

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kota Palembang secara geografi terletak antara 2°52' sampai 3°5' Lintang Selatan dan 104°37' sampai 104°52' Bujur Timur. Secara administrasi Kota Palembang berbatasan dengan :

1. Sebelah Timur : Kabupaten Banyuasin
2. Sebelah Utara : Kabupaten Banyuasin
3. Sebelah Barat : Kabupaten Banyuasin
4. Sebelah Selatan : Kabupaten Ogan Ilir dan Muara Enim

Berdasarkan Keputusan Menteri dalam Negeri 100.1.1-6117 Tahun 2022, luas wilayah Kota Palembang adalah 352,51 km² / 35.200 ha, dimana Kecamatan Gandus memiliki luas terbesar dibandingkan Kecamatan lainnya (49,64 km²) dan Kecamatan Ilir Barat Dua merupakan Kecamatan dengan luas wilayah terkecil (47,23 km²). Pada tahun 2007 Kota Palembang dibagi 16 Kecamatan dan 107 Kelurahan, Namun pada tahun 2018 berdasarkan SK Nomor 136/4123/BAK terbentuk Kecamatan Jakabaring yang merupakan pemekaran dari Kecamatan Seberang Ulu I dan Kecamatan Ilir Timur III yang merupakan pemekaran dari Kecamatan Ilir Timur II, sehingga saat ini wilayah

administrasi Kota Palembang terbagi menjadi 18 Kecamatan dan 107 Kelurahan.⁵¹

Tabel 4. 1
Jumlah Kecamatan di Kota Palembang Tahun 2023

No	Nama Kecamatan
1.	Iilir Barat II
2.	Gandus
3.	Seberang Ulu I
4.	Kertapati
5.	Jakabaring
6.	Seberang Ulu II
7.	Plaju
8.	Iilir Barat I
9.	Bukit Kecil
10.	Iilir Timur I
11.	Kemuning
12.	Iilir Timur II
13.	Kalidoni
14.	Iilir Timur III
15.	Sako
16.	Sematang Borang
17.	Sukarami
18.	Alang-alang Lebar

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Palembang “*Kota Palembang dalam angka 2023*”

Berdasarkan data kependudukan Kota Palembang dari BPS, total penduduk Kota Palembang tahun 2022 sebesar 1.729.546 jiwa yang terdiri dari 865.942 jiwa penduduk laki-laki dan 863.604 jiwa penduduk perempuan. Besarnya rasio jenis kelamin 2022 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 100 persen yang berarti bahwa jumlah penduduk laki-laki

⁵¹ Badan Pusat Statistik Kota Palembang, ‘Badan Pusat Statistik Kota Palembang, Kota Palembang Dalam Angka 2023’, ed. Badan Pusat Statistik Kota Palembang (BPS Kota Palembang, 2023), h.4

sama besar dengan jumlah penduduk perempuan. Selain itu, penduduk di Kota Palembang mayoritas beragama Islam pada tahun 2022 sebesar 93,18 % atau sekitar 1.463.140 jiwa. Kota Palembang sebagai kota terbesar serta pusat kegiatan ekonomi di wilayah Sumatera Selatan dan memiliki potensi zakat, infaq, shadaqah, dan wakaf yang sangat besar.⁵²

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Uji deskriptif responden dilakukan untuk menggambarkan data dan meringkas data yang diobservasi dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan pekerjaan yang diukur menggunakan skala nominal dan diuji dengan SPSS 26.0. Berikut gambaran mengenai karakteristik responden yang berada di Kota Palembang:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2
Usia Responden

Persentase Responden Berdasarkan Usia		
Usia	Frekuensi	Persentase
20-30 tahun	53	53 %
31-40 tahun	32	32 %
41-50 tahun	15	15 %
Total	100	100 %

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

⁵² *ibid*

Pada tabel 4.2 diketahui bahwa responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 53 orang dengan persentase sebesar 53%, responden berusia 31-40 tahun sebanyak 32 orang dengan persentase sebesar 32%, responden berusia 41-50 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 15 %.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 3
Jenis Kelamin Responden

Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	30	30 %
Perempuan	70	70 %
Total	100	100 %

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Pada tabel 4.3 menunjukkan keseluruhan total 100 responden pada penelitian ini dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 30 orang dengan persentase 30 % dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 70 orang dengan persentase 70 %. Pada penelitian ini lebih banyak ditemui responden perempuan dibanding responden laki-laki.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 4
Pendidikan Terakhir Responden

Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir		
Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMP	1	1 %
SMA	57	57 %

D3/S1/S2	39	39 %
Lainnya	3	3 %
Total	100	100 %

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Pada tabel 4.4 diatas menunjukkan hasil dari pendidikan terakhir responden, pendidikan terakhir SMP terdiri dari 1 orang dengan persentase sebesar 1 %, pendidikan terakhir SMA terdiri dari 57 orang dengan persentase sebesar 57 %, pendidikan terakhir D3/S1/S2 terdiri dari 39 orang dengan persentase sebesar 39 %, dan untuk pendidikan terakhir lainnya terdiri dari 3 orang dengan persentase 3 %.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 5
Pekerjaan Responden

Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan		
Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	37	37 %
Pegawai Negeri	5	5 %
Pegawai Swasta	19	19 %
Wiraswasta	4	4 %
Lainnya	35	35 %
Total	100	100 %

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Pada tabel 4.5 diatas menunjukkan hasil dari berbagai jenis pekerjaan responden, diperoleh hasil bahwa 37 orang responden sebagai Pelajar/Mahasiswa dengan persentase sebesar 37 %, Pegawai Negeri 5 orang responden dengan persentase sebesar 5 %, Pegawai Swasta 19 orang responden

dengan persentase sebesar 19 %, Wiraswasta 4 orang responden dengan persentase sebesar 4 % dan pilihan Lainnya sebanyak 35 responden dengan persentase sebesar 35 %.

2. Uji Instrumen Penelitian

Untuk dapat mengetahui validitas atau reliabilitas dalam suatu pernyataan Peneliti menyebarkan 100 kuesioner yang berisi 38 pernyataan dengan menggunakan skala likert kepada masyarakat muslim yang berdomisili di Kota Palembang yang belum pernah membayar ziswaf melalui *e-commerce*.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu pernyataan dalam kuesioner. Mencari r tabel terlebih dahulu mencari *degree of freedom* (df) atau derajat kebebasan dengan rumus $df = N - 2$ dengan N adalah jumlah data. Pada penelitian besarnya nilai $df = 100 - 2 = 98$ ataupun r tabel adalah 0,1966 dengan tingkat signifikansi untuk uji 2 arah 0,05, apabila r hitung > r tabel serta nilai signifikansi < 0.05 maka pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel 4. 6

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X1.1	0,624**	0,1966	0,000	Valid
X1.2	0,641**	0,1966	0,000	Valid
X1.3	0,653**	0,1966	0,000	Valid
X1.4	0,594**	0,1966	0,000	Valid
X1.5	0,532**	0,1966	0,000	Valid

X1.6	0,699**	0,1966	0,000	Valid
X1.7	0,715**	0,1966	0,000	Valid
X1.8	0,674**	0,1966	0,000	Valid
X1.9	0,552**	0,1966	0,000	Valid
X1.10	0,587**	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dikatakan valid sebab nilai r hitung $>$ r tabel dengan jumlah 100 orang. Maka seluruh butir pernyataan variabel persepsi kemudahan pada kuesioner sudah memenuhi uji validitas.

