlukan rekening bank dengan perusahaan atau cabang fisik.

Bank Indonesia menerbitkan aturan nomor 18/40/PBI/2016 Pasal 1 ayat 7 mengenai penyelenggaraan proses transaksi pembayaran yang menjelaskan tentang dompet digital (*electronic wallet*) merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data, instrumen pembayaran berupa alat pembayaran yang menggunakan kartu dan/atau uang elektronik yang dapat menyimpan dana untuk melakukan transaksi. *E-wallet* merupakan aplikasi yang memungkinkan seseorang melakukan transaksi *e-commerce* dengan menyimpan kartu kredit mereka. Pembayaran melalui *e-wallet* dianggap sebagai salah satu metode transaksi yang paling menonjol karena penggunaannya memiliki keunggulan kemudahan, fleksibilitas, dan perlindungan (Zada, 2021).

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yang diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi aktif, mempelajari sampel atau populasi tertentu, mengumpulkan data kuesioner, analisis data kuantitatif untuk mendukung hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2017). Penggunaan model asosiatif kausal atau penggunaan model yang memiliki tujuan untuk melihat korelasi antar variabel yang bersifat sebab dan akibat.

Penelitian ini menggunakan penelitian *survey*, yaitu penelitian dengan ilustrasi atau gambaran suatu keadaan yang kentara, memakai media kuesioner sebagai alat pengumpul data (Rianse, 2009). Tujuan penelitian ini menganalisis faktor yang berpengaruh pada intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*.

B. Metode Pengumpulan Data

Penelitian kuantitatif perlu untuk mengumpulkan data berupa angka. Tujuan dari pengumpulan data tersebut ialah untuk memperoleh deskripsi statistik, penjelasan, dan hubungan (Suharsaputra, 2014). Metode pengumpulan data yang

digunakan ialah dengan memberi pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab responden (Sugiyono, 2012). Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* dengan media *Google Form*. Peneliti menggunakan kuesioner yang digunakan oleh peneliti terdahulu yang telah dimodifikasi sesuai dengan konteks penelitian untuk memastikan kualitas dari kuesioner yang telah digunakan.

C. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

SEM-PLS merupakan teknik untuk pengolahan dan analisis data atau model persamaan berbasis varian yang digunakan untuk penelitian ini. SEM-PLS bisa bekerja secara efisien dengan ukuran model yang kompleks dan sampel yang kecil. SEM mampu menganalisis model pengukuran formatif dan reflektif, dapat menganalisis variabel laten dengan satu indikator tanpa menimbulkan masalah identifikasi. Alasan memilih PLS ialah karena tujuan penelitian dengan PLS bersifat prediksi/ eksplorasi/ pengembangan teori, model struktural kompleks/ hipotesis penelitian cukup banyak, ukuran sampel yang fleksibel, serta tidak membutuhkan asumsi data (distribusi data tertentu) (Yamin, 2021).

SEM ialah salah satu jenis analisis *multivariate* pada disiplin ilmu sosial. Analisis *multivariate* ialah suatu aplikasi statistika yang digunakan untuk mengidentifikasi beberapa variabel penelitian secara bersama atau simultan. Kelebihan utama penggunaan SEM ialah dapat menguji model penelitian yang kompleks secara simultan. Selain itu, SEM dapat menguji variabel yang tidak dapat diukur secara langsung serta dapat memperhitungkan kesalahan dari pengukuran (Sholihin, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Deskriptif

Uji statistik deskriptif dilakukan untuk menggambarkan data atas variabel penelitian dengan perhitungan frekuensi, nilai maksimum, dan nilai rata-rata (*mean*) atas tanggapan pernyataan dari kuesioner. Berikut hasil perhitungan statistik deskriptif pada variabel Faktor Pribadi (X1), Faktor Psikologi (X2), Faktor Kebudayaan (X3), Faktor Sosial (X4) dan Intensi (Y).

