

**PENGARUH LITERASI DIGITAL, KESADARAN BERZAKAT, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MUZAKKI MEMBAYAR ZAKAT MELALUI E-COMMERCE TOKOPEDIA
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto)**

Nuzulul Lailatul Bunga Puspita, Nur Diana, Dewi Diah Fakhriyyah

Universitas Islam Malang

Email: nuzululailatul24@gmail.com

ABSTRAK:

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Sampel penelitian diambil menggunakan rumus Lemeshow dan melibatkan 96 responden. Tujuan dari penelitian ini mengetahui pengaruh Literasi Digital (X1), Kesadaran Berzakat (X2), dan Kualitas Layanan (X3) terhadap Keputusan Muzakki Membayar zakat Melalui E-Commerce Tokopedia (Y). Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan software SPSS untuk uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji F, uji koefisien determinasi (R^2) dan uji parsial. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan menunjukkan bahwa variabel Literasi Digital (X1), Kesadaran Berzakat (X2), dan Kualitas Layanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui E-Commerce Tokopedia. Secara parsial variabel Literasi Digital (X1) dan Kualitas Layanan (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui E-Commerce Tokopedia (Y). Namun, Kesadaran Berzakat (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui E-Commerce Tokopedia (Y). Dalam penelitian ini menggunakan TAM (Technology Acceptance Model) dimana pengembangan dari TRA (Theory Reasoned Action) digunakan untuk melihat pengaruh kemudahan penggunaan dan manfaat yang diterima setiap individu yang terdapat pada variabel Literasi Digital (X1) dan Kualitas Layanan (X3).

Kata Kunci: Literasi Digital, Kesadaran Berzakat, Keputusan Membayar Zakat, Keputusan Membayar Zakat.

ABSTRACT:

This research is a type of quantitative research using multiple linear regression methods. The research sample was taken using the Lemeshow formula and involved 96 respondents. The purpose of this study was to determine the effect of Digital Literacy (X1), Zakat Awareness (X2), and Service Quality (X3) on Muzakki's Decision to Pay Zakat Through Tokopedia E-Commerce (Y). To analyze the data in this study, SPSS software was used to test the validity, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, F test, coefficient of determination test (R^2) and partial test. The results of the study simultaneously show that the variables Digital Literacy (X1), Zakat Awareness (X2), and Service Quality (X3) together have a positive effect on the muzakki's decision to pay zakat through Tokopedia E-Commerce. Partially, the Digital Literacy (X1) and Service Quality (X3) variables have a positive effect on muzakki's decision to pay zakat through Tokopedia E-Commerce (Y). However, Awareness of Zakat (X2) partially has no effect on the muzakki's decision to pay zakat through Tokopedia E-Commerce (Y). In this study using the TAM (Technology Acceptance Model) where the development of TRA (Theory Reasoned Action) is used to see the effect of ease of use and benefits received by each individual contained in the Digital Literacy variable (X1) and Service Quality (X3).

Keywords: Digital Literacy, Zakat Awareness, Service Quality, Decision to Pay zakat.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Zakat merupakan tanggung jawab yang harus dipenuhi oleh setiap muslim yang memenuhi syarat-syarat tertentu, seperti merdeka (bukan budak), beragama Islam, telah mencapai usia dewasa, dan berakal. Zakat adalah kewajiban membayar sejumlah harta yang

telah mencapai nisab (batas minimal tertentu) dan telah dimiliki selama satu tahun penuh. Salah satu jenis zakat yang wajib dibayarkan adalah zakat profesi yang merupakan bagian dari zakat maal. Zakat profesi adalah zakat yang dikeluarkan dari hasil pendapatan dan jasa yang diperoleh seseorang melalui pekerjaan atau profesi yang dijalankannya. Dalam konteks ini, zakat profesi merupakan bagian dari keseluruhan zakat maal, yang menyangkut pembayaran sejumlah penghasilan tertentu yang diperoleh seseorang dari pekerjaannya (Lisdiana, 2022).

Dalam era digital saat ini, dimana zaman serba digital begitupun zakat, infak, sedekah di Indonesia semakin berkembang sehingga memudahkan muzakki dalam menyalurkan zakat. Penyaluran zakat dapat dilakukan secara online. Teknologi sekarang yang banyak ditemui dan diminati sering kita sebut *e-commerce*. *E-Commerce* memberikan pelayanan dengan mudah ketika bertransaksi tanpa harus bertatap muka sehingga menjadikan banyak peminatnya.