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat (X2)

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X2.1	0,697**	0,1966	0,000	Valid
X2.2	0,728**	0,1966	0,000	Valid
X2.3	0,634**	0,1966	0,000	Valid
X2.4	0,542**	0,1966	0,000	Valid
X2.5	0,629**	0,1966	0,000	Valid
X2.6	0,665**	0,1966	0,000	Valid
X2.7	0,600**	0,1966	0,000	Valid
X2.8	0,716**	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Dari tabel 4.7 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dikatakan valid sebab nilai r hitung $>$ r tabel dengan jumlah 100 orang. Maka seluruh butir pernyataan variabel persepsi manfaat pada kuesioner sudah memenuhi uji validitas.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko (X3)

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig.(2-tailed)	Keterangan
X3.1	0,717**	0,1966	0,000	Valid
X3.2	0,692**	0,1966	0,000	Valid
X3.3	0,683**	0,1966	0,000	Valid
X3.4	0,695**	0,1966	0,000	Valid
X3.5	0,648**	0,1966	0,000	Valid
X3.6	0,578**	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dikatakan valid sebab nilai r hitung > r tabel dengan jumlah 100 orang. Maka seluruh butir pernyataan variabel persepsi risiko pada kuesioner sudah memenuhi uji validitas.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kepercayaan (X4)

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X4.1	0,672**	0,1966	0,000	Valid
X4.2	0,734**	0,1966	0,000	Valid
X4.3	0,636**	0,1966	0,000	Valid
X4.4	0,699**	0,1966	0,000	Valid
X4.5	0,749**	0,1966	0,000	Valid
X4.6	0,527**	0,1966	0,000	Valid
X4.7	0,609**	0,1966	0,000	Valid
X4.8	0,593**	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dikatakan valid sebab nilai r hitung $>$ r tabel dengan jumlah 100 orang. Maka seluruh butir pernyataan variabel persepsi kepercayaan pada kuesioner sudah memenuhi uji validitas.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Variabel Niat Membayar Ziswaf
Melalui *E-Commerce* (Y)

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Sig.(2-tailed)	Keterangan
Y.1	0,619**	0,1966	0,000	Valid
Y.2	0,710**	0,1966	0,000	Valid
Y.3	0,621**	0,1966	0,000	Valid
Y.4	0,606**	0,1966	0,000	Valid
Y.5	0,572**	0,1966	0,000	Valid
Y.6	0,724**	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dikatakan valid sebab nilai r hitung $>$ r tabel dengan jumlah 100 orang. Maka seluruh butir pernyataan variabel niat membayar ziswaf melalui e-commerce pada kuesioner sudah memenuhi uji validitas dan bisa dilanjutkan ke tahap berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian untuk menentukan apakah pernyataan pada kuesioner yang disebar memiliki data yang stabil atau tidak menggunakan metode *Croach's Alpha* merupakan salah satu koefisien yang

sering digunakan. Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Croach's Alpha* > dari 0,60.

Tabel 4. 11

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.825	10

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Berdasarkan tabel 4.11 nilai uji reliabilitas dari variabel persepsi kemudahan (X1) di atas adalah $0.825 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Tabel 4. 12

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Manfaat

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.807	8

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Berdasarkan tabel 4.12 nilai uji reliabilitas dari variabel persepsi manfaat (X2) di atas adalah $0.807 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Risiko

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.752	6

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Berdasarkan tabel 4.13 nilai uji reliabilitas dari variabel persepsi risiko (X3) di atas adalah $0.752 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kepercayaan

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.808	8

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Berdasarkan tabel 4.14 nilai uji reliabilitas dari variabel persepsi kepercayaan (X4) di atas adalah $0.808 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

Tabel 4. 15
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Niat Membayar
Ziswaf Melalui E-Commerce

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
.717	6

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Berdasarkan tabel 4.15 nilai uji reliabilitas dari variabel niat membayar ziswaf melalui e-commerce (Y) di atas adalah $0.717 > 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dihitung untuk mengkaji data variabel *independen* (X) dan variabel *dependen* (Y) terhadap regresi yang dihasilkan normal atau tidak normal. Dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov –Smirnov Test*, ketentuannya apabila nilai *Asymp.sig (2-tailed)* $> 0,05$ sehingga data dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai *Asymp.sig (2-tailed)* $< 0,05$ data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov –Smirnov*.

