

DAFTAR ISI

HALAMAN	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian	13
1.4 Sistematika Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	17
2.1.2 <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)	20
2.1.3 QRIS (<i>Quick Response Code Indonesian Standard</i>)	22
2.1.4 Infak dalam Perspektif Ekonomi Islam	23
2.1.5 Digitalisasi <i>Payment</i> dalam Filantropi Islam (Zakat, Infak, Sedekah)	25
2.1.6 Peran Takmir Masjid dalam Pengelolaan Infak	25
2.1.7 <i>Performance Expectancy</i> (Ekspektasi Kinerja)	26
2.1.8 <i>Effort Expectancy</i> (Ekspektasi Usaha)	27
2.1.9 Social Influence (Pengaruh Sosial)	27
2.1.10 <i>Facilitating Conditions</i> (Kondisi Pendukung)	28
2.1.11 Keputusan Takmir Menyediakan Kotak Amal QRIS	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29

2.3	Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1	Hubungan Antara <i>Performance Expectancy</i> terhadap Preferensi Minat Takmir Masjid Menyediakan Kotak Amal <i>QRIS</i>	35
2.3.2	Hubungan Antara <i>Effort Expectancy</i> terhadap Preferensi Minat Takmir Masjid Menyediakan Kotak Amal <i>QRIS</i>	36
2.3.3	Hubungan Antara <i>Social Influence</i> terhadap Preferensi Minat Takmir Masjid Menyediakan Kotak Amal <i>QRIS</i>	37
2.3.4	Hubungan Antara <i>Facilitating Conditions</i> terhadap Preferensi Minat Takmir Masjid Menyediakan Kotak amal <i>QRIS</i>	38
2.4	Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		40
3.1	Variabel dan Definisi Operasional	40
3.1.1	Variabel Penelitian.....	40
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.2	Populasi dan Sampel	44
3.2.1	Populasi.....	44
3.2.2	Sampel.....	45
3.3	Jenis dan Sumber Data	46
3.3.1	Data Primer	46
3.3.2	Data Sekunder	47
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.4.1	Studi Pustaka.....	47
3.4.2	Kuesioner	48
3.5	Metode Analisis Data.....	49
3.5.1	Uji Validalitas	49
3.5.2	Uji Reliabilitas	50
3.5.3	Uji Multikolinearitas	50
3.5.4	Analisis Regresi Logistik	51
3.5.5	Uji Kelayakan Model	52
3.5.6	Uji Koefisien Determinasi (Nagelkerke R Square).....	53
3.5.7	Uji Simultan Logistik (Omnibus Test).....	54

3.5.8	Uji Hipotesis	54
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS DATA	56
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.1.1	Kendala dalam Penggunaan Kotak Amal Berbasis <i>QRIS</i>	57
4.1.2	Manfaat Penggunaan Kotak Amal <i>QRIS</i>	58
4.2	Gambaran Umum Responden Penelitian	58
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jabatan Pengurus	59
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	60
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjabat	61
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Akses Internet.....	63
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan <i>QRIS</i> di Masjid..	63
4.2.8	Karakteristik Berdasarkan Kepemilikan Rekening Bank di Masjid ...	64
4.2.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan HP oleh Takmir	65
4.2.10	Karakteristik Berdasarkan Kepemilikan Aplikasi Pendukung <i>QRIS</i> ..	66
4.2.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Preferensi Minat	66
4.3	Analisis Data	67
4.3.1	Analisis Deskriptif	67
4.3.2	Uji Instrumen Data.....	73
4.3.3	Analisis Regresi Logit.....	77
4.4	Interpretasi dan Pembahasan Hasil Olah Data	84
4.4.1	Pengaruh Persepsi Ekspektasi Kinerja (X1) terhadap Minat Takmir Masjid dalam Menyediakan Kotak Amal <i>QRIS</i> di Kota Semarang (Y)	84
4.4.2	Pengaruh Persepsi Ekspektasi Usaha (X2) terhadap Minat Takmir Masjid dalam Menyediakan Kotak Amal <i>QRIS</i> di Kota Semarang (Y)	85
4.4.3	Pengaruh Persepsi Pengaruh Sosial (X3) terhadap Minat Takmir Masjid dalam Menyediakan Kotak Amal <i>QRIS</i> di Kota Semarang (Y)	86

4.4.4	Pengaruh Persepsi Kondisi yang Memfasilitasi (X4) terhadap Minat Takmir Masjid dalam Menyediakan Kotak Amal <i>QRIS</i> di Kota Semarang (Y)	87
BAB V PENUTUPAN.....		88
5.1	Kesimpulan	88
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	89
5.3	Saran Penelitian.....	90
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN.....		97