Teknologi di Indonesia sangat berkembang dengan melahirkan berbagai macam *e-commerce*, salah satunya Tokopedia. Tokopedia menyediakan berbagai macam fitur halal corner diantaranya zakat, investasi syariah, wakaf, donasi dan produk lainnya yang sesuai dengan prinsip syariah, produk halal tersebut terdapat zakat, investasi syariah, hingga paket layanan umrah, wakaf, donasi, dan ada juga reksadana syariah, tabungan emas, dan opsi pembayaran syariah lainnya (Gita Indriani, Arie Syantoso, 2020).

Dalam keputusan muzakki membayar zakat di Tokopedia terdapat faktor yang paling mempengaruhi dalam penggunaan teknologi yaitu literasi digital, dengan ini dapat mengukur kemampuan seseorang dalam memahami dan memanfaatkan teknologi. Literasi digital memiliki pengaruh terhadap keputusan individu dalam menggunakan teknologi, yang selanjutnya dapat mempengaruhi pemahaman muzakki (orang yang memberi zakat) tentang pengelolaan dan pendistribusian zakat (D. Belshaw, 2011:274).

Masyarakat juga mempunyai kesadaran dalam berzakat, kesadaran akan berzakat juga sangat mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat. Meskipun seseorang memiliki pendapatan yang tinggi, mereka mungkin tidak mengetahui kewajiban zakat. Kesadaran berzakat mempengaruhi minat muzakki untuk mengelola zakat dengan baik, yang pada akhirnya dapat menciptakan kesejahteraan masyarakat (Kartika, 2020).

Selain literasi digital dan kesadaran berzakat terdapat kualitas layanan yang mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat, model kualitas layanan yang terkait dengan *e-commerce* yaitu kualitas layanan elektronik menyediakan fasilitas, tingkat keefektifan dan efisiensi dari produk yang disediakan *e-commerce* tersebut (Octaviani, 2021).

Dalam konteks modern saat ini, muzakki memiliki kemudahan dalam menunaikan kewajiban akan zakat mereka melalui *platform e-commerce*, seperti Tokopedia. Tokopedia memberikan layanan yang mempermudah proses berzakat, dengan menyediakan fitur-fitur yang efisien dan efektif. Hal ini dapat meningkatkan minat muzakki dalam mengambil keputusan untuk melaksanakan zakat.

Berdasarkan paparan latar belakang masalah yang telah disampaikan, rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan mempengaruhi keputusan muzakki membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia?
2. Apakah literasi digital mempengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia?
3. Bagaimana kesadaran zakat mempengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia?
4. Apakah kualitas layanan mempengaruhi keputusan muzakki dalam membayar zakat melalui *e-commerce* Tokopedia?

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pada tahun 1989 teori ini dikenalkan oleh Davis dengan jurnal *MIS Quarterly* memaparkan bahwa TAM (*Technology Acceptance Model*) adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan suatu teknologi informasi berdasarkan teori perilaku. Model ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1980. TAM melibatkan dua aspek persepsi dalam mempertimbangkan pengaruh suatu informasi baru, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use perceived*) dan persepsi kebermanfaatan (*usefulness perceived*). (Viswanath Venkatesh, 2000). Penerapan teori TAM pada variabel literasi digital yakni dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk mengadopsi literasi digital, seperti kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital secara efektif dan bagaimana individu melihat literasi digital sebagai sesuatu yang berguna dan mudah digunakan. Penerapan teori TAM pada variabel kualitas layanan menjelaskan bagaimana individu menerima dan menggunakan layanan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Dapat disimpulkan teori TAM dapat memberikan wawasan tentang faktor yang mempengaruhi penerimaan dan adopsi literasi digital atau layanan. Hal ini dapat membantu pengembangan strategi untuk meningkatkan literasi digital dan kualitas layanan, seperti meningkatkan persepsi kegunaan, memperbaiki kemudahan penggunaan dan mengurangi hambatan yang mungkin muncul dalam teknologi tersebut.