Tabel 4. 16
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,34518643
Most Extreme Differences	Absolute	,055
	Positive	,055
	Negative	-,051
Test Statistic		,055
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Berdasarkan tabel 4.16 dapat diketahui *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa nilai residual $0,200 > 0,05$ yang berarti dapat disimpulkan bahwa uji normalitas variabel penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel independen dalam suatu model regresi berganda dengan melihat *Variance Inflation Factor (VIF)* dan nilai *Tolerance*. Apabila $VIF < 10$ serta nilai *Tolerance* $> 0,01$, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4. 17
Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Constant</i>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	Persepsi Kemudahan	.454	2.203
	Persepsi Manfaat	.447	2.236
	Persepsi Risiko	.486	2.059
	Persepsi Kepercayaan	.408	2.448
a. Dependent Variable : Niat Membayar Ziswaf Melalui E-Commerce			

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Dari tabel 4.17 menunjukkan hasil uji multikolinearitas, pengambilan keputusan nilai multikolinearitas bisa dilihat pada nilai VIF, variabel persepsi kemudahan sebesar 2.203, nilai VIF dari variabel persepsi manfaat sebesar 2.236, nilai VIF dari variabel persepsi risiko sebesar 2.059,

dan nilai VIF variabel persepsi kepercayaan sebesar 2.448, dimana nilai VIF seluruh variabel lebih kecil < 10 dan bisa dilihat juga nilai *Tolerance*, yang mana variabel persepsi kemudahan 0,454, variabel persepsi manfaat 0,447, variabel persepsi risiko 0,486, dan variabel persepsi kepercayaan 0,408 dimana dilihat nilai *Tolerance* lebih besar $> 0,01$ artinya tidak terjadi multikolinearitas. Sehingga dapat ditarik kesimpulan seluruh variabel tidak terjadi multikolinearitas.

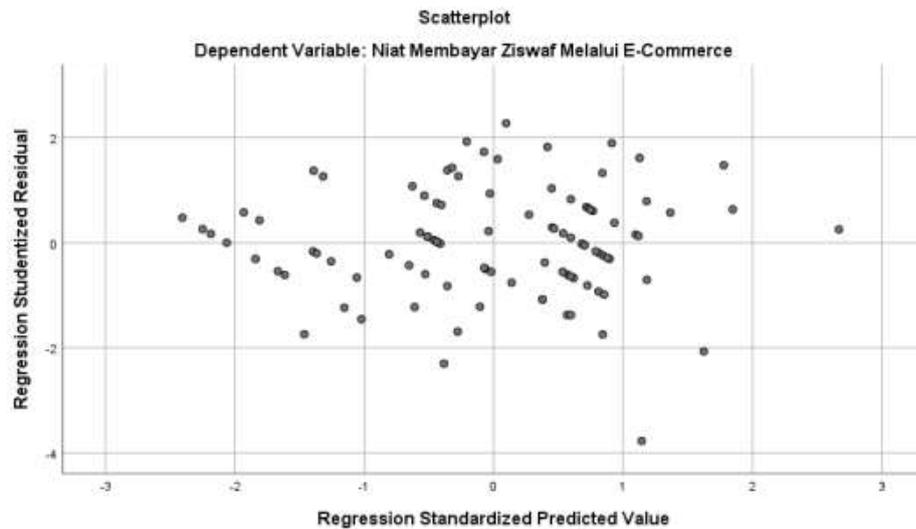
c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk menentukan apakah sama atau tidaknya varian residual dari satu observasi dengan observasi lainnya. Dasar analisis uji heterokedastisitas yaitu :

1. Jika terdapat suatu pola tertentu yaitu, titik – titik berbentuk pola yang teratur atau bergelombang melebar kemudian menyempit, maka dapat dikatakan terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak terdapat suatu bentuk yang jelas, serta titik- titik menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Untuk melihat apakah data pada penelitian ini terjadi heterokedastisitas atau tidak, maka dapat dilihat pada gambar scatterplot pada gambar dibawah ini :