1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Max	Min	Mean	Total
Faktor Pribadi (X1)	100	12	3	7,98	798
Faktor Psikologi (X2)	100	16	4	11,22	1122
Faktor Kebudayaan (X3)	100	16	4	10,63	1063
Faktor Sosial (X4)	100	12	3	7,88	788
Intensi (Y)	100	16	4	11,86	1186

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1 dapat kita lihat bahwa frekuensi kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 100 sampel. Faktor Pribadi memiliki nilai maksimum sebesar 12 dan nilai minimum sebesar 3 dengan nilai total sebesar 798 dan memiliki rata-rata sebesar 7,98. Untuk variabel Faktor Psikologi (X2) memiliki total skor sebesar 1.122 dengan rata-rata sebesar 11,22, untuk nilai maksimal variabel Faktor Psikologi (X2) sebesar 16 dan nilai minimal sebesar 4.

Variabel Faktor Kebudayaan (X3) memiliki nilai maksimum sebesar 16 dan nilai minimumnya sebesar 4. Untuk skor total dari variabel Faktor Kebudayaan (X3) ialah sebesar 1.063 dengan rata-rata sebesar 10,63. Untuk variabel Faktor Sosial memiliki nilai maksimum sebesar 12 dan nilai minimum sebesar 3. Untuk total skor variabel Faktor Sosial sebesar 788 dengan rata-rata sebesar 7,88. Untuk variabel Intensi (Y) memiliki total skor 1.186 dengan nilai rata-rata sebesar 11,86. Untuk nilai maksimum variabel Intensi (Y) ialah sebesar 16 dan nilai minimum sebesar 4.

2. Rekapitulasi Distribusi Jawaban Responden

Dari kuesioner yang telah disebar melalui *Google Form*, akan direkapitulasi untuk mengetahui frekuensi jawaban responden pada setiap variabel Faktor Pribadi (X1), Faktor Psikologi (X2), Faktor Kebudayaan (X3), Faktor Sosial (X4) serta Intensi (Y). Deskripsi atas jawaban responden memuat rincian tentang tanggapan dengan pilihan pada masing-masing pernyataan kuesioner, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

a. Faktor Pribadi (X1)

Tabel 2. Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Faktor Pribadi (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				Total
		SS	S	TS	STS	
1	Pekerjaan saya mempengaruhi saya untuk menggunakan <i>e-wallet</i> dalam membayar infak dan sedekah	20	44	25	11	100
2	Pembayaran infak dan sedekah menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai dengan gaya hidup saya	11	50	26	13	100
3	Pembayaran infak dan sedekah menggunakan <i>e-wallet</i> sesuai dengan sifat dan pemikiran pribadi	19	39	31	11	100

Sumber: data primer diolah, 2022

Dari Tabel 2 di atas dapat kita ketahui bahwa rekapitulasi distribusi frekuensi jawaban atas variabel Faktor Pribadi (X1) diukur dengan menggunakan 3 item pernyataan. Untuk item pernyataan pertama, sebanyak 20 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 44 responden menanggapi dengan “Setuju”, sebanyak 25 responden memberikan tanggapan “Tidak Setuju”, dan sebanyak 11 responden menanggapi dengan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dari pernyataan pertama paling banyak responden menanggapi dengan “Setuju” dengan frekuensi sebesar 44 orang.

Untuk item pernyataan yang kedua, sebanyak 11 responden menanggapi dengan “Sangat Setuju”, 50 responden menanggapi dengan “Setuju”, 26 responden menanggapi dengan “Tidak Setuju”, dan 13 responden menanggapi dengan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak menanggapi “Setuju” untuk pernyataan kedua dan paling sedikit menanggapi “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi sebanyak 50 dan 11 responden.

Untuk item pernyataan yang ketiga, sebanyak 19 responden menanggapi dengan “Sangat Setuju”, 39 responden menanggapi dengan “Setuju”, 31 responden menanggapi “Tidak Setuju” dan sebanyak 11 responden menanggapi dengan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak menanggapi pernyataan ketiga dengan “Setuju” dan paling sedikit menanggapi “Tidak Setuju”.

b. Faktor Psikologi (X2)

