



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)
Accredited No. 204/E/KPT/2022
DOI: <https://doi.org/10.30651/jms.v11i1.29774>
Volume 11, No. 1, 2026 (165 - 185)

PENGARUH LITERASI ZAKAT DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MEMBAYAR ZAKAT DI BAZNAS PROVINSI BANTEN DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Devina Hasna Luthfiyah¹, Moh. Mukhsin², M. Ainun Najib³

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa¹²³

5554210067@untirta.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the effect of zakat literacy and service quality on the interest to pay zakat, with trust as an intervening variable among millennials in Banten Province. The study uses a quantitative causality research design. Sampling was conducted using non-probability sampling with a purposive sampling method, involving 100 respondents. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires. Data analysis was performed using the PLS-SEM method. The results of the study indicate that zakat literacy has no effect on interest to pay zakat. Service quality and trust have an effect on interest to pay zakat. Zakat literacy and service quality have an effect on trust. Zakat literacy and interest to pay zakat cannot be mediated by trust. Meanwhile, service quality and interest to pay zakat can be mediated by trust.

Keywords: *Zakat Literacy, Service Quality, Interest in Paying Zakat, Trust*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi zakat dan kualitas pelayanan terhadap minat membayar zakat dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada generasi milenial di Provinsi Banten. Jenis penelitian menggunakan kuantitatif kausalitas. Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan metode Purposive sampling dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan metode PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi zakat tidak memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat. Kualitas

pelayanan dan Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat. Literasi zakat dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan. Literasi zakat dan minat membayar zakat tidak dapat dimediasi oleh kepercayaan. Sedangkan kualitas pelayanan dan minat membayar zakat dapat dimediasi oleh kepercayaan.

Kata Kunci: Literasi Zakat, Kualitas Pelayanan, Minat Membayar Zakat, Kepercayaan

1. Pendahuluan

Dalam tatanan ekonomi dan sosial masyarakat muslim, zakat merupakan mekanisme yang sangat penting, oleh karena itu diperlukan pengelolaan yang profesional agar dana yang diperoleh dari zakat dapat disalurkan kepada orang yang berhak menerimanya. Zakat merupakan rukun ketiga dari lima rukun islam, yang memiliki fungsi sebagai mekanisme untuk mendistribusikan kembali kekayaan yang dimiliki oleh umat muslim yang mampu kepada orang yang kurang mampu, sehingga mendorong adanya kesetaraan sosial dan ekonomi. Zakat adalah prinsip dasar dalam islam yang dirancang untuk mengurangi kesenjangan ekonomi dan membantu mereka yang membutuhkan (Ramadhani & Hapsari, 2022).

Dalam islam menekankan pentingnya keadilan, kesejahteraan, dan kemakmuran umatnya sebagai prinsip utama dalam kehidupan sosial. Oleh karena itu, upaya pengentasan kemiskinan menjadi aspek yang sangat penting.

Salah satu provinsi di Indonesia dengan total penduduk yang didominasi oleh masyarakat beragama islam adalah Provinsi Banten. Total penduduk muslim yang ada di Banten per 31 Desember 2023 sebanyak 11,82 juta jiwa (Darmawan, 2024). Hal tersebut membuat provinsi Banten memiliki potensi atau target penghimpunan dan pendistribusian zakat yang sangat besar (BAZNAS, 2024a).

Namun sangat disayangkan bahwa realisasi dari penerimaan zakat belum optimal. Menurut Laporan Pengelolaan Zakat Nasional pada Akhir Tahun 2024 mencatat bahwa realisasi dalam pengumpulan zakat di Provinsi Banten mencapai Rp 135,5 miliar (BAZNAS, 2024b). Sedangkan target pengumpulan zakat di Provinsi Banten yaitu sebesar Rp 735,12 miliar. Berdasarkan perbedaan yang terjadi antara target pengumpulan serta hasil penerimaan zakat pada tahun 2024 di provinsi banten memiliki selisih mencapai Rp 599,62 miliar atau hanya memperoleh sebesar 31,1% dari target pengumpulan zakat yang ada. Dilihat dari penghimpunan zakat yang belum mencapai tingkat optimal, hal tersebut terjadi

akibat dari beberapa faktor penyebab yang salah satunya menurut Nur dan Zulfahmi (2018) adalah kurangnya minat muzakki dalam membayar zakat (Putri et al., 2022).

Keadaan dimana masyarakat memiliki niat untuk menyisihkan sebagian pendapatannya dan menyalurkan pendapatan tersebut kepada lembaga amil zakat dapat diartikan sebagai minat masyarakat dalam membayar zakat. Mengetahui bahwa besarnya manfaat yang diterima dari pelaksanaan zakat dalam upaya meningkatkan minat masyarakat dalam membayar zakat melalui BAZNAS menjadi hal yang sangat penting (Anisa et al., 2024).

Generasi milenial merupakan kelompok demografis penting yang telah menarik perhatian dalam beberapa tahun terakhir. Kelompok ini umumnya lahir pada tahun 1980-2000, sehingga termasuk kedalam kelompok usia produktif yaitu usia sekitar 20-40 tahun. Sebagian besar penduduk yang bekerja berada pada kelompok usia 25-49 tahun dengan rasio sebesar 60,88%, yang menunjukkan bahwa rentang usia tersebut merupakan puncak produktivitas tenaga kerja secara keseluruhan (BPS, 2024). Kondisi tersebut memperkuat pernyataan tentang besarnya potensi zakat yang berasal dari kelompok usia produktif, termasuk generasi milenial (Farhan et al., 2024).