Gambar 4. 1
Hasil Uji heterokedastisitas



Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Dari gambar 4.1 diatas menunjukkan pola *Scatterplot* dapat dilihat bahwa titik-titiknya tidak berbentuk pola dan tersebar secara acak, serta titik-titik menyebar keatas maupun kebawah dari angka nol yang disumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah pengembangan dari analisis regresi sederhana. Regresi linear berganda dapat digunakan sebagai alat ukur yang berfungsi untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependen*. Persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Niat Membayar Ziswaf Melalui *E-Commerce*

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X1 = Persepsi Kemudahan

X2 = Persepsi Manfaat

X3 = Persepsi Risiko

X4 = Persepsi Kepercayaan

Tabel 4. 18
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.197	1.828		.655	.514
	Persepsi Kemudahan	.195	.055	.319	3.541	.001
	Persepsi Manfaat	.040	.068	.054	.594	.554
	Persepsi Risiko	.361	.086	.364	4.179	.000
	Persepsi Kepercayaan	.156	.069	.215	2.258	.026

a. Dependent Variable : Niat Membayar Ziswaf Melalui E-Commerce

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, diketahui bahwa persamaan regresi linear berganda yaitu :

$$Y = 1.197 + 0.195X_1 + 0.040X_2 + 0.361X_3 + 0.156X_4$$

Keterangan dari persamaan regresi linear berganda yang telah didapatkan adalah sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta atau α yang diperoleh sebesar 1,197 yang artinya jika nilai variabel persepsi kemudahan (X1), persepsi manfaat (X2), persepsi risiko (X3), dan variabel kepercayaan (X4) bernilai nol (0), maka variabel niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* (Y) bernilai positif yaitu 1.197.
- b. Nilai koefisien variabel persepsi kemudahan (X1) bernilai positif yaitu 0,195, hal ini menunjukkan bahwa antara variabel persepsi kemudahan dan variabel niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* memiliki pengaruh yang positif. Sehingga variabel persepsi kemudahan mengalami peningkatan sebesar 1%, maka niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* akan meningkat sebesar 0,195.
- c. Nilai koefisien variabel persepsi manfaat (X2) bernilai positif yaitu 0,040, hal ini menunjukkan bahwa antara variabel persepsi manfaat dan variabel niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* memiliki pengaruh yang positif. Sehingga variabel persepsi kemudahan mengalami peningkatan sebesar 1%, maka niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* akan meningkat sebesar 0,040.
- d. Nilai koefisien variabel persepsi risiko (X3) bernilai positif yaitu 0,361, hal ini menunjukkan bahwa antara variabel persepsi risiko dan variabel niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* memiliki pengaruh yang positif. Sehingga variabel persepsi kemudahan mengalami peningkatan sebesar 1%,

maka niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* akan meningkat sebesar 0,361.

- e. Nilai koefesien variabel persepsi kepercayaan (X4) bernilai positif yaitu 0,156, hal ini menunjukkan bahwa antara variabel persepsi kepercayaan dan variabel niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* memiliki pengaruh yang positif. Sehingga variabel persepsi kemudahan mengalami peningkatan sebesar 1%, maka niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* akan meningkat sebesar 0,156.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan sebagai pengujian untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau jika nilai $\text{sig} < 0,05$, maka variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
2. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau jika nilai $\text{sig} > 0,05$, maka variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

Tabel 4. 19
Hasil Uji T (Uji Signifikasi Secara Parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.197	1.828		.655	.514
	Persepsi Kemudahan	.195	.055	.319	3.541	.001
	Persepsi Manfaat	.040	.068	.054	.594	.554
	Persepsi Risiko	.361	.086	.364	4.179	.000
	Persepsi Kepercayaan	.156	.069	.215	2.258	.026