Tabel 3. Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Faktor Psikologi (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				Total
		SS	S	TS	STS	
1	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> untuk membayar infak dan sedekah karena kebutuhan dan sudah menjadi kebiasaan	17	40	30	13	100
2	Informasi mengenai penggunaan <i>e-wallet</i> sebagai alat pembayaran infak dan sedekah membuat saya tahu dan percaya untuk membayar infak dan sedekah melalui <i>e-wallet</i>	15	58	18	9	100
3	Pengalaman saya menggunakan <i>e-wallet</i> untuk membayati infak dan sedekah mempengaruhi saya untuk membayar infak dan sedekah di kemudian hari	29	43	21	7	100
4	Keyakinan saya terhadap kemudahan penggunaan <i>e-wallet</i> dalam pembayaran infak dan sedekah mempengaruhi saya dalam menggunakannya	23	46	27	4	100

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3 tersebut, dapat kita ketahui bahwa rekapitulasi distribusi frekuensi untuk pernyataan variabel Faktor Psikologi (X2) diukur dengan menggunakan 4 pernyataan. Untuk item pernyataan pertama, sebanyak 17 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 40 responden memberi tanggapan “Setuju”, 30 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju”, dan 13 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan responden paling banyak menanggapi “Setuju” untuk item pernyataan pertama dan paling sedikit menanggapi “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi sebesar 40 dan 13 responden.

Untuk item pernyataan kedua, sebanyak 15 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 58 memberi tanggapan “Setuju”, 18 responden menanggapi “Tidak Setuju”, dan 9 responden menanggapi “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan tanggapan responden paling banyak untuk pernyataan item kedua ialah “Setuju” dengan frekuensi 58 responden dan paling sedikit menanggapi “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi sebesar 9 responden.

Untuk item pernyataan ketiga, sebanyak 29 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 43 responden memberi tanggapan “Setuju”, 21 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju” dan 7 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak menanggapi “Setuju” untuk item pernyataan ketiga dengan frekuensi sebesar 43 responden, sedangkan paling sedikit responden menanggapi “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi sebesar 7 responden.

Untuk item pernyataan keempat, sebanyak 23 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 46 responden memberi tanggapan “Setuju”, 27 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak menanggapi “Setuju” untuk item pernyataan keempat dengan frekuensi sebesar 46 responden sedangkan paling sedikit menanggapi “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi sebesar 4 responden.

c. Faktor Kebudayaan (X3)

Tabel 4. Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Faktor Kebudayaan (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				Total
		SS	S	TS	STS	
1	Saya sudah terbiasa menggunakan <i>e-wallet</i> untuk membayar infak dan sedekah	12	36	34	18	100
2	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> untuk membayar infak dan sedekah karena lebih efisien	27	41	26	6	100
3	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> untuk membayar infak dan sedekah karena ingin menyesuaikan dengan perilaku kelompok masyarakat	17	37	38	8	100
4	Nilai-nilai yang berkembang di masyarakat dapat mempengaruhi saya dalam menggunakan <i>e-wallet</i> untuk membayar infak dan sedekah	19	42	28	11	100

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari Tabel 4 dapat kita lihat bahwa rekapitulasi distribusi frekuensi untuk pernyataan variabel Faktor Kebudayaan (X3) diukur dengan 4 item pernyataan dengan jumlah responden sebanyak 100. Untuk item pernyataan pertama, sebanyak

12 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 36 responden memberi tanggapan “Setuju”, 34 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya sebanyak 18 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat kita simpulkan bahwa tanggapan responden untuk item pernyataan pertama responden paling banyak menanggapi “Setuju” dengan frekuensi sebesar 36 responden, sedangkan paling sedikit menanggapi dengan “Sangat Tidak Setuju” 18 responden.

Untuk item pernyataan kedua, sebanyak 27 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 41 responden memberi tanggapan “Setuju”, 26 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya sebanyak 6 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa responden paling banyak menanggapi “Setuju” dengan responden sebanyak 41, sedangkan paling sedikit memberikan tanggapan “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi 6 responden.

Untuk item pernyataan ketiga, sebanyak 17 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 37 responden memberi tanggapan “Setuju”, 38 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya sebanyak 8 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat kita simpulkan bahwa berdasarkan Tabel 4 paling banyak responden memberikan tanggapan “Tidak Setuju” dengan frekuensi sebanyak 38 responden, sedangkan paling sedikit memberikan tanggapan “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi 8 responden.