Salah satu faktor penting dalam mendorong peningkatan pengumpulan zakat adalah tingkat literasi zakat masyarakat. Tingkat literasi atau pemahaman masyarakat terhadap zakat merupakan faktor penting dalam pengelolaan zakat. Hal tersebut dikarenakan tingkat literasi dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan, terutama pilihan muzakki menyalurkan dana zakatnya kepada organisasi dan lembaga resmi milik pemerintah (Nafi'ah et al., 2023). Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Kasri & Sosianti, 2023) mengungkapkan bawa literasi zakat memiliki pengaruh terhadap niat membayar zakat. Semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang tentang zakat, maka semakin besar juga kemungkinan mereka menunaikan zakat. Hal ini menegaskan bahwa edukasi dan sosialisasi tentang zakat, khususnya pada era digital saat ini berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan memudahkan muzakki dalam melakukan kewajibannya dalam hal membayar zakat. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nafi'ah et al., 2023), (Widowati & Putri, 2024), (Febrianti & Yasin, 2023) dan (Anisa et al., 2024) yang menunjukkan bahwa literasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat membayar zakat.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat adalah kualitas pelayanan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Alfriani et al., 2022) menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara signifikan kualitas pelayanan

terhadap minat muzakki dalam membayar zakat. Hal tersebut terjadi karena semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh organisasi pengelola zakat, maka semakin besar pula minat muzakki dalam menunaikan kewajibannya. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas pelayanan sangat penting bagi lembaga pengelola zakat untuk mengoptimalkan pendapatan zakat yang diperoleh dari para muzakki. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Igamawarni et al., 2023), (Aningsih, 2019), (Salmawati & Fitri, 2018), dan (Nur, 2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat membayar zakat.

Kepercayaan menjadi sangat penting karena dalam zakat, muzakki tidak hanya mempertimbangkan faktor ekonomi dan pengetahuan saja, tetapi juga oleh kepercayaan terhadap keterbukaan dan akuntabilitas organisasi zakat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Gazali & Anwar, 2023) menunjukkan bahwa literasi zakat memiliki pengaruh terhadap kepercayaan. Hal tersebut berarti literasi zakat sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan muzakki terhadap penyaluran zakat melalui lembaga amil zakat serta memotivasi mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga-lembaga tersebut. Serta menurut penelitian (Husna & Farid, 2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada muzakki oleh pegawai (amil) badan amil zakat, bertujuan untuk memenuhi harapan para muzakki yang ingin mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Ketika muzakki merasa puas dengan kinerja para pegawai BAZNAS, maka mereka cenderung memilih untuk terus menyalurkan zakat mereka dan mempercayakan lembaga tersebut untuk mengelolanya.

Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan berbagai fenomena bisnis dan gap penelitian yang telah dijelaskan. Ini menetapkan dasar untuk sebuah studi yang berfokus pada pemahaman dan analisis apakah adanya dampak simultan dan parsial dari variabel Literasi zakat, Kualitas Pelayanan, minat membayar zakat, dan kepercayaan sebagai variabel intervening di BAZNAS Provinsi Banten.

2. Kajian Pustaka

2.1. Zakat

Zakat secara bahasa (زكاة) merupakan bentuk kata kerja dari dasar kata (زكى). Zakat memiliki arti yaitu “barakah”, suci atau bersih, dan maslahah. Istilah dari “zaka” menandakan adanya pertumbuhan dan perkembangan, sementara seseorang yang digambarkan sebagai “zaka” berarti orang yang baik. Dapat dikatakan bahwa pertumbuhan serta peningkatan terjadi karena tindakan memberikan zakat dapat mengurangi timbangan keburukan dan meningkatkan

timbangan kebaikan (Abbas, 2017). Sedangkan menurut istilah, zakat merupakan pengeluaran dari sebagian harta tertentu yang telah memenuhi syarat (nishab, haul, dan lain-lain) yang dialokasikan kepada mustahik, selaku orang yang berhak menerimanya (BAZNAS, 2023). Zakat menurut buku fikih zakat kontemporer oleh (Sahroni et al., 2020) dibagi menjadi 2 macam, yaitu zakat mal dan zakat fitrah.

2.2. Minat Membayar Zakat

Menurut Nur'aini & Ridla, minat atau niat dapat diartikan sebagai sebuah kecenderungan untuk memusatkan perhatian dan terlibat dengan individu, aktivitas, atau keadaan yang membangkitkan rasa senang (Pristi & Setiawan, 2019). Minat merupakan suatu keinginan dan adanya ketertarikan terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu, tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Selain itu, minat dapat berfungsi sebagai pemicu dari dalam diri untuk mendorong individu dalam menyelidiki, memahami, atau berpartisipasi lebih dalam, sehingga secara efektif mempengaruhi perkembangan perilaku dan proses pengambilan keputusan (Suyadi et al., 2022). Sedangkan minat dalam membayar zakat menandakan adanya kesadaran pribadi akan perlunya menyalurkan zakat sesuai dengan ketentuan syariah dan melalui lembaga-lembaga terpercaya serta transparan yang mampu mendistribusikan zakat secara efektif kepada para mustahik (Pertwi, 2020). Tiga faktor minat menurut (Nugroho & Nurkhin, 2019) yaitu: dorongan yang berasal dari dalam diri individu, adanya motif sosial dan faktor emosional.

2.3. Literasi Zakat

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Soemitra & Nasution, 2021) menjelaskan bahwa literasi mencakup pengetahuan, pemahaman, dan kecenderungan seseorang terhadap suatu hal. Jadi, dapat diketahui bahwa literasi zakat merupakan pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan seseorang untuk melaksanakan kewajiban zakat mereka, sehingga meningkatkan kesadaran individu terkait dengan kewajiban mereka dalam membayar zakat. Literasi zakat ini mengacu pada kesiapan dan kemampuan seseorang untuk mendapatkan pengetahuan yang berkaitan dengan zakat. Karena literasi berkaitan erat dengan keinginan seseorang terhadap suatu hal, maka tingginya tingkat literasi zakat akan mempengaruhi niat seseorang dalam membayar zakat (Widowati & Putri, 2024). Sutarno (2003) dalam penelitian (Febrianti & Yasin, 2023) indikator literasi zakat terdiri dari: pengetahuan mengenai kewajiban dalam berzakat, menghitung banyaknya zakat yang harus dikeluarkan, mengetahui dampak dari zakat, dan mengetahui program distribusi zakat.