a. Dependent Variable : Niat Membayar Ziswaf Melalui E-Commerce

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan rumus $df = n-k-1$, $100-4-1=95$. Dengan nilai n adalah jumlah data dan k jumlah variabel bebas. Pada nilai t tabel 95 pada persentase 0.05 diketahui bahwa nilai t tabel 95 adalah sebesar 1.985. Kemudian berdasarkan nilai t hitung pada tabel diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Persepsi Kemudahan (X1) memiliki nilai t hitung $>$ dari nilai t tabel sebesar $3.541 > 1.985$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka variabel persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap variabel niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang.
2. Variabel Persepsi Manfaat (X2) memiliki nilai t hitung $>$ dari nilai t tabel sebesar $0.594 < 1.985$ dan nilai signifikansi $0,554 > 0,05$. Maka variabel

persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap variabel niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang.

3. Variabel Persepsi Risiko (X3) memiliki nilai t hitung $>$ dari nilai t tabel sebesar $4.179 > 1.985$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka variabel persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap variabel niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang.
4. Variabel Persepsi Kepercayaan (X4) memiliki nilai t hitung $>$ dari nilai t tabel sebesar $2.258 > 1.985$ dan nilai signifikansi $0,026 < 0,05$. Maka variabel persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen secara bersamaan terhadap pengaruh variabel dependen. Maka bisa dilihat dari hasil nilai F hitungnya yang $>$ F tabel dan dilihat dari hasil sig pada output tabel Anova kriteria pengujiannya sebagai berikut :

1. Jika nilai F hitung $>$ F tabel dan nilai Sig nya $<$ dari 0,05, maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai F hitung $<$ F tabel dan nilai Sig nya $>$ dari 0,05, maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 20
Hasil Uji Statistik F (Uji Signifikansi Secara Simultan)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	332,017	4	83,004	44,017	,000 ^b
	Residual	179,143	95	1,886		
	Total	511,160	99			
a. Dependent Variable: Niat Membayar Ziswaf Melalui E-Commerce (Y) b. Predictors: (Constant), Persepsi Kepercayaan (X4), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Manfaat (X2)						

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.20 dengan menggunakan rumus $df_1 (k-1) = (5-1) = 4$, dengan k adalah jumlah keseluruhan variabel. Kemudian rumus $df_2 (n-k-1) = (100-4-1) = 95$, maka diperoleh F tabel 2.47. Didapatkan bahwa $44.017 > 2.47$ dan nilai signifikansi nya $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel bebas (persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan persepsi kepercayaan) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya yang dilihat melalui *R Square*. Jika nilai *R Square* yang mendekati 1 artinya kemampuan variabel-variabel memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *independent*.

Tabel 4. 21
Hasil Uji R Square

Model Summary				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.635	1.373
a. Predictors: (Constant), Persepsi Kepercayaan (X4), Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Risiko (X3), Persepsi Manfaat (X2)				

Sumber : Hasil *Output* SPSS 26.0 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai *R Square* sebesar 0,650 atau (65%). Hal ini berarti bahwa 65 % niat responden masyarakat dalam membayar ziswaf di Kota Palembang dapat dipengaruhi dan diterangkan oleh variabel independen berupa variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, dan persepsi kepercayaan. Sedangkan sisanya sebesar 35%, niat responden masyarakat di Kota Palembang dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dan disertakan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Membayar Ziswaf Melalui *E- Commerce* pada Masyarakat di Kota Palembang

Dari perspektif manajemen zakat dan wakaf, variabel kemudahan sangat penting. Kemudahan dalam membayar zakat dan wakaf melalui *e-commerce* dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengumpulan dana. Manajemen yang baik dalam menyediakan sarana yang mudah diakses oleh masyarakat akan mempermudah pelaksanaan kewajiban zakat dan wakaf, sekaligus meningkatkan partisipasi dan kepatuhan umat dalam berkontribusi pada amal. Dengan demikian, penerapan kemudahan dalam aspek manajemen dapat berdampak positif pada peningkatan penerimaan ziswaf.