Zakat

Zakat berasal dari kata "zaka" yang memiliki makna berkah, bersih, tumbuh, dan baik. Secara konsep, zakat merujuk pada kewajiban memberikan sebagian harta kepada penerima yang berhak. Selain berkaitan dengan harta, zakat juga mencerminkan konsep kebersihan atau kesucian, baik bagi harta maupun jiwa individu yang mengeluarkan zakat. Zakat mengajarkan pentingnya berbagi, peduli sesama, dan menjaga keseimbangan dalam masyarakat (Y. Qardawi, 2004:1147).

E-Commerce

E-commerce adalah proses mendistribusikan, membeli, menjual dan memasarkan barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti internet, televisi atau perangkat elektronik lainnya. Ini melibatkan industri teknologi informasi menganggap *e-commerce* sebagai bagian dari *e-bisnis* yang melibatkan transaksi komersial. *E-commerce* mencakup penggunaan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventaris otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Selain itu, *e-commerce* juga terkait dengan aspek lain seperti manajemen rantai pasokan (SCM), pemasaran elektronik, pemrosesan transaksi online, dan pertukaran data elektronik (EDI). (Harmayani, 2020:1-2).

Tokopedia

Tokopedia didirikan pada tahun 2009, kemudian bertransformasi menjadi unicorn baik dalam Indonesia maupun Asia Tenggara. Tokopedia merupakan toko *online* yang dimiliki Indonesia. Berbagai macam produk yang disediakan. Berbagai macam produk yang tersedia pada Tokopedia menawarkan berbagai layanan, termasuk dompet digital, investasi dengan biaya terjangkau, kredit modal bisnis, kartu kredit virtual, produk proteksi, skor kredit, dan layanan investasi lainnya (Munif, 2016: 295-308).

Literasi Digital

Menurut Unesco (2004) literasi dapat dikatakan sebagai ukuran keahlian dalam membaca dan menulis. Definisi "literasi" dalam acara pertemuan pakar UNESCO di Paris

telah banyak menjelaskan pengertian literasi secara luas. Dari pertemuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi tidak hanya terbatas pada keterampilan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup kemampuan mengidentifikasi, memahami, menafsirkan, menciptakan, mengkomunikasikan, dan menggunakan informasi yang terkait dengan konteks media tertulis.. Menurut Knobel (2011:298) dalam konteks digital, kemampuan membaca dan menulis memiliki keterkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, literasi telah berkembang menjadi konsep yang lebih luas yang mencakup kemampuan memahami, berkolaborasi, berinteraksi, dan berkreasi melalui penggunaan teknologi, terutama internet. Literasi Digital mengacu kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi digital dengan efektif dan kritis dalam memperoleh, mengevaluasi, memahami, menciptakan, dan berbagi informasi secara *online*. Terdapat beberapa indikator literasi digital sebagai berikut (D. Belshaw, 2011):

- 1) Kultural
- 2) Kognitif
- 3) Konstruktif
- 4) Komunikatif
- 5) Rasa percaya diri dan tanggung jawab
- 6) Kreatif
- 7) Kritis
- 8) Tanggung jawab dalam sosial

Kesadaran Berzakat

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan kesadaran sebagai keadaan di mana seseorang memiliki pemahaman dan pengertian yang membuatnya menyadari hal-hal yang dirasakan atau dialami. Dalam konteks ini, kesadaran merujuk pada kemampuan individu untuk menyadari, meyakini, merasakan, dan memahami sesuatu yang terjadi dalam dirinya atau sekitarnya. Dalam konteks ini, kesadaran mengacu pada tingkat pemahaman dan kesadaran seseorang terhadap dirinya sendiri, lingkungannya, nilai-nilai, dan tanggung jawabnya (Pendidikan, 2005: 1197). Kesadaran menurut Wijaya (1984:38) berarti tahu, mengerti dan merasa. Terdapat beberapa indikator kesadaran berzakat sebagai berikut (Ambolau, 2015):

- 1) *Unaware of Brand*
- 2) *Brand Recognition*
- 3) *Brand Recall*
- 4) *Top of Mind*

Kualitas Layanan

Menurut Kotler, Philip dan Keller (2009) kualitas merupakan kemampuan dari kelebihan fitur berupa sifat, karakteristik dari produk dan jasa dengan tujuan kepuasan pelanggan sehingga berhubungan dengan keputusan pelanggan. Pelayanan merupakan sesuatu tindakan yang tidak dapat dilihat wujudnya. Terdapat beberapa indikator kualitas layanan sebagai berikut (Diana, 2010):

- 1) *Tangibles*
- 2) *Reliability*
- 3) *Responsiveness*
- 4) *Assurance*
- 5) *Empati*

