

DAFTAR ISI

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 ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	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 Penulisan.....	14
BAB II TELAAH PUSTAKA	17
2.1 Landasan Teori	17
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen Muslim.....	17
2.1.2 Nilai Guna (Utiliti) dan <i>Mashlahah</i>	20
2.1.3 Konsep Model UTAUT	22
2.1.4 Literasi Zakat	25
2.1.5 Platform Digital	26
2.1.6 Zakat	27
2.1.7 Pembayaran Zakat Secara Digital.....	28
2.2 Penelitian Terdahulu.....	29
2.3 Kerangka Pemikiran	33

2.4	Hipotesis Penelitian.....	35
2.4.1	Variabel <i>Performance Expectancy</i> (PE).....	35
2.4.2	Variabel <i>Effort Expectancy</i> (EE).....	36
2.4.3	Variabel <i>Social Influence</i> (SI).....	36
2.4.4	Variabel <i>Facilitating Condition</i> (FC).....	37
2.4.5	Variabel Literasi Zakat.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		39
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	39
3.1.1	Variabel Penelitian.....	39
3.1.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
3.2	Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1	Populasi Penelitian.....	41
3.2.2	Sampel Penelitian.....	42
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	43
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5	Metode Analisis Data.....	45
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	46
3.5.2	Analisis Kuantitatif.....	46
3.5.3	Uji Statistik.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	54
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	54
4.2	Karakteristik Responden.....	54
4.2.1	Usia Responden.....	55
4.2.2	Jenis Kelamin Responden.....	56
4.2.3	Jenis Pekerjaan Responden.....	57
4.2.4	Tingkat Pendapatan Responden.....	57
4.2.5	Lokasi Tempat Tinggal Responden.....	58
4.3	Penggunaan Platform Digital Responden.....	59
4.4	Analisis Uji Instrumen Penelitian.....	60
4.4.1	Uji Validitas.....	60

4.4.2 Uji Reliabilitas	61
4.5 Analisis Data Regresi Logistik Biner	62
4.5.1 Interpretasi Uji Model Logistik (<i>Hosmer and Lemeshow Test</i>)	62
4.5.2 Interpretasi Uji Keseluruhan Model (<i>Overall Fit Model</i>).....	63
4.5.3 Interpretasi Uji Determinasi (<i>Pseudo R-Square</i>).....	65
4.5.4 Interpretasi Uji Signifikansi Simultan (<i>Omnibus Test</i>)	65
4.5.5 Uji Parsial Logistik (<i>Wald Test</i>)	66
4.6 Interpretasi Hasil Penelitian	69
4.6.1 Pengaruh <i>Performance Expectancy</i> (X_1) terhadap Keputusan Penggunaan (Y).....	69
4.6.2 Pengaruh <i>Effort Expectancy</i> (X_2) terhadap Keputusan Penggunaan (Y).....	71
4.6.3 Pengaruh <i>Social Influence</i> (X_3) terhadap Keputusan Penggunaan (Y)	72
4.6.4 Pengaruh <i>Facilitating Condition</i> (X_4) terhadap Keputusan Penggunaan (Y)	74
4.6.5 Pengaruh Literasi Zakat (X_5) terhadap Keputusan Penggunaan (Y) ..	75
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Keterbatasan Penelitian	78
5.3 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	85

FEB UNDIP