2.4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mengacu pada tingkat kesempurnaan yang diharapkan oleh konsumen, serta upaya untuk mempertahankan dan mengatur kualitas tersebut agar sesuai dengan harapan mereka. Kualitas ditentukan oleh kebutuhan dan persepsi konsumen. Artinya, penilaian kualitas berasal dari perspektif pelanggan dan bukan dari sudut pandang penyedia layanan (Pebrianti et al., 2022). Hal tersebut dikarenakan konsumen mengalami dan merasakan layanan yang ditawarkan, sehingga memungkinkan mereka untuk mengevaluasi kualitasnya. Akibatnya, kualitas pelayanan baik positif maupun negatif bergantung pada konsistensi penyedia layanan dalam memenuhi harapan konsumen (Anugrah & Sudarmayasa, 2020). Menurut Parasuraman (1988) dalam penelitian (Sanurdi, 2021), indikator kualitas pelayanan terdiri dari: bukti fisik (*tangible*), reliabilitas, daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati.

2.5. Kepercayaan

Kepercayaan menurut Taufiq Amir (2005) dapat digambarkan sebagai keyakinan terhadap produk atau kualitas tertentu, yang berasal dari kesan yang diperoleh melalui pengetahuan dan pengalaman sebelumnya (Hamzah & Kurniawan, 2020). Kepercayaan merupakan keyakinan yang baik terhadap suatu yang dianggap benar. Dalam konteks ini, kepercayaan menunjukkan keyakinan bahwa lembaga pengelola zakat yaitu BAZNAS dapat dipercayakan untuk melaksanakan tanggung jawabnya dengan baik, transparansi dalam pengelolaan dana zakat memberikan layanan yang memuaskan dengan informasi yang tepat, dan dapat mempertanggungjawabkan tindakannya. Kepercayaan muzakki terbentuk ketika lembaga zakat menunjukkan kinerja yang baik, mencakup akuntabilitas, transparansi, dan bertanggung jawab dalam setiap aspek pengelolannya (Mubarak & Safitri, 2022). Berdasarkan penelitian (Abdullah et al., 2022) ada tiga faktor yang menjadi indikator dalam mengukur variabel kepercayaan, yaitu: kemampuan, kejujuran, kebaikan.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan penelitian kausalitas. Menurut Siyoto & Sodik (2015) secara spesifik, penelitian kuantitatif merujuk pada penelitian yang bergantung pada angka, mulai dari tahap pengumpulan, analisis, hingga penyajian data. Penelitian ini menitikberatkan pada analisis data berbentuk angka yang diolah menggunakan metode statistik yang sesuai. Umumnya, penelitian kuantitatif digunakan dalam studi inferensial untuk menguji hipotesis (Hardani et al., 2020).

Penelitian kausalitas merupakan jenis penelitian yang dibuat untuk menguji kemungkinan adanya hubungan sebab dan akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam penelitian kausalitas, peneliti biasanya sudah memiliki dugaan awal mengenai arah hubungan sebab-akibat tersebut, sehingga peneliti dapat menentukan variabel mana yang berperan sebagai penyebab, variabel antara, serta variabel yang dipengaruhi (terikat) (Sanusi, 2024).

Pada penelitian ini, populasi yang diambil merupakan masyarakat generasi millennial, lahir pada tahun 1980-2000 yang ada di Provinsi Banten dengan total penduduk sebanyak 5,04 juta jiwa (BPS, 2024a). Populasi tersebut dipilih karena masyarakat generasi milenial merupakan penduduk kedua terbesar berdasarkan penggolongan kelompok atau generasi. Secara ekonomi kependudukan, generasi millennial termasuk pada golongan usia produktif dan menjadi kekuatan utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi saat ini (BPS, 2022).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Sedangkan untuk metode yang diambil adalah *Purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu secara selektif (Muin, 2023).

Sanusi (2014) menjelaskan bahwa teknik untuk menentukan seberapa banyak jumlah populasi yang akan dijadikan sampel penelitian, dapat menggunakan rumus slovin (Is'ad & Yasin, 2023), pada penelitian ini dapat diketahui bahwa sampel yang akan diteliti berjumlah 100 orang dengan kriteria responden adalah muzakki berdomisili di Banten dan Generasi Milenial (lahir tahun 1980-2000).

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan *Microsoft Excel* dan *SmartPLS v4.0*. Sedangkan metode yang digunakan adalah *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, yaitu metode statistik yang menggabungkan antara teknik ketergantungan, di mana variabel dependen diprediksi oleh variabel independen dan teknik ketidakbergantungan, dimana variabel tidak dibagi menjadi variabel dependen dan independen; sebaliknya, semua variabel dianalisis sebagai satu kesatuan. Atau dengan kata lain, PLS-SEM merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis serta memodelkan keterkaitan antar variabel dalam suatu kerangka konseptual (Iba & Wardhana, 2023).

PLS-SEM digunakan untuk menjelaskan hubungan simultan antara banyak variabel melalui dua model, yaitu model pengukuran (*Outer Model*) yang

menggambarkan keterkaitan antara indikator dan konstruk, serta model struktural (Inner Model) yang menunjukkan hubungan antara konstruk (Wibowo, 2024).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini mengelompokkan karakteristik responden berdasarkan domisili, jenis kelamin, jenis pekerjaan, usia, serta tingkat pendapatan. Responden merupakan masyarakat yang tinggal di Provinsi Banten dan termasuk kedalam kategori Generasi Milenial. Dari data yang terkumpul, karakteristik responden dapat digambarkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil yang didapat melalui pengisian kuesioner, mayoritas responden atau sebanyak 60% berasal dari Kota Cilegon. , 10% responden berasal dari Kabupaten Serang, 7% responden berasal dari Kabupaten Tangerang, 4% responden berasal dari Kota Serang, 6% responden berasal dari Kabupaten Pandeglang, 4% responden berasal dari Kota Tangerang, 5% responden berasal dari Tangerang Selatan, dan 4% responden berasal dari Kabupaten Lebak.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas responden 72% berjenis kelamin Perempuan,, sementara 28% lainnya merupakan responden berjenis kelamin Laki-Laki.

