

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi intensi mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Diponegoro dalam menggunakan layanan wakaf uang secara *online* melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM). Variabel-variabel yang diteliti meliputi *Subjective Norms*, *Perceived Security*, *Perceived trust*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi logistik biner. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 92 responden mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Diponegoro.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Subjective Norms* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwakaf *online*, sedangkan variabel lainnya seperti *Perceived Security*, *Perceived trust*, *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Ease of Use* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap intensi berwakaf *online*. Temuan ini menunjukkan bahwa keamanan, kepercayaan, manfaat, dan kemudahan penggunaan *platform* menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk berpartisipasi dalam wakaf uang secara *online*. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis, terutama dalam meningkatkan pemahaman tentang penerimaan teknologi di kalangan generasi muda Muslim serta memberikan rekomendasi bagi pengelola layanan wakaf *online* untuk meningkatkan kualitas *platform* mereka. Implikasi dari penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar pengembangan strategi pemasaran dan edukasi terkait wakaf uang secara digital.

Kata Kunci: Wakaf Uang *Online*, *Technology Acceptance Model* (TAM), Intensi Berwakaf, Mahasiswa Ekonomi Islam, *Perceived Security*, *Perceived trust*