

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	14
1.4 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Landasan Teori.....	16
2.1.1 Teori Konsumsi Islam	16
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	18
2.1.3 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	20
2.1.4 Zakat	22
2.1.5 Hukum Zakat	23
2.1.6 <i>Financial Technology</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1 Hubungan Persepsi Kegunaan terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat secara <i>Online</i>	32
2.3.2 Hubungan Persepsi Kemudahan terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat secara <i>Online</i>	33

2.3.3 Hubungan Sikap terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat secara <i>Online</i>	33
2.3.4 Hubungan Norma Subjektif terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat secara <i>Online</i>	34
2.3.5 Hubungan Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Muzaki Membayar Zakat secara <i>Online</i>	35
2.4 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.1.1 Variabel Penelitian	37
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi	40
3.2.2 Sampel	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.3.1 Data Primer	41
3.3.2 Data Sekunder	42
3.4 Metode Pengumpulan Data	42
3.4.1 Kuesioner	42
3.4.2 Studi Pustaka	43
3.5 Metode Analisis Data	43
3.5.1 Analisis Deskriptif	43
3.5.2 Analisis Indeks Jawaban	43
3.5.3 Analisis Kuantitatif	45
3.5.4 Uji Statistik	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Gambaran Umum Responden	52
4.2.1 Usia Reponden	53
4.2.2 Jenis Kelamin Responden	53
4.2.3 Pekerjaan Responden	54
4.2.4 Kisaran Pendapatan Responden	55
4.2.5 Zakat di Platform Digital	55
4.2.6 Platform Digital yang Digunakan Responden Berzakat <i>Online</i>	56

4.3	Analisis Data Indeks Jawaban Responden	57
4.3.1	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Persepsi Kegunaan	58
4.3.2	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Persepsi Kemudahan..	59
4.3.3	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Sikap	59
4.3.4	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Norma Subjektif.....	60
4.3.5	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Persepsi Kontrol Perilaku	61
4.4	Uji Instrumen Data	62
4.4.1	Uji Validitas.....	62
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	63
4.5	Analisis Data Regresi Logistik Biner	64
4.5.1	Uji Model Regresi Logistik (<i>Hosmer and Lemeshow Test</i>)	64
4.5.2	Menilai Keseluruhan Model (<i>Overall Fit Model</i>)	64
4.5.3	Koefisien Determinasi (<i>Pseudo R Square</i>).....	66
4.5.4	Uji Simultan Logistik (<i>Omnibus Test</i>)	67
4.5.5	Uji Parsial Logistik (<i>Uji Wald</i>).....	68
4.6	Interpretasi Hasil Penelitian	70
4.6.1	Pengaruh Persepsi Kegunaan (X1) terhadap Keputusan Berzakat (Y)	70
4.6.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) terhadap Keputusan Berzakat (Y)	71
4.6.3	Pengaruh Sikap (X3) terhadap Keputusan Berzakat (Y).....	72
4.6.4	Pengaruh Norma Subjektif (X4) terhadap Keputusan Berzakat (Y)....	73
4.6.5	Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku (X5) terhadap Keputusan Berzakat (Y).....	74
BAB V PENUTUP.....		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Keterbatasan Penelitian	76
5.3	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN.....		85
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN		85
LAMPIRAN B TABULASI DATA PENELITIAN		89
LAMPIRAN C INDEKS JAWABAN RESPONDEN.....		95
LAMPIRAN D HASIL OLAH DATA SPSS 26		96

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN	85
LAMPIRAN B TABULASI DATA PENELITIAN	89
LAMPIRAN C INDEKS JAWABAN RESPONDEN	95
LAMPIRAN D HASIL OLAH DATA SPSS 26	96