Untuk item pernyataan keempat, sebanyak 19 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 42 responden memberi tanggapan “Setuju”, 28 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya sebesar 11 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan Tabel 4 responden paling banyak memberikan tanggapan “Setuju” dengan frekuensi sebesar 42 responden untuk item pernyataan keempat, sedangkan paling sedikit memberikan tanggapan “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi sebanyak 11 responden.

d. Faktor Sosial (X4)

Tabel 5. Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Faktor Sosial (X4)

No	Pernyataan	Jawaban				Total
		SS	S	TS	STS	
1	Saya menggunakan <i>e-wallet</i> untuk membayar infak dan sedekah karena pengaruh dari rekan kerja	13	41	36	10	100
2	Keluarga menjadi faktor utama ketika akan menggunakan <i>e-wallet</i> untuk membayar infak dan sedekah	17	33	38	12	100
3	Menurut saya, peran dan status dapat mempengaruhi tindakan seseorang untuk membayar infak dan sedekah melalui <i>e-wallet</i>	26	35	28	11	100

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 5 dapat kita ketahui bahwa rekapitulasi distribusi frekuensi untuk variabel Faktor Sosial (X4) diukur dengan menggunakan 3 item pernyataan dengan responden sebanyak 100. Untuk item pernyataan pertama, sebanyak 13 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 41 responden memberi tanggapan “Setuju”, 36 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya sebanyak 10 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan Tabel 5 paling banyak responden memberikan tanggapan “Setuju” untuk item pernyataan pertama dengan responden sebanyak 41, sedangkan paling sedikit responden memberikan tanggapan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 10 responden.

Untuk item pernyataan kedua, sebanyak 17 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, 33 responden memberi tanggapan “Setuju”, 38 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya sebanyak 12 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa untuk item pernyataan kedua paling banyak responden menanggapi “Tidak Setuju” dengan responden sebanyak 38, sedangkan yang paling sedikit menanggapi “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi sebanyak 12 responden.

Untuk item pernyataan ketiga, sebanyak 26 responden memberikan tanggapan “Sangat Setuju”, sebanyak 35 responden memberikan tanggapan “Setuju”, sebanyak 28 memberikan tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya memberikan

tanggapan “Sangat Tidak Setuju” sebanyak 11 responden. Dengan demikian, dapat kita simpulkan bahwa berdasarkan Tabel 5 paling banyak responden menanggapi “Setuju” untuk item pernyataan ketiga sebanyak 35 responden sedangkan paling sedikit menanggapi “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi sebanyak 11 responden.

e. Intensi (Y)

Tabel 6. Rekapitulasi Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Intensi (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				Total
		SS	S	TS	STS	
1	Saya akan lebih memilih menggunakan <i>e-wallet</i> dibandingkan dengan transaksi secara manual untuk membayar infak dan sedekah	26	34	28	12	100
2	Saya berniat menggunakan <i>e-wallet</i> ketika lokasi di sekitar saya mendukung untuk menggunakan <i>e-wallet</i> dalam pembayaran infak dan sedekah	30	38	27	5	100
3	Transaksi menggunakan <i>e-wallet</i> dalam pembayaran infak dan sedekah dapat meminimalkan waktu saya dibandingkan transaksi dengan uang tunai	32	42	24	2	100
4	<i>E-Wallet</i> mudah digunakan dimana pun dan kapan pun untuk membayar infak dan sedekah	40	39	17	4	100

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 6 di atas, dapat diketahui bahwa rekapitulasi distribusi frekuensi untuk variabel Intensi (Y) menggunakan 4 item pernyataan dengan responden sebanyak 100. Dari item pernyataan pertama, sebanyak 26 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, sebanyak 34 responden memberikan tanggapan “Setuju”, sebanyak 28 responden memberikan tanggapan “Tidak Setuju”, dan sebanyak 12 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tabel di atas paling banyak responden memberikan tanggapan “Setuju” dengan frekuensi 34 responden sedangkan paling sedikit memberikan tanggapan “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi 12 responden untuk item pernyataan pertama.