Hasil pengelompokkan karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa sebanyak 29% mayoritas responden termasuk kedalam kelompok usia 25-30 tahun, 18% responden merupakan kelompok usia 31-34 tahun, 12% responden merupakan kelompok usia 35-37 tahun, 17% responden merupakan kelompok usia 38-40 tahun, serta 24% responden merupakan kelompok usia 41-44 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan menunjukkan bahwa sebanyak 31% responden memiliki pendapatan < 2.000.000, 20% responden memiliki pendapatan sebanyak 2.000.000 – 4.000.000, 24% responden memiliki pendapatan sebanyak 4.000.000 – 6.000.000, serta 25% responden memiliki pendapatan \geq 6.000.000.

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan menunjukkan bahwa 24% responden bekerja sebagai Pegawai Swasta, 4% responden bekerja sebagai petani, 23% responden bekerja sebagai Wiraswasta, 4% responden bekerja honorer, 13% responden bekerja sebagai guru, 18% responden merupakan Ibu Rumah Tangga, 1% responden bekerja sebagai Bidan, 2% responden bekerja sebagai Freelancer, 10% responden bekerja sebagai PNS, serta 1% responden bekerja sebagai Polisi (Polri).

4.2. Analisis Data

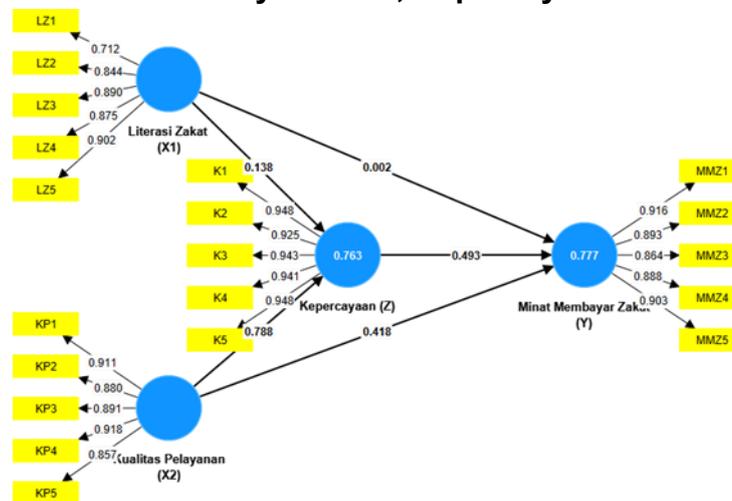
Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

1. Construct Validity (Uji Validitas)

a. Convergent Validity (Uji Validitas Konvergen)

Construct validity atau validitas konstruk merujuk pada sejauh mana hasil pengukuran selaras dengan teori yang mendasari definisi dari konstruk tersebut. Pengujian convergent validity dilakukan menggunakan dua parameter, yaitu outer loading (loading factor) dan Average Variance Extracted (AVE). Secara umum, nilai loading factor dianggap memenuhi kriteria apabila berada $> 0,7$ (Hair et al., 2022). Dengan kata lain, indikator dapat dinyatakan valid apabila memiliki nilai convergent validity lebih dari 0,7.

Gambar 1 Outer Model Variabel Literasi Zakat, Kualitas Pelayanan, Minat Membayar Zakat, Kepercayaan



Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan gambar 1 diatas, menunjukkan model yang memperlihatkan hubungan antar variabel beserta indikator-indikatornya, termasuk nilai outer loading pada masing-masing indikator. Selanjutnya, tabel dibawah ini menampilkan nilai outer loading untuk setiap indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini:

Tabel 1 Nilai Loading Factor Tahap Pertama

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
Literasi Zakat (X1)	X1.1	0,712	Valid
	X1.2	0,844	Valid
	X1.3	0,890	Valid
	X1.4	0,875	Valid
	X1.5	0,902	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,911	Valid
	X2.2	0,880	Valid
	X2.3	0,891	Valid
	X2.4	0,918	Valid
	X2.5	0,857	Valid
Minat Membayar Zakat (Y)	Y.1	0,916	Valid
	Y.2	0,893	Valid
	Y.3	0,864	Valid
	Y.4	0,888	Valid
	Y.5	0,903	Valid
Kepercayaan (Z)	Z.1	0,948	Valid
	Z.2	0,925	Valid
	Z.3	0,943	Valid
	Z.4	0,941	Valid
	Z.5	0,948	Valid

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Menurut data yang di hasil dari pengujian *convergent validity* menggunakan parameter *loading factor* menunjukkan bahwa seluruh indikator dinyatakan valid sebagai bagian dari variabel penelitian karena memiliki nilai *loading factor* di atas 0,7 (Hair et al., 2022).

Tabel 2 Average Variance Extracted (AVE)

	AVE
Kepercayaan (Z)	0,885
Kualitas Pelayanan (X2)	0,795
Literasi Zakat (X1)	0,718
Minat Membayar Zakat (Y)	0,797

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan tabel 2 di atas, didapatkan hasil yang sejalan dengan uji validitas konvergen menggunakan Average Variance Extracted (AVE), yang menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian, yaitu Literasi Zakat, Kualitas

Pelayanan, Minat Membayar Zakat, dan Kepercayaan, memiliki nilai AVE di atas 0,5 (Hair et al., 2022). Dengan demikian, seluruh variabel dapat dinyatakan valid secara konvergen.

b. Discriminant Validity (Uji Validitas Diskriminan)

Discriminant validity merupakan uji validitas wajib dalam model PLS. Penilaian validitas diskriminan dilakukan melalui parameter cross loading dan *Fornell-Larcker Criterion*, yaitu dengan membandingkan nilai suatu variabel dalam bloknya sendiri dengan nilai pada blok variabel lain. Secara umum, cross loading dinilai memenuhi kriteria apabila bernilai lebih dari 0,7 (Hair et al., 2022).

