

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor yang mempengaruhi intensi generasi Z berwakaf melalui uang secara *online*. Faktor-faktor yang diteliti yang dapat mempengaruhi intensi generasi Z dalam berwakaf melalui uang secara *online* adalah religiusitas (*Religiosity*), pengetahuan (*knowledge*), norma subjektif (*Subjective Norm*) dan kepercayaan (*Trust*) kepada Lembaga wakaf.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan menggunakan data primer yaitu dengan menggunakan metode kuesioner. Untuk penyebaran kuesioner disebarkan kepada responden dengan sampel sebanyak 100 orang. Dengan skrining awal bahwa responden beragama Islam, pernah berwakaf melalui uang secara *online* dan pernah mengikuti webinar atau kajian mengenai Wakaf melalui uang secara *online*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS 26 menggunakan uji regresi linear berganda, dengan menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik sebagai persyaratan sebelum melakukan uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Religiusitas (*Religiosity*), pengetahuan (*knowledge*), norma subjektif (*Subjective Norm*) dan kepercayaan (*Trust*) kepada Lembaga wakaf berpengaruh signifikan terhadap intensi berwakaf melalui uang secara *online*.

**Kata Kunci :** Religiusitas (*Religiosity*), pengetahuan (*knowledge*), norma subjektif (*Subjective Norm*) dan kepercayaan (*Trust*) dan Intensi