Dilihat dari perhitungan akhir hasil uji *t* (parsial) pada tabel 4.19 variabel persepsi kemudahan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang, dapat dilihat dari nilai *t* hitung $>$ *t* tabel yaitu $3.541 > 1.985$ dengan nilai sig $0.001 < 0.05$. Kemudian dilihat dari tabel analisis regresi linier berganda nilai variabel persepsi kemudahan bernilai positif yaitu sebesar 0.195 hal ini berarti variabel persepsi kemudahan meningkat 1 %, maka niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* di Kota Palembang akan meningkat pula sebesar 19,5 %. Berdasarkan hasil tersebut maka diperoleh temuan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce*.

Temuan ini mendukung *Theory Technology Acceptance Model* (TAM) bahwa tentang kemudahan, dimana konstruk ini dapat memberikan jawaban

atas permasalahan diterima atau ditolaknya sebuah sistem teknologi dan selain itu mendukung *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menyatakan bahwa norma subjektif adalah determinan dari keinginan berperilaku suatu fungsi keyakinan individu dalam hal menyetujui atau tidak menyetujui perilaku tertentu, seorang individu akan melakukan atau berperilaku apabila persepsi orang lain terhadap perilaku tersebut bersifat positif karena semakin diterimanya konstruk kemudahan maka semakin mudah pula individu menerima sebuah sistem teknologi.

Jadi dapat dinyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* bahwa semakin tinggi persepsi konsumen tentang kemudahan penggunaan, semakin tinggi juga niat konsumen untuk menggunakannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mukhibad, Setiawan, Aryani, dan Falikhatun (2022) menunjukkan variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar ziswaf melalui *Electronic Zakat Payment System* serta hasil penelitian Kasanah & Faujiah (2021) yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *e-commerce* shopee barokah.

2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Niat Membayar Ziswaf Melalui E- Commerce pada Masyarakat di Kota Palembang

Dari perspektif manajemen zakat dan wakaf, variabel manfaat memainkan peran penting. Manajemen yang efektif perlu menekankan pada peningkatan pemahaman masyarakat tentang manfaat dari kontribusi zakat

dan wakaf. Hal ini dapat mencakup peningkatan kesejahteraan sosial, bantuan kepada yang membutuhkan, serta proyek-proyek pembangunan yang dilakukan melalui dana tersebut. Manfaat yang jelas dan terukur dapat memotivasi masyarakat untuk lebih aktif dalam membayar zakat dan wakaf. Oleh karena itu, manajemen zakat dan wakaf perlu fokus pada komunikasi efektif mengenai dampak positif yang dihasilkan dari sumbangan masyarakat. Dengan demikian, variabel manfaat dapat diintegrasikan ke dalam strategi manajemen untuk memperkuat pemahaman dan dukungan masyarakat terhadap pengelolaan zakat dan wakaf

Dilihat dari perhitungan akhir hasil uji t (parsial) pada tabel 4.19 variabel persepsi manfaat (X2) tidak berpengaruh terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang, dapat dilihat dari nilai t hitung > t tabel yaitu $0.594 < 1.985$ dengan nilai sig $0.554 > 0.05$. Namun, jika dilihat dari tabel analisis regresi linier berganda nilai variabel persepsi manfaat bernilai positif yaitu sebesar 0.040 hal ini berarti variabel persepsi manfaat berhubungan positif dan tidak berpengaruh terhadap variabel niat membayar ziswaf melalui *e-commerce*.

Persepsi manfaat memberikan pengaruh secara langsung terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce*. Semakin rendah manfaat maka semakin rendah pula niat seseorang dalam menggunakan *e-commerce* untuk membayar ziswaf, jadi dapat dinyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* karena masyarakat kurang merasakan manfaat dan banyak belum mengetahui

sehingga menimbulkan kurangnya niat untuk membayar ziswaf di *e-commerce*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hasyim dan Awwal (2020) variabel manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap niat.