Tabel 3 Discriminant Validity

No.	Item	Literasi Zakat	Kualitas Pelayanan	Minat Membayar Zakat	Kepercayaan
1	P1	0,712	0,627	0,583	0,573
2	P2	0,844	0,403	0,371	0,441
3	P3	0,890	0,398	0,372	0,446
4	P4	0,875	0,394	0,346	0,440
5	P5	0,902	0,495	0,476	0,514
6	P1	0,495	0,911	0,756	0,783
7	P2	0,546	0,880	0,713	0,684
8	P3	0,528	0,891	0,720	0,785
9	P4	0,540	0,918	0,762	0,839
10	P5	0,436	0,857	0,815	0,761
11	P1	0,431	0,742	0,916	0,746
12	P2	0,495	0,779	0,893	0,785
13	P3	0,453	0,722	0,864	0,766
14	P4	0,430	0,766	0,888	0,697
15	P5	0,548	0,767	0,903	0,821
16	P1	0,948	0,612	0,782	0,948
17	P2	0,925	0,514	0,833	0,925
18	P3	0,943	0,567	0,805	0,943
19	P4	0,941	0,551	0,808	0,941
20	P5	0,948	0,516	0,799	0,948

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Hasil pengujian *discriminant validity* menggunakan parameter cross loading menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan untuk validitas diskriminan. Oleh karena itu, semua indikator dianggap sah dan valid dalam bagian dari variabel penelitian. Selain itu, *discriminant validity* juga dapat diukur menggunakan

pendekatan *Fornell-Larcker Criterion*. Cara pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE dari variabel laten dengan korelasinya terhadap variabel laten lainnya. Sebuah variabel laten dianggap memenuhi kriteria apabila akar kuadrat AVE lebih tinggi daripada korelasi dengan variabel laten lainnya (Wibowo, 2024).

Tabel 4 Metode Fornell-larcker

	K (Z)	KP (X2)	LZ (X1)	MMZ (Y)
Kepercayaan (Z)	0,941			
Kualitas Pelayanan (X2)	0,866	0,892		
Literasi Zakat (X1)	0,586	0,570	0,848	
Minat Membayar Zakat (Y)	0,856	0,846	0,530	0,893

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Pengujian discriminant validity melalui metode *Fornell-Larcker Criterion* dan cross loading menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Oleh karena itu, semua indikator diterima sebagai bagian dari variabel penelitian.

2. Construct Reliability (Uji Reliabilitas)

Reliabilitas berfungsi untuk menilai sejauh mana indikator konsisten dalam mengukur variabel laten, dan biasanya dinilai melalui dua alat ukur utama, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability (CR)*.

Tabel 5 Uji Validitas Reabilitas

No.		<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_a)</i>	Keterangan
1	Literasi Zakat (X1)	0,901	0,908	Valid
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0,935	0,937	Valid
3	Minat Membayar Zakat (Y)	0,936	0,937	Valid
4	Kepercayaan (Z)	0,967	0,968	Valid

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan hasil dari uji validitas reliabilitas pada tabel 5 diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada setiap variabel telah memenuhi standar yang ditetapkan. Menurut (Hair et al., 2022), nilai *composite reliability* yang lebih dari 0,70 menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Pengujian Model Struktural (Inner Model)

a. R-Square

Hasil dari uji R-Square adalah sebagai berikut:

Tabel 6 Pengujian R-Square

No.		R-square	R-square adjusted	Keterangan
1	Minat Membayar Zakat (Y)	0,763	0,758	Valid
2	Kepercayaan (Z)	0,777	0,770	Valid

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Dari hasil uji R-Square pada tabel 6 di atas, dapat disimpulkan bahwa model ini mampu menjelaskan variabel endogen, yaitu Minat Membayar Zakat sebesar 0.763 atau 76,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel eksogen, yaitu Literasi Zakat dan Kualitas Pelayanan, secara bersama-sama mempengaruhi minat tersebut sebesar 76.3%, sedangkan sisanya yaitu 23,7%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Selain itu, model juga memiliki kemampuan dalam menjelaskan variabel Kepercayaan sebesar 0.777 atau 77.7% melalui variabel Literasi Zakat dan Kualitas Pelayanan, sementara 22,3% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai R^2 berada pada rentang 0 hingga 1; semakin mendekati angka 1, maka semakin besar pula kemampuan model dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Kriteria terkait dengan R-Square yaitu: $R^2 \geq 0,75$ (Sangat Kuat), $R^2 \geq 0,50$ (Sedang), $R^2 \geq 0,25$ (Lemah) (Wibowo, 2024). Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa uji R pada penelitian ini termasuk dalam kategori sangat kuat.

b. F-Square

Nilai F-Square atau F^2 digunakan untuk menilai sejauh mana perubahan pada variabel independen dapat berpengaruh terhadap variabel dependen dalam suatu model. Kriteria terkait dengan *F-square* yaitu: $F^2 \geq 0,02$ (kecil), $F^2 \geq 0,15$ (Sedang), $F^2 \geq 0,35$ (Besar) (Wibowo, 2024).

