

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan mengenai penelitian yang berjudul pengaruh religiusitas, *e-service quality*, dan kepercayaan terhadap keputusan membayar zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital (studi kasus pada masyarakat muslim Kabupaten Mojokerto) yaitu sebagai berikut :

1. Variabel religiusitas (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,735, yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,985. Nilai signifikansinya sebesar 0,007, lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Artinya, secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel religiusitas (X1) terhadap keputusan membayar ZIS melalui platform digital. Hasil penelitian ini memperkuat teori Glock dan Stark mengenai lima dimensi religiusitas, yang menekankan bahwa keyakinan, praktik ibadah, pengetahuan agama, penghayatan, dan konsekuensi keagamaan akan memengaruhi perilaku seseorang. Tingginya religiusitas mendorong individu untuk lebih patuh dalam melaksanakan kewajiban zakat, termasuk melalui platform digital.
1. Variabel *e-service quality* (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,157, yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,985. Nilai signifikansinya sebesar 0,034, lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Artinya, secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel *e-*

*service quality* (X2) terhadap keputusan membayar ZIS melalui platform digital. Penelitian ini memperkuat teori Zeithaml et al. mengenai tujuh dimensi kualitas layanan elektronik. Kualitas layanan yang responsif, akurat, dan mudah digunakan terbukti meningkatkan kenyamanan pengguna sehingga berpengaruh pada keputusan membayar ZIS melalui platform digital.

2. Variabel kepercayaan (X3) memiliki t hitung sebesar 6,580, yang lebih besar dari t tabel yaitu 1,985. Nilai signifikansinya sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Artinya, secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kepercayaan (X3) terhadap keputusan membayar ZIS melalui platform digital. Sejalan dengan teori McKnight, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kepercayaan adalah landasan utama dalam interaksi digital. Dalam konteks ZIS, masyarakat bersedia bertransaksi karena meyakini platform aman, jujur, dan memiliki niat baik.
3. Dari hasil uji statistik F yang telah dilakukan, terbukti bahwa variabel religiusitas (X1), *e-service quality* (X2), dan kepercayaan (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel keputusan membayar ZIS melalui platform digital (Y). Hal tersebut dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 205,731 yang lebih besar dibandingkan nilai F tabel sebesar 2,699 dengan signifikansi sebesar 0,000.

## **B. Saran**

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, diharapkan penelitian ini dapat diperbaiki oleh peneliti selanjutnya dan dijadikan sebagai acuan atau referensi.

1. Untuk lembaga pengelola zakat, infak, dan sedekah (ZIS) baik tingkat nasional maupun daerah disarankan untuk memperkuat literasi digital ZIS di kalangan masyarakat. Edukasi mengenai cara penggunaan platform digital, jaminan keamanannya, serta transparansi pengelolaan dana ZIS perlu diperluas agar kepercayaan masyarakat semakin meningkat.
2. Untuk masyarakat lebih terbuka terhadap teknologi digital sebagai media untuk menunaikan kewajiban zakat. Namun, masyarakat juga bersikap cermat dalam memilih platform digital yang digunakan aman dan terpercaya, agar penyaluran ZIS tepat sasaran dan terhindar dari risiko penyalahgunaan.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah agar dapat dibandingkan antara kabupaten satu dengan yang lain. Serta menambahkan variabel baru agar hasil penelitian menjadi lebih komperhensif dan relevan secara praktis.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Bakhtir, A. et al. *Panduan Praktis Zakat, Infak & Shadaqah*. (Jakarta: BAZNAS (BAZIS) DKI JAKARTA, 2023).

Barkah, Qodariah, et al. *Fikih Zakat, Sedekah, dan Wakaf*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020).

Darwin, Muhammad, dkk. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020).

Indartini, Mintarti dan Mutmainah. *Analisis Data Kuantitatif*. (Klaten: Penerbit Lakeisha, 2024).

Machali, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021).

Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2020).

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. (Jakarta: Kencana, 2017).

Suryadi, Bambang dan Bahrul Hayat. *RELIGIUSITAS Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*. (Jakarta Pusat: Bliibliosmia Karya Indonesia, 2021).

Tim Divisi Kepatuhan dan Kajian Dampak LAZ Al Azhar. *Panduan Zakat Lembaga Amil Zakat Al Azhar*. (Jakarta: 2017).

Zaenal, Muhammad Hasbi, et al., *Outlook Zakat Indonesia 2024*. (Jakarta: Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS), 2024).

Zulkifli. *Panduan Praktis Memahami Zakat, Infaq, Shadaqah, Wakaf, dan Pajak*. (Yogyakarta: Kalimedia, 2020).

### Jurnal

Aini, Nurul, dan Girindra Mega Paksi. “Determinan Keputusan Generasi Z dalam Melakukan Pembayaran ZIS Melalui Digital Platform”, *Islamic Economics And*

*Finance In Focus* 3, no. 4, (2024), 713, <http://dx.doi.org/10.21776/ieff.2024.03.04.04>.

Amelia, Mia, Nasrulloh. “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Pembayaran Digital ZIS Dengan Kemudahan Akses Teknologi Sebagai Variabel Moderating”, *Journal on Islamic Finance* 10, no. 02, (2024), 407.

Anggraini, Yuanita Nur, dan Rachma Indriani. “Analisis Pengaruh Literasi Zakat dan Kepercayaan Terhadap Minat Membayar Zakat Melalui Zakat Digital Pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 5, no. 1, (2022), 56. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p54-66>.

