

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRACT .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	15
1.4 Sistematika Penulisan .....	16
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen Muslim .....	18
2.1.2 Technology Acceptance Model (TAM) .....	22
2.1.3 Theory of Planned Behavior (TPB) .....	24
2.1.4 Social Capital Theory .....	26
2.1.5 Social Identity Theory .....	27
2.1.6 Wakaf .....	28
2.1.7 Wakaf Uang .....	31
2.1.8 Trust .....	33
2.1.9 Religiosity .....	35
2.2 Penelitian Terdahulu .....	38
2.3 Kerangka Pemikiran .....	48
2.4 Hipotesis Penelitian dan Hubungan Antar Variabel .....	50
2.4.1 Variabel Perceived Usefulness (PU) .....	50
2.4.2 Variabel Perceived Ease of Use (PEOU) .....	51
2.4.3 Variabel Attitude .....	52
2.4.4 Variabel Subjective Norm (SN) .....	53
2.4.5 Variabel Perceived Behavioral Control (PBC) .....	54
2.4.6 Variabel Trust .....	56
2.4.7 Variabel Religiosity .....	57
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>59</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	59
3.1.1 Variabel Penelitian .....	59
3.1.2 Definisi Operasional Variabel .....	60
3.2 Populasi dan Sampel .....	65

3.2.1	Populasi .....	65
3.2.2	Sampel .....	65
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	66
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	67
3.5	Metode Analisis Data .....	68
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	68
3.5.2	Analisis Kuantitatif .....	69
3.5.3	Analisis Regresi Logistik .....	71
3.5.4	Uji Statistik.....	73
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>		<b>78</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	78
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	78
4.2	Karakteristik Responden .....	79
4.2.1	Responden Berdasarkan Usia.....	79
4.2.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	81
4.2.3	Responden Berdasarkan Alasan Pilihan “Tahu” Bahwa BSI Mobile Memiliki Fitur Pembayaran Wakaf Uang .....	82
4.2.4	Responden Berdasarkan Alasan Pilihan “Tidak Tahu” Bahwa BSI Mobile Memiliki Fitur Pembayaran Wakaf Uang .....	83
4.2.5	Responden Berdasarkan Alasan Pilihan “Berniat” Untuk Berwakaf Uang Melalui BSI Mobile.....	83
4.2.6	Responden Berdasarkan Alasan Pilihan “Tidak Berniat” Untuk Berwakaf Uang Melalui BSI Mobile .....	84
4.2.7	Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	85
4.2.8	Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	86
4.2.9	Responden Berdasarkan Provinsi.....	86
4.3	Analisis Data Indeks Jawaban Responden .....	89
4.3.1	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Usefulness.....	90
4.3.2	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Ease of Use ....	90
4.3.3	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Attitude .....	91
4.3.4	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Subjective Norms .....	91
4.3.5	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Perceived Behavioral Control.....	92
4.3.6	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Trust.....	93
4.3.7	Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Religiosity.....	93
4.4	Analisis Kuantitatif .....	94
4.4.1	Uji Validitas .....	94
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	96
4.5	Analisis Data Regresi Logistik Biner .....	96
4.5.1	Uji Kelayakan Model Regresi (Hosmer and Lemshow Test) .....	97
4.5.2	Uji Keseluruhan Model (Overall Fit Model).....	98
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi (Pseudo R-Square) .....	99
4.5.4	Uji Signifikansi Simultan (Omnibus Test).....	100
4.5.5	Uji Parsial Logistik (Wald Test) .....	101

4.6 Interpretasi Hasil Penelitian .....	105
4.6.1 Pengaruh Perceived Usefulness (X1) terhadap Behavioral Intention (Y).....	105
4.6.2 Pengaruh Perceived Ease of Use (X2) terhadap Behavioral Intention (Y) .....	107
4.6.3 Pengaruh Attitude (X3) terhadap Behavioral Intention (Y).....	108
4.6.4 Pengaruh Subjective Norms (X4) terhadap Behavioral Intention (Y) ....	110
4.6.5 Pengaruh Perceived Behavioral Control (X5) terhadap Behavioral Intention (Y).....	112
4.6.6 Pengaruh Trust (X6) terhadap Behavioral Intention (Y) .....	113
4.6.7 Pengaruh Religiosity (X7) terhadap Behavioral Intention (Y) .....	115
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	118
5.1 Kesimpulan.....	118
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	119
5.3 Saran.....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	122
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b> .....	132