Tabel 7 Pengujian F-Square

No.		Literasi Zakat	Kualitas Pelayanan	Minat Membayar Zakat	Kepercayaan
-----	--	----------------	--------------------	----------------------	-------------

1	Literasi Zakat (X1)			0,000	1,768
2	Kualitas Pelayanan (X2)			0,191	0,054
3	Minat Membayar Zakat (Y)				
4	Kepercayaan (Z)			0,258	

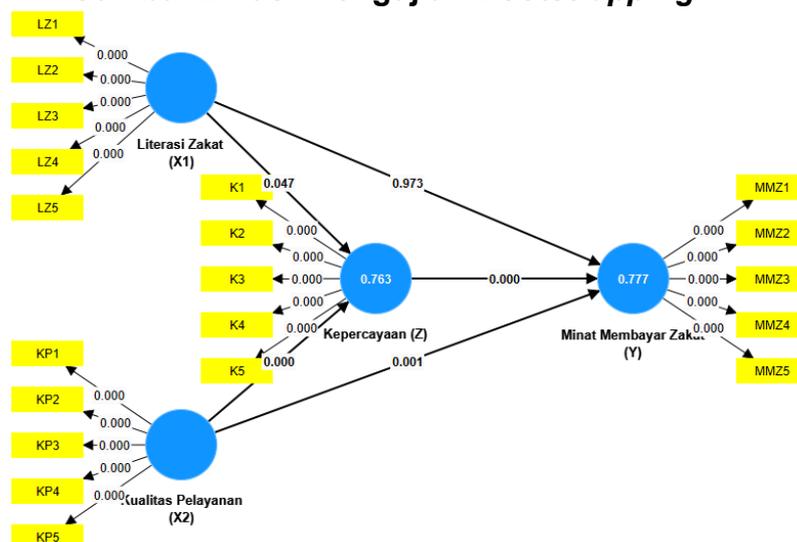
Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Dengan hasil uji Square, Literasi Zakat tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Membayar Zakat, yaitu 0%. Sementara itu, Kualitas Pelayanan berkontribusi sebesar 19,1% atau pengaruhnya sedang. Sisanya 100% dan 80,9%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar lingkup penelitian. Dalam memprediksi Kepercayaan, Literasi Zakat berkontribusi sebesar 100% atau pengaruhnya besar, sementara Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh sebesar 5,4% atau pengaruhnya kecil. Sisanya, 0% dan 94,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Selain itu, Kepercayaan memiliki pengaruh sebesar 25,3% atau pengaruhnya sedang terhadap Minat Membayar Zakat, sementara sisanya 74,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar lingkup penelitian ini. temuan ini menunjukkan bahwa meskipun variabel eksogen memiliki pengaruh yang signifikan, kontribusi tersebut tidak sepenuhnya dominan terhadap variabel endogen.

4.3. Pengujian Hipotesis

Penilaian terhadap signifikansi pengaruh antara variabel dalam PLS dilakukan melalui prosedur *bootstrapping*, yaitu teknik resampling yang menggunakan seluruh sampel asli untuk membentuk sampel ulang. Metode ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak. Dalam proses resampling bootstrap, uji signifikansi dilakukan dengan pendekatan two-tailed sesuai dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan. Apabila tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% maka t-value = 1,96 (Ghozali & Aprilia, 2023). Adapun tahapan pengujian menggunakan metode *bootstrapping* dalam analisis PLS adalah sebagai berikut:

Gambar 2 Hasil Pengujian Bootstrapping



Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Berdasarkan gambar 2 di atas, hasil uji *bootstrapping* antar variabel beserta indikatornya untuk melihat apakah adanya pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel. Berikut ini disajikan hasil *bootstrapping* dari setiap indikator pada variabel penelitian:

a. Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Tabel 8 Pengujian Hipotesis Bootstrapping (Direct Effect)

No.		Original Sample	Sampel Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
1	Literasi Zakat -> Minat Membayar Zakat	0,002	0,013	0,067	0,034	0,973
2	Kualitas Pelayanan -> Minat Membayar Zakat	0,418	0,419	0,125	3,336	0,001
3	Literasi Zakat -> Kepercayaan	0,138	0,132	0,069	1,985	0,047
4	Kualitas Pelayanan -> Kepercayaan	0,788	0,780	0,061	12,887	0,000
5	Kepercayaan -> Minat Membayar Zakat	0,493	0,486	0,109	4,537	0,000

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Mengacu pada hasil pengujian hipotesis diatas, diketahui bahwa Literasi Zakat terhadap Minat membayar zakat hipotesis dinyatakan ditolak karena tidak sesuai kriteria yaitu P-value < 0,05 dan T-statistic >1,96. Dan hipotesis yang lain yaitu kualitas pelayanan terhadap minat membayar zakat, literasi zakat terhadap

kepercayaan, kualitas pelayanan terhadap kepercayaan, dan kepercayaan terhadap minat membayar zakat hipotesisnya diterima karena sudah sesuai dengan kriteria pengujian.

b. Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Tabel 9 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

No.		Original Sample	Sampel Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
6	Literasi Zakat -> Kepercayaan -> Minat Membayar Zakat	0,068	0,066	0,040	1,692	0,091
7	Kualitas Pelayanan -> Kepercayaan -> Minat Membayar Zakat	0,388	0,378	0,087	4,474	0,000

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4 (2025)

Tabel 10 Uji Mediasi dengan Rumus Upsilon (v)

No.		Upsilon (v)	Keterangan
1.	Literasi Zakat -> Kepercayaan -> Minat Membayar Zakat	Koefisien jalur ² (0,068) ² = 0,004	Pengaruh Rendah
2.	Kualitas Pelayanan -> Kepercayaan -> Minat Membayar Zakat	Koefisien jalur ² (0,388) ² = 0,150	Pengaruh Medium / Sedang

Mengacu pada hasil pengujian hipotesis diatas, diketahui Literasi Zakat tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Membayar Zakat dengan Kepercayaan sebagai variabel intervening Hipotesis dinyatakan ditolak karena tidak sesuai kriteria yaitu P-value < 0,05 dan T-statistic >1,96. Dan hipotesis yang lain yaitu Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Minat Membayar Zakat dengan Kepercayaan sebagai variabel intervening hipotesisnya diterima karena sudah sesuai dengan kriteria pengujian. Serta untuk uji mediasi menggunakan Rumus Upsilon didapatkan bahwa peran kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Literasi Zakat dan Minat Membayar Zakat tergolong dalam kategori mediasi rendah. Artinya, meskipun terdapat mekanisme mediasi, kontribusi Kepercayaan terhadap pengaruh Literasi Zakat pada Minat Membayar zakat relatif kecil. Sedangkan peran kepercayaan sebagai variabel mediasi dalam

hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Minat Membayar Zakat tergolong dalam kategori mediasi sedang. Artinya, meskipun terdapat mekanisme mediasi, kontribusi Kepercayaan terhadap pengaruh Literasi Zakat pada Minat Membayar zakat relatif sedang.