3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Niat Membayar Ziswaf Melalui *E-Commerce* pada Masyarakat di Kota Palembang

Dari perspektif manajemen zakat dan wakaf, variabel risiko perlu dikelola dengan cermat. Risiko dalam pembayaran zakat dan wakaf melalui *e-commerce* dapat mencakup risiko keamanan transaksi, risiko teknis, dan risiko kepercayaan. Manajemen yang efektif harus mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengurangi risiko-risiko tersebut. Upaya untuk mengurangi risiko keamanan transaksi bisa melibatkan penggunaan teknologi keamanan yang canggih. Selain itu, transparansi dalam pengelolaan dana zakat dan wakaf dapat mengurangi risiko kepercayaan. Dengan manajemen risiko yang baik, lembaga zakat dan wakaf dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memastikan kelancaran proses pengumpulan serta distribusi dana amil.

Dilihat dari perhitungan akhir hasil uji t (parsial) pada tabel 4.19 variabel persepsi risiko (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang, dapat dilihat dari nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $4.179 > 1.985$ dengan nilai sig $0.000 < 0.05$. Kemudian dilihat dari tabel analisis regresi linier berganda nilai variabel persepsi risiko bernilai positif yaitu

sebesar 0.361 hal ini berarti variabel persepsi risiko meningkat 1 %, maka niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* di Kota Palembang akan meningkat pula sebesar 36,1%. Berdasarkan hasil tersebut maka diperoleh temuan bahwa variabel persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce*.

Temuan ini mendukung *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang berasumsi bahwa individu biasanya cukup rasional dalam menggunakan informasi yang tersedia secara sistematis dan individu akan mempertimbangkan akibat dari tindakannya sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan teknologi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ariwibowo (2018) variabel persepsi risiko berpengaruh terhadap niat untuk bertransaksi menggunakan *e-commerce*.

4. Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Membayar Ziswaf Melalui *E-Commerce* pada Masyarakat di Kota Palembang

Dari perspektif manajemen zakat dan wakaf, variabel kepercayaan memiliki peran krusial. Manajemen yang berhasil harus membangun dan memelihara tingkat kepercayaan yang tinggi antara lembaga zakat dan wakaf dengan masyarakat. Kepercayaan ini mencakup transparansi dalam pengelolaan dana, akuntabilitas, dan integritas institusi tersebut. Manajemen yang baik harus fokus pada penyediaan informasi yang jelas mengenai bagaimana dana zakat dan wakaf dikelola serta bagaimana dampaknya terhadap masyarakat. Membangun mekanisme pemantauan dan pelaporan yang efektif juga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat. Dengan

menjaga tingkat kepercayaan yang tinggi, lembaga zakat dan wakaf dapat memastikan partisipasi aktif masyarakat dalam kontribusi zakat dan wakaf, serta memperkuat peran mereka dalam upaya kesejahteraan sosial.

Dilihat dari perhitungan akhir hasil uji t (parsial) pada tabel 4.19 variabel persepsi kepercayaan (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* pada masyarakat di Kota Palembang, dapat dilihat dari nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2.258 > 1.985$ dengan nilai sig $0.026 < 0.05$. Kemudian dilihat dari tabel analisis regresi linier berganda nilai variabel persepsi kepercayaan bernilai positif yaitu sebesar 0.156 hal ini berarti variabel persepsi risiko meningkat 1 %, maka niat membayar ziswaf melalui *e-commerce* di Kota Palembang akan meningkat pula sebesar 15,6 %. Berdasarkan hasil tersebut maka diperoleh temuan bahwa variabel persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat membayar ziswaf melalui *e-commerce*.

Temuan ini mendukung *Theory Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Reasoned Action* (TRA) yaitu faktor yang mempengaruhi sikap maupun niat untuk melakukan transaksi secara online adalah kepercayaan Chuang dan Hsu menjelaskan bahwa faktor kepercayaan menciptakan sesuatu yang positif dan mengurangi persepsi risiko konsumen, sehingga semakin tinggi persepsi kepercayaan, maka niat konsumen untuk menggunakan akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Ramadani dan Hapsari (2022) variabel kepercayaan berpengaruh terhadap niat membayar ziswaf