Untuk item pernyataan kedua, sebanyak 30 responden memberikan tanggapan “Sangat Setuju”, sebanyak 38 responden memberi tanggapan “Setuju”, sebanyak 27 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya sebanyak 5 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tabel 6 untuk tanggapan item pernyataan kedua paling banyak responden menanggapi dengan “Setuju”, 38 responden sedangkan paling sedikit memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi 5 responden.

Untuk item pernyataan ketiga, sebanyak 32 responden memberikan tanggapan “Sangat Setuju”, sebanyak 42 responden memberikan tanggapan “Setuju”, sebanyak 24 responden memberikan tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya sebanyak 2 responden memberikan tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan tabel 6 tanggapan responden untuk item pernyataan ketiga paling banyak menanggapi dengan “Setuju” dengan frekuensi 42 responden, sedangkan paling sedikit menanggapi dengan “Sangat Tidak Setuju” 2 responden.

Untuk item pernyataan keempat, sebanyak 40 responden memberi tanggapan “Sangat Setuju”, sebanyak 39 responden memberi tanggapan “Setuju”, sebanyak 17 responden memberi tanggapan “Tidak Setuju”, dan sisanya sebanyak 4 responden memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju”. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan Tabel 6 tanggapan responden untuk item pernyataan keempat, paling banyak responden menanggapi dengan “Sangat Setuju” 40 responden, sedangkan paling sedikit memberi tanggapan “Sangat Tidak Setuju” dengan frekuensi sebanyak 4 responden.

B. Analisis Data

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) atau R-Square digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen (X) menjelaskan variabel dependennya (Y). Nilai R^2 dapat dilihat dari Tabel 7 berikut:

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	R^2
Intensi (Y)	0,704

ber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui jika variabel Intensi memiliki nilai R^2 sebesar 0,704 atau sebesar 70,4%. Hal ini menunjukkan bahwa Faktor Pribadi (X1), Faktor Psikologi (X2), Faktor Kebudayaan (X3), dan Faktor Sosial (X4) dapat menjelaskan variabel Intensi membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet* sebesar 70,4% sedangkan sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang dipilih dalam penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,704 menunjukkan hubungan antara Faktor Pribadi, Faktor Psikologi, Faktor Kebudayaan, dan Faktor Sosial terhadap Intensi Masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet* termasuk hubungan yang tinggi.

2. Uji Predictive Relevance (Q^2)

Nilai *Predictive Relevance* (Q^2) digunakan untuk mengetahui kebaikan suatu model melalui proses *blindfolding* pada SmartPLS, dimana makin tinggi nilai Q^2 dapat dikatakan jika model struktural semakin cocok (*fit*) dengan data. Uji *predictive relevance* (Q^2) dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Hasil Pengujian Q^2

Variabel	SSO	SSE	$Q^2(=1-SSE/SSO)$
Intensi	400,000	221,560	0,446

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8 tersebut, dapat diketahui bahwa nilai Q^2 sebesar 0,446 yang menunjukkan nilai Q^2 tersebut lebih besar dari 0 sehingga nilai yang diobservasi sudah dikonstruksi dengan baik dan model memiliki relevansi yang prediktif.

3. Uji Model Fit

Pada uji model *fit*, dapat mengetahui tentang kecocokan model yang dilakukan dengan menganalisis nilai *estimated model* pada SRMR dan NFI. Berikut hasil pengujian model *fit*:

Tabel 9. Hasil Uji Model Fit

Keterangan	<i>Estimated Model</i>
SRMR	0,071
NFI	0,755

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 9 di atas, nilai SRMR sebesar 0,071 yang berarti bahwa model dapat dinyatakan *good fit* dimana nilai SRMR kurang dari 0,100 ($0,71 < 0,100$). Nilai NFI sebesar 0,755 yang berarti bahwa model dapat dinyatakan *marginal fit* dimana nilai NFI berada di antara 0,60 dan 0,80 ($0,60 < 0,755 < 0,80$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini cocok dengan model yang dibangun.