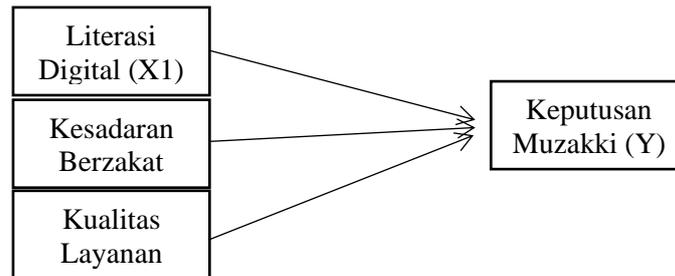
Keputusan Muzakki

Menurut Edi (2022: 186-202) keputusan adalah kemampuan dalam menyimpulkan

proses dalam memilih tindakan terbaik. Banyak teori pengambilan keputusan sesuai dengan model sasaran dan tujuan dalam bertindak dan memperhatikan resiko dan kriteria pengambilan keputusan terbaik sesuai keputusan yang diambil. Terdapat indikator keputusan muzakki sebagai berikut (Sari, 2019):

- 1) Kemantapan terhadap sebuah produk
- 2) Kebiasaan dalam bertransaksi
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- 4) Kenyamanan dengan melakukan transaksi berulang

Kerangka Konseptual



Gambar 1.
Kerangka Konseptual

Keterangan :

H1 : Terdapat pengaruh literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan terhadap keputusan muzakki.

H2 : Terdapat pengaruh literasi digital terhadap keputusan muzakki.

H3 : Terdapat pengaruh kesadaran berzakat terhadap keputusan muzakki.

H4 : Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan muzakki.

METODE PENELITIAN

Jenis, Waktu, dan Lokasi Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian, jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:6) penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini didasarkan pada filosofi positivisme digunakan dalam penelitian ini untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian dan dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan metode statistik. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Metode kuantitatif korelasional, seperti yang dijelaskan oleh Creswell (2014) digunakan untuk mengukur pengaruh antara dua variabel atau lebih menggunakan analisis statistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel tersebut dan untuk mengidentifikasi tingkat hubungan yang ada.

Dalam penelitian ini, sumber data utama yang digunakan adalah data primer. Menurut Sugiyono (2018) data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari responden oleh peneliti. Dalam hal ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang tinggal di wilayah Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. Penelitian dilakukan dalam rentang waktu dari bulan Februari hingga Mei 2023.

Populasi dan Sampel

Menurut Soewadji (2012:2018) populasi dalam penelitian ini merujuk kepada kelompok individu yang menjadi fokus penelitian, yaitu masyarakat muslim yang tinggal di

Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. Kelompok ini terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan

Dalam penelitian ini belum diketahui secara pasti jumlah sampel maka menggunakan rumus Lemeshow (Hatmawan, 2020: 11-13) dengan rumus :

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{D^2}$$

- n : Jumlah sampel
- Z : Derajat Kepercayaan (nilai a = 5% = 1,96)
- P : Maksimal Estimasi(0,5)
- P : Alpa (sampling error 10% = 0,10)

Berikut merupakan perhitungan Lemeshow dengan tingkat kesalahan 10%, peneliti mendapatkan perhitungan untuk mengetahui ukuran sampel yang dapat digunakan dalam peneliti, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,10^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 = 96 \text{ Responden}$$

Dengan demikian membutuhkan responden minimal sebanyak 96 responden dari responden muslim yang pernah membayar zakat secara online dan tinggal di wilayah Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto.

Adapun kriteria yang harus dipenuhi untuk sampel atau responden pada penelitian ini:

- 1) Responden (lahir pada tahun 1980-2003).
- 2) Responden beragama Islam.
- 3) Responden berapa di wilayah Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto.
- 4) Responden yang memiliki koneksi internet, media sosial, media e-commerce (Shopee, Tokopedia, Lazada dan lain-lain).
- 5) Sudah bekerja dan memiliki penghasilan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Klasifikasi	Frekuensi	Prsentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	50	52%
		Perempuan	46	48%
		Total	96	100%
2	Usia	18-19	74	77%
		30-50	22	23%
		Total	96	100%
3	Pendapatan	Orang Tua	23	31%
		Gaji Kerja	73	69%
		Total	96	100%
4	Pengguna Tokopedia	Iya	96	100%
		Total	96	100%
5	Pernah Zakat di Tokopedia	Iya	96	100%
		Total	96	100%

