

ABSTRAK

Potensi penghimpunan wakaf uang dapat mencapai Rp180 triliun per tahun. Namun, hingga Februari 2024, akumulasi perolehan wakaf uang di Indonesia baru mencapai Rp2,23 triliun atau kurang dari 2% dari potensi yang ada. Kesenjangan yang besar ini sebagai tanda yang jelas bahwa perlu adanya pengoptimalan wakaf uang, salah satunya melalui pemanfaatan *fintech*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang memengaruhi *behavioral intention* berwakaf uang melalui BSI Mobile.

Penelitian ini menggunakan model TAM dan TPB sebagai konstruk penelitian dan memadukan *trust* dan *religiosity* untuk mengidentifikasi *behavioral intention* berwakaf uang melalui BSI Mobile. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat muslim di Indonesia. Teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan kriteria responden yang ditentukan. Pengambilan data sampel dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 210 responden. Metode pengolahan data yang digunakan adalah regresi logistik biner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude*, *Trust*, dan *Religiosity* berpengaruh signifikan terhadap *behavioral intention* berwakaf uang melalui BSI Mobile. Sedangkan, variabel *Subjective Norms* dan *Perceived Behavioral Control* tidak berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: *Behavioral Intention*, BSI Mobile, *Religiosity*, TAM, TPB, *Trust*, Wakaf Uang