4. Pembahasan Hasil Analisis

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh faktor pribadi, faktor psikologi, faktor kebudayaan, dan faktor sosial terhadap intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka diperoleh jawaban atas rumusan masalah dengan pembahasan sebagai berikut:

a. Pengaruh Faktor Pribadi (X1) terhadap Intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Faktor Pribadi berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Hal ini dibuktikan dari hasil pengujian penelitian dengan nilai *original sample* 0,311 bernilai positif, nilai *t-statistik* $2,263 > 1,96$ dan nilai *p-value* $0,024 < 0,05$. Hasil uji penelitian menyimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Sebelum seseorang membayar infak dan sedekah menggunakan *e-wallet*, diperlukan pertimbangan mengenai kegunaan dan manfaat dari menggunakan *e-wallet* sebagai alat pembayaran, kemudian mengumpulkan informasi mengenai apakah metode membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet* cocok dengan kebutuhan maupun selernya. Setelah itu memutuskan untuk menggunakan *e-wallet* sebagai media untuk membayar infak dan sedekah. Dari hal tersebut, diperlukan sebuah kemauan niat serta perencanaan untuk melakukannya. Faktor Pribadi merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan (Hapidah, 2017). Dengan demikian, semakin tinggi pengaruh pekerjaan, kesesuaian dengan gaya hidup serta sifat dan pemikiran pribadi, maka semakin tinggi pula intensi membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*.

b. Pengaruh Faktor Psikologi (X2) terhadap Intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Faktor Psikologi berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Hal ini dibuktikan dari hasil uji penelitian dengan nilai *original sample* 0,195 bernilai positif, nilai *t-statistik* 2,643 > 1,96 dan nilai *p-value* 0,008 < 0,05. Hasil pengujian penelitian menyimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan demikian, dapat diartikan bahwa Faktor Psikologi dapat menentukan intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Implikasi praktis dari penelitian ini dapat menjadi dasar bagi lembaga pengelola infak dan sedekah, dimana dalam upaya untuk meningkatkan penghimpunan infak dan sedekah melalui *e-wallet*, diperlukan perhatian terhadap faktor psikologis masyarakat. Dengan memahami faktor psikologi yang dapat mendorong intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*, lembaga pengelola infak dan sedekah dapat menemukan strategi yang tepat untuk meningkatkan penghimpunan infak dan sedekah.

c. Pengaruh Faktor Kebudayaan (X3) terhadap Intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Faktor Kebudayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Ini bisa dibuktikan dari hasil pengujian peneliti dimana nilai *original sample* 0,219 bernilai positif, nilai *t-statistik* 2,601 > 1,96 dan nilai *p-value* 0,010 < 0,05. Hasil uji penelitian menyimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan demikian, dari hasil penelitian dapat diartikan bahwa semakin tinggi faktor kebudayaan maka semakin tinggi pula intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*, begitu juga sebaliknya. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor kebudayaan dapat menentukan intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Menurut Kotler, dalam faktor kebudayaan terdapat kultur, subkultur, dan kelas sosial. Kultur ialah norma, nilai, persepsi, perilaku, preferensi yang diperoleh seseorang dari masyarakat. Subkultur ialah

bagian dari budaya dimana cakupannya lebih sempit dan terpisah oleh sistem nilai. Kelas sosial merupakan bagian dari masyarakat yang tersusun secara hierarkis. (Suprihatin, 2015). Adanya *e-wallet* dapat memudahkan seseorang untuk bertransaksi sesuai dengan kebiasaan serta kesesuaian dengan kehidupan yang modern, begitu juga dengan membayar infak dan sedekah. Dengan kemudahan tersebut, membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet* tentu akan lebih efisien. Bagi lembaga pengelola infak dan sedekah, yang belum menggunakan *e-wallet* sebagai alat untuk menghimpun dana infak dan sedekah, tentu dapat dipertimbangkan karena mengingat bahwa intensi masyarakat dalam membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet* dapat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan.

d. Pengaruh Faktor Sosial (X4) terhadap Intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*

