

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian	15
1.4 Sistematika Penulisan	16
BAB II TELAAH PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen Muslim	18
2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM)	22
2.1.3 Theory of Planned Behavior (TPB)	24
2.1.4 Social Capital Theory	26
2.1.5 Social Identity Theory	27
2.1.6 Wakaf	28
2.1.7 Wakaf Uang	31
2.1.8 Trust	33
2.1.9 Religiosity	35
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran	48
2.4 Hipotesis Penelitian dan Hubungan Antar Variabel	50
2.4.1 Variabel Perceived Usefulness (PU)	50
2.4.2 Variabel Perceived Ease of Use (PEOU)	51
2.4.3 Variabel Attitude	52
2.4.4 Variabel Subjective Norm (SN)	53
2.4.5 Variabel Perceived Behavioral Control (PBC)	54
2.4.6 Variabel Trust	56
2.4.7 Variabel Religiosity	57
BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	59
3.1.1 Variabel Penelitian	59
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	60
3.2 Populasi dan Sampel	65

3.2.1	Populasi	65
3.2.2	Sampel	65
3.3	Jenis dan Sumber Data	66
3.4	Metode Pengumpulan Data	67
3.5	Metode Analisis Data	68
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	68
3.5.2	Analisis Kuantitatif	69
3.5.3	Analisis Regresi Logistik	71
3.5.4	Uji Statistik.....	73
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		78
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	78
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	78
4.2	Karakteristik Responden	79
4.2.1	Responden Berdasarkan Usia.....	79
4.2.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.2.3	Responden Berdasarkan Alasan Pilihan “Tahu” Bahwa BSI Mobile Memiliki Fitur Pembayaran Wakaf Uang	82
4.2.4	Responden Berdasarkan Alasan Pilihan “Tidak Tahu” Bahwa BSI Mobile Memiliki Fitur Pembayaran Wakaf Uang	83
4.2.5	Responden Berdasarkan Alasan Pilihan “Berniat” Untuk Berwakaf Uang Melalui BSI Mobile.....	83
4.2.6	Responden Berdasarkan Alasan Pilihan “Tidak Berniat” Untuk Berwakaf Uang Melalui BSI Mobile	84
4.2.7	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	85
4.2.8	Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	86
4.2.9	Responden Berdasarkan Provinsi.....	86
4.3	Analisis Data Indeks Jawaban Responden	89
4.3.1	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Usefulness.....	90
4.3.2	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Ease of Use	90
4.3.3	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Attitude	91
4.3.4	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Subjective Norms	91
4.3.5	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Behavioral Control.....	92
4.3.6	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Trust.....	93
4.3.7	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Religiosity.....	93
4.4	Analisis Kuantitatif	94
4.4.1	Uji Validitas	94
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	96
4.5	Analisis Data Regresi Logistik Biner	96
4.5.1	Uji Kelayakan Model Regresi (Hosmer and Lemshow Test)	97
4.5.2	Uji Keseluruhan Model (Overall Fit Model).....	98
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (Pseudo R-Square)	99
4.5.4	Uji Signifikansi Simultan (Omnibus Test).....	100
4.5.5	Uji Parsial Logistik (Wald Test)	101

4.6	Interpretasi Hasil Penelitian	105
4.6.1	Pengaruh Perceived Usefulness (X1) terhadap Behavioral Intention (Y).....	105
4.6.2	Pengaruh Perceived Ease of Use (X2) terhadap Behavioral Intention (Y)	107
4.6.3	Pengaruh Attitude (X3) terhadap Behavioral Intention (Y).....	108
4.6.4	Pengaruh Subjective Norms (X4) terhadap Behavioral Intention (Y)	110
4.6.5	Pengaruh Perceived Behavioral Control (X5) terhadap Behavioral Intention (Y).....	112
4.6.6	Pengaruh Trust (X6) terhadap Behavioral Intention (Y)	113
4.6.7	Pengaruh Religiosity (X7) terhadap Behavioral Intention (Y)	115
BAB V PENUTUP		118
5.1	Kesimpulan.....	118
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	119
5.3	Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA		122
LAMPIRAN – LAMPIRAN		132

