

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