Hasil uji mengindikasikan bahwa Faktor Sosial dapat berpengaruh positif signifikan pada Intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Ini bisa dibuktikan dari hasil pengujian peneliti dimana *original sample* 0,255 bernilai positif, nilai *t-statistik* 2,212 > 1,96 dan nilai *p-value* 0,027 < 0,05. Berdasarkan hasil uji penelitian, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh Faktor Sosial, maka semakin tinggi pula Intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*, begitu juga sebaliknya. Dengan demikian, faktor sosial dapat menentukan intensi masyarakat untuk membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Dengan kata lain, intensi seseorang terhadap *e-wallet* sebagai media untuk membayar infak dan sedekah dapat dipengaruhi oleh kelompok, keluarga, dan peran serta status. Apabila seseorang belum pernah membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*, maka akan mendapat informasi tersebut dari kelompok, keluarga, atau peran dan status tertentu yang kedepannya akan menggunakan *e-wallet* untuk membayar infak dan sedekahnya. Begitu juga bagi lembaga pengelola infak dan sedekah, dengan memperhatikan faktor sosial, tentu akan memperoleh strategi yang baik untuk menghimpun dan infak dan sedekah melalui *e-wallet* sehingga dapat memaksimalkan dalam penghimpunannya.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis faktor yang mempengaruhi intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Responden penelitian ini berjumlah 100 orang pengguna *e-wallet* baik yang telah membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet* maupun yang belum pernah menggunakan *e-wallet* sebagai media untuk membayai infak dan sedekah. Berdasarkan data yang telah terkumpul dan diuji menggunakan *software SmartPLS 3*, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Faktor Pribadi dan Intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Dengan demikian, Faktor Pribadi dapat menentukan Intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Faktor Psikologi dan Intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Dengan demikian, Faktor Psikologi dapat menentukan Intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Faktor Kebudayaan terhadap Intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Dengan demikian, Faktor Kebudayaan dapat menentukan Intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Faktor Sosial dengan Intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*. Dengan demikian, Faktor Sosial dapat menentukan Intensi masyarakat membayar infak dan sedekah melalui *e-wallet*.

REFERENSI

- Ajzen. (2005). Attitudes, Personality and Behavior. *International Journal of Strategic Innovative Marketing* 3, 117.
- Hafidhuddin, Didin. (2000). *Panduan Praktis Tentang Zakat Infaq Dan Sedekah*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Hapidah, Nur. (2017). Pengaruh Faktor Personal, Faktor Sosial Dan Faktor Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Buleleng Tahun 2016. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9, (1), 88–97.
- Hardinawati, Lusiana Ulfa, and Zilal Hamzah, Muhammad. (2017). Analisis Faktor Yang

- Mempengaruhi Intensi Donatur Membayar Zakat, Infak Dan Sedekah (ZIS) Melalui Bank (Studi Kasus Donatur Zis Di Provinsi Dki Jakarta). *Jurnal Middle East and Islamic Studies*, 4, (2).
- Kurniaputri, Mega Rachma, Rindani Dwihapsari, Nurul Huda, and Nova Rini. (2020). Intensi Perilaku Dan Religiusitas Generasi Millenials Terhadap Keputusan Pembayaran Zis Melalui Platform Digital, 7, (2), 15–22.
- Mardani. (2016). *Hukum Islam Zakat, Infaq, Sedekah, Dan Wakaf Konsep Islam Mengentaskan Kemiskinan Dan Menyejahterakan Umat*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Rianse, Usman, and Andi. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Safitri, Anfa, and Sonny Andrianto. (2015). Hubungan Antara Kohesivitas Dengan Intensi Perilaku Agresi Pada Suporter Sepak Bola, 11–24.
- Setyowati, Nanik. “Wawancara,” 2022.
- Sholihin, Mahfud, and Dwi Ratmono. (2021). *Analisis SEM-PLS Dengan WarpPLS 7.0*. Yogyakarta: Andi.
- Subiantoro. “Wawancara,” 2022.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- . (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsaputra, Uhar. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Suprihati, and Wikan Budi Utami. (2015). Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Di Kelurahan Gonilan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*, 13, (1), 104–116.
- Zada, Chrysilla, and Yunita Sopiana. (2021). Penggunaan E-Wallet Atau Dompot Digital Sebagai Alat Transaksi Pengganti Uang Tunai Bagi UMKM Di Kecamatan Banjarmasin Tengah. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan (JIEP)*, 4, (1), 251–268.