

ABSTRAK

Potensi dan realisasi zakat yang belum maksimal dikarenakan masih banyaknya muzakki yang tidak menyalurkan zakat melalui lembaga yang resmi sehingga dibutuhkan strategi meyakinkan dengan bekerja sama oleh platform *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *technology acceptance model* terhadap keputusan muzakki membayar zakat pada aplikasi shopee barokah di Jabodetabek.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner. Populasi penelitian yaitu muzakki milenial Jabodetabek yang pernah melakukan pembayaran zakat melalui shopee barokah dengan sampel sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling – Partial Least Square (SEM PLS)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan, keamanan, dan *brand awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat pada aplikasi shopee barokah. Nilai R square sebesar 0,814 menunjukkan bahwa keputusan muzakki dapat dijelaskan sebesar 81% oleh variabel independen sedangkan 19% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model*, Shopee Barokah, SEM-PLS, Generasi Milenial.

SEMARANG
FEB UNDIP