4.4. Pembahasan

- a. Mengacu pada hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,002 dengan P-value 0,973. Temuan ini menunjukkan bahwa Literasi Zakat tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Membayar Zakat. Selain itu, T-statistic yang dihasilkan sebesar 0,034 memiliki nilai yang negatif. Jika dibandingkan dengan kriteria pengujian, yaitu P-value $< 0,05$ dan T-statistic $> 1,96$, maka Hipotesis 1 dinyatakan ditolak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Zakat memiliki pengaruh negatif terhadap Minat Membayar Zakat.
- b. Mengacu pada hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,418 dengan P-value sebesar 0,001. Temuan ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Minat Membayar Zakat. Selain itu, T-statistic yang dihasilkan sebesar 3,336, hasil tersebut bernilai positif. Jika dibandingkan dengan kriteria pengujian, yaitu P-value $< 0,05$ dan T-statistic $> 1,96$, maka Hipotesis 2 dinyatakan diterima.
- c. Mengacu pada hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,138 dengan P-value sebesar 0,047. Temuan ini menunjukkan bahwa Literasi Zakat memiliki pengaruh terhadap Kepercayaan. Selain itu, T-statistic yang dihasilkan sebesar 1,1985 hasil tersebut bernilai positif. Jika dibandingkan dengan kriteria pengujian, yaitu P-value $< 0,05$ dan T-statistic $> 1,96$, maka Hipotesis 3 dinyatakan diterima.
- d. Mengacu pada hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,788 dengan P-value sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepercayaan. Selain itu, T-statistic yang dihasilkan sebesar 12,887 hasil tersebut bernilai positif. Jika dibandingkan dengan kriteria pengujian, yaitu P-value $< 0,05$ dan T-statistic $> 1,96$, maka Hipotesis 4 dinyatakan diterima.
- e. Mengacu pada hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,493 dengan P-value sebesar 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap Minat Membayar Zakat. Selain itu, T-statistic yang dihasilkan sebesar 4,537 hasil tersebut bernilai positif. Jika dibandingkan dengan kriteria pengujian, yaitu P-value $< 0,05$ dan T-statistic $> 1,96$, maka Hipotesis 5 dinyatakan diterima.

- f. Mengacu pada hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,068 dengan P-value 0,091. Temuan ini menunjukkan bahwa Literasi Zakat tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Membayar Zakat dengan Kepercayaan sebagai variabel intervening. Selain itu, T-statistic yang dihasilkan sebesar 1,692 memiliki nilai yang negatif. Jika dibandingkan dengan kriteria pengujian, yaitu P-value $< 0,05$ dan T-statistic $> 1,96$, maka Hipotesis 6 dinyatakan ditolak.
- g. Mengacu pada hasil pengujian hipotesis, diketahui bahwa koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,388 dengan P-value 0,000. Temuan ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Minat Membayar Zakat dengan Kepercayaan sebagai variabel intervening. Selain itu, T-statistic yang dihasilkan sebesar 4,474 memiliki nilai yang positif. Jika dibandingkan dengan kriteria pengujian, yaitu P-value $< 0,05$ dan T-statistic $> 1,96$, maka Hipotesis 7 dinyatakan diterima.

4. Kesimpulan dan Saran

Mengacu pada hasil analisis penelitian mengenai pengaruh Literasi Zakat dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Membayar Zakat di BAZNAS Provinsi Banten dengan Kepercayaan sebagai variabel Intervening, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah (1) Literasi zakat tidak memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat. (2) Kualitas pelayanan dan Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat membayar zakat. (3) Literasi zakat dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan. (4) Literasi zakat dan minat membayar zakat tidak dapat dimediasi oleh kepercayaan. (5) Sedangkan kualitas pelayanan dan minat membayar zakat dapat dimediasi oleh kepercayaan.

Berdasarkan hasil yang ditemukan dalam penelitian ini, peneliti menyampaikan beberapa saran yaitu: bagi badan atau lembaga diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan seperti apa yang diinginkan oleh para muzakki agar para muzakki memiliki minat dan mempercayakan dana zakatnya kepada BAZNAS. Serta di dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat muzakki dalam membayar zakat di BAZNAS Provinsi Banten. Pada penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti dapat mengkaji variabel -variabel tambahan yang belum dianalisis dalam studi ini guna memperluas wawasan dan pengetahuan bagi peneliti berikutnya serta memperluas wilayah untuk populasi penelitian. Langkah tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh

mengenai perilaku masyarakat dalam menunaikan kewajiban mereka dalam membayar zakat.