Asnaniyah, Siti. “Pengaruh E-Service Quality, E-Trust dan ESatisfaction terhadap E-Loyalty Konsumen Muslim”, *Journal of Comprehensive Islamic Studies* 1, no. 2, (2022), 276-279. <https://doi.org/10.56436/jocis.v1i2.142>.

Azizah, Nur, Sahlan Hasbi, Fitri Yetty. “Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan ZIS Di Kitabisa.com”, *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 06, no. 02, (2021), 115. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.241>.

Fathina, Adilla, Hardius Usman, dan Hendri Sutrisno. “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kepercayaan, dan Keputusan Pengguna Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah: Studi Kasus pada Kabupaten/Kota di Indonesia”, *Jurnal Manajemen Teknologi* 20, no. 2, (2021).

Firdah, Ismail Keri, dan Fitriani. (2025). Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infak, dan Sedekah Menggunakan M-Banking (Studi Pada Muzakki Dan Munfiq di Baznas Kab. Bone). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(1), 576. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/4793>. **ABDUL CHALIM**

Hananto, Brian Alvin dan Indrawan. (2023). Pengaruh Customer Satisfaction, E-Service Quality, dan Trust Terhadap E-Wom Tokopedia di Indonesia. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 22(1), 75. <https://doi.org/10.14710/jspi.v22i1.73-86>.

Izzuddin, Fathya Fikri, dan Ibrahim Kholilul Rohman. (2022). Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pengguna Media Sosial Membayar Zakat Infak Sedekah Non Tunai, *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance*, 5(2), 542. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).11250](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).11250).

Kurniaputri, Mega Rachma, et al. (2020). Intensi Perilaku dan Religiusitas Generasi Millenials terhadap Keputusan Pembayaran ZIS Melalui Platform Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 16-20. [10.34308/eqjen.v7i2.134](https://doi.org/10.34308/eqjen.v7i2.134).

Salsabila, Nadia dan Imanuddin Hasbi. (2021). Pengaruh Citra Merek dan kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Crowdfunding

Platform Kitabisa.com. *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(2), 166. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i2.1046>.

Satriawan, Lussy Putri dan Asron Saputra. (2023). Pengaruh Brand Image, Kreativitas Iklan dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Kaum Milenial Pengguna Shopee Di Kota Batam. *Dynamic Management Journal*, 7(1), 150. <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v7i1>.

Sukmawati, Heni, Iwan Wisandani, dan Mega Rachma Kurniaputri. (2022). Penerimaan dan Penggunaan Muzakki dalam Membayar Zakat Non-Tunai di Jawa Barat: Ekstensi Teori Technology of Acceptance Model. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 9(4), 440. [10.20473/vol9iss20224pp439-452](https://doi.org/10.20473/vol9iss20224pp439-452).

Surahmah. (2024). Strategi Pengembangan Kualitas Layanan Digital dalam Membentuk Kepuasan Nasabah BSI Sidoarjo. *Saneskara: Journal of Social Studies*, 1(2), 94-95. <https://doi.org/10.62491/sjss.v1i2.2024.13>.

Syafitri, O.Y., et al. (2021). Tingkat Religiusitas dan Pendapatan: Analisis Pengaruh Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq dan Shadaqah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 34-40. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1915>.

### Internet

Antaranews, “BAZNAS Tekankan Digitalisasi Dalam Rangka Optimalkan Pengelolaan Zakat”, dalam <https://www.antaranews.com/berita/4339135/baznas-tekankan-digitalisasi-dalam-rangka-optimalkan-pengelolaan-zakat>, (6 Mei 2025).

APTIKA Kominfo, “Pelatihan UMKM Mojokerto Agar Mampu Bersaing di Era Digital”, dalam [aptika.kominfo.go.id](https://aptika.kominfo.go.id) (20 Maret 2025).

Baznas.go.id, “Statistik Zakat Nasional”, dalam <https://baznas.go.id/statistik-zakat-nasional> (8 Desember 2024).

Badan Pusat Statistik Kabupaten Mojokerto, “Jumlah Penduduk Agama Islam Menurut Kecamatan”, dalam <https://mojokertokab.bps.go.id> (8 April 2025).

Diskominfo-Informatika, “Hadiri Pengajian Muslimat dan Fatayat Desa Cembor, Bupati Ikfina Apresiasi Dukungan Kaum Ibu dalam Pembangunan Kabupaten Mojokerto”, dalam <https://mojokertokab.go.id> (8 April 2025).

Diskominfo-Informatika, “Bina TP PKK, Bupati Mojokerto Imbau Pentingnya Literasi Digital di Dunia Maya”, dalam <https://mojokertokab.go.id>, (17 Desember 2024).

Jatim Newsroom, “400 Siswa SMK se-Mojokerto Ikuti Seminar Literasi Digital”, dalam <https://kominfo.jatimprov.go.id>, (17 desember 2024).

Spotnews, “BAZNAS Kabupaten Mojokerto Capai Target Pengumpulan ZIS Tahun 2024 Sebesar Rp 6 Miliar”, dalam <https://www.spotnews.id/baznas/baznas-kabupaten-mojokerto-targetkan-pengumpulan-zis-rp-6-miliar-di-tahun-2024/>, (6 Mei 2025).

Sutrisno, Eri. “Tingkat Ketimpangan Alami Penurunan”, dalam <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8406/tingkat-ketimpangan-indonesia-alami-penurunan?lang=1>, (8 Desember 2024).