5. Daftar Pustaka

- Abbas, D. A. S. (2017). *ZAKAT: Ketentuan dan Pengelolaannya*. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>
- Abdullah, M., Budiman, M. A., Malihah, L., & Karimah, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Profesi Pada Baznas Kabupaten Tapin. *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 10(03), 293. <https://doi.org/10.35450/jip.v10i03.319>
- Aningsih, I. (2019). *Pengaruh Pendapatan, Citra Lembaga, Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat Maal Laz-Uq Jombang*. 2(3), 99–109.
- Anisa, Y., Mukhsin, M., & Najmudin, N. (2024). Pengaruh Religiositas, Literasi Zakat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Profesi Pada BAZNAS Provinsi Banten. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(2), 12324–12348. <https://www.doi.org/10.30651/jms.v9i2.22593>
- BAZNAS. (2023). *Panduan Praktis Zakat, Infaq, dan Shadaqah*. BAZNAS (BAZIS) DKI JAKARTA. https://baznasbazisdki.id/assets/upload/Buku_Panduan_ZIS_lengkap.pdf
- BAZNAS. (2024a). *Desain Target Pengumpulan dan Penyaluran Zakat 2024*. Pusat Kajian Strategis – Badan Amil Zakat Nasional (Puskas BAZNAS).
- BAZNAS, B. N. Z. (2024b). *Laporan Pengelolaan Zakat Nasional Akhir Tahun 2024*.
- BPS. (2024). *Keadaan Angkatan Kerja Provinsi Banten Agustus 2024* (Nurina Par, p. 262). BPS Provinsi Banten/BPS-Statistics Banten Province.
- Darmawan, A. D. (2024). 94,8% Penduduk di Banten Beragama Islam. *Katadata Media Network*, 1. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/307ddb1f0809c09/94-8-penduduk-di-banten-beragama-islam>
- Farhan, E. M. M., Ali, Z. M., & Mulyana, R. (2024). Analisis Awareness dan Willingness Generasi Milennial Terhadap Perilaku Membayar Zakat Penghasilan terbesar di. *PJIEFAS | Postgraduated Journal of Islamic Economics, Finances and Accounting Studies*, 3(1), 138–159.
- Febrianti, B., & Yasin, A. (2023). Pengaruh Literasi Zakat, Altruisme, dan Citra Lembaga terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di Lazis Nurul Falah Surabaya dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2921–2939. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3720>
- Gazali, D. A. W. Al, & Anwar, A. Z. (2023). Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Kepercayaan Muzakki Pada NU Care-LAZISNU Cabang Jepara. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, Vol. 08(01), 61–72.

- Ghozali, I., & Aprilia, K. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0*. Yoga Pratama.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM): Third Edition* (3rd ed.). SAGE Publications Ltd.
- Hamzah, Z., & Kurniawan, I. (2020). Pengaruh Pengetahuan Zakat Dan Kepercayaan Kepada Baznas Kabupaten Kuantan Singingi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(1), 30–40. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(1\).5114](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(1).5114)
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (1st ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Husna, N., & Farid. (2020). Pengaruh Reputasi, Kepuasan dalam Distribusi Zakat, dan Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Muzakki pada Baitul Mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 5(3), 456–468.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). Metode Penelitian. In M. Pradana (Ed.), *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed.). CV. Eureka Media Aksara. [http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Igamawarni, S., Wahyudi, R., Adha, M. A., Darmansyah, D. F., & Pantas, P. E. (2023). Determinant Factors to Pay Zakat in BAZNAS Yogyakarta City. *7th Indonesian Conference Of Zakat Proceedings*, 1(25), 296–304. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v4i1.3070>
- Kasri, R. A., & Sosianti, M. W. (2023). *Determinants Of The Intention To Pay Zakat Online : The Case Of Indonesia*. 9(2), 275–294.
- Mubarak, W. I., & Safitri, R. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Membayar Zakat. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 474–479. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).9951](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).9951)
- Muin, A. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Nafi'ah, M., Supriyadi, A., & Rafikasari, E. F. (2023). *Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Pada Baznas Tulungagung Dengan Tingkat Kesadaran Dan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening*. 3(1), 1–12.
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pengaruh Religiusitas, Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi. *Eeaj*, 8(3), 955–966. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35723>
- Nur, E. M. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Masyarakat Membayar Zakat. *AL-Muqayyad*, 3(2), 126–135. <https://doi.org/10.46963/jam.v3i2.183>
- Pebrianti, Y., Sucipto, & Anggraeni, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Pada Lembaga Amil Zakat Opsezi Kota Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen*

- Informatika*, 2(1), 102–111. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i1.703>
- Pristi, E. D., & Setiawan, F. (2019). Analisis Faktor Pendapatan Dan Religiusitas Dalam Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 17(1), 32–43. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v17i1.2740>
- Putri, R. A., Bahri, E. S., & Romansyah, D. (2022). Interests of Muzaki to Pay Zakat: The Role of Accountability, Transparency, Service Quality, and Financial Technology. *Iqtishadia*, 15(1), 63. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i1.10713>
- Ramadhani, R. Y., & Hapsari, M. I. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Membayar Zakat Online Bagi Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 9(3), 401–412. <https://doi.org/10.20473/vol9iss20223pp401-412>
- Sahroni, O., Suharsono, M., Setiawan, A., & Setiawan, A. (2020). *Fikih Zakat Kontemporer* (3rd ed.). PT Raja Grafindo Persada.
- Salmawati, & Fitri, M. (2018). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Religiusitas, Akuntabilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat Di Baitul Mal Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)*, 3(1), 1.
- Sanurdi. (2021). *Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Konsumen Teori Dan Praktik* (M. Yusup (ed.); 1st ed.). Sanabil.
- Sanusi, A. (2024). *Metode Penelitian Bisnis* (Digital). Salemba Empat. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id/read-book>
- Soemitra, A., & Nasution, J. (2021). The Influence of Zakat Literacy, Trust, and Ease of Digital Payments on Generation Z and Y Intention in Paying Zakat to Amil Zakat Organizations. *5th International Conference of Zakat (ICONZ)*, 323–335.
- Suyadi, N., Virna, M., Rimet, & Nurani, R. (2022). The Effect Of Zakat Knowledge And Trust In Baznas Kampar Regency On Muzakki's Interest In Paying Zakat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(3), 1672–1683. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Wibowo, A. (2024). *SmartPls 101 (Panduan Lengkap Analisis SEM-PLS untuk Pemula)*. PT Penamuda Media.
- Widowati, N. D., & Putri, R. N. A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Platform Digital dalam Membayar ZIS pada Masyarakat (Studi pada Muzaki Kabupaten Sragen). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 786. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12389>