Sumber: Hasil Output Pengolahan SPSS yang diolah peneliti (diolah 2023)

Berdasarkan analisis menunjukkan bahwa dari total responden, terdapat 52% yang merupakan laki-laki dan 48% perempuan. Berdasarkan usia 77% sebanyak 74 dengan klasifikasi usia 18-19 tahun, 23% sebanyak 22 dengan klasifikasi usia 30-40 tahun. Berdasarkan pendapatan berasal dari orang tua sebanyak 23 dengan presentase 31% dan gaji kerja sebanyak 73 dengan presentase 69%. Dengan ketentuan pengguna tokopedia total 96 dengan presentase 100%. Dan yang pernah zakat di Tokopedia dengan total 96 yang presentasinya 100%.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

	Item	r Hitung	r Tabel (0,05)	Keterangan
Keputusan Muzakki (Y)	Y.1	0,863	0,1689	Valid
	Y.2	0,902	0,1689	Valid
	Y.3	0,852	0,1689	Valid
	Y.4	0,899	0,1689	Valid
	Y.5	0,845	0,1689	Valid
	Y.6	0,829	0,1689	Valid
Literasi Digital (X1)	X1.1	0,347	0,1689	Valid
	X1.2	0,571	0,1689	Valid
	X1.3	0,675	0,1689	Valid
	X1.4	0,767	0,1689	Valid
	X1.5	0,745	0,1689	Valid
	X1.6	0,724	0,1689	Valid
	X1.7	0,724	0,1689	Valid
	X1.8	0,704	0,1689	Valid
	X1.9	0,779	0,1689	Valid
Kesadaran Zakat (X2)	X2.1	0,891	0,1689	Valid
	X2.2	0,914	0,1689	Valid
	X2.3	0,869	0,1689	Valid
	X2.4	0,877	0,1689	Valid
Kualitas Layanan (X3)	X3.1	0,693	0,1689	Valid
	X3.2	0,825	0,1689	Valid
	X3.3	0,887	0,1689	Valid
	X3.4	0,858	0,1689	Valid
	X3.5	0,902	0,1689	Valid
	X3.6	0,837	0,1689	Valid
	X3.7	0,862	0,1689	Valid
	X3.8	0,851	0,1689	Valid
	X3.9	0,767	0,1689	Valid

Sumber: Hasil Output Pengolahan SPSS yang diolah peneliti (diolah 2023)

Berdasarkan analisis yang dilakukan dengan menggunakan tabel, seluruh item dalam kuesioner terkait variabel Literasi Digital, Kesadaran Zakat, dan Kualitas Layanan dalam Keputusan Zakat menghasilkan nilai hitungan yang lebih besar dari stabil yang telah ditentukan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Selain itu variabel Keputusan Zakat (Y) juga menghasilkan nilai akun yang lebih besar dari tabel. Dengan jumlah sampel (n) sebanyak 96, dan mengingat jumlah sampel dikurangi 2 (n-2) adalah 94, maka nilai kritis r tabel adalah 0,1689. Oleh karena itu, berdasarkan nilai hitung yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa semua item dalam kuesioner pada penelitian ini dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach alpha</i>	Keterangan
1	Literasi Digital	0,851	Reliabel
2	Kesadaran Berzakat	0,910	Reliabel
3	Kualitas Layanan	0,944	Reliabel
4	Keputusan Muzakki	0,932	Reliabel

Sumber: Hasil Output Pengolahan SPSS yang diolah peneliti (diolah 2023)

Variabel Keputusan Muzakki (Y) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,932, hal ini dapat ditunjukkan dengan variabel tersebut memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,6 sehingga disimpulkan bahwa variabel keputusan berzakat dikatakan reliable. Variabel Literasi Digital (X1) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,851. Nilai Cronbach's Alpha menunjukkan tingkat reliabilitas atau konsistensi internal dari variabel literasi digital. Pada penelitian ini karena nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi digital dikatakan reliable. Variabel Kesadaran Zakat (X2) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,910. Nilai Cronbach's Alpha menunjukkan tingkat reliabilitas atau konsistensi internal dari variabel Kesadaran Zakat. Pada penelitian ini karena nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kesadaran Zakat dikatakan reliable. Variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,944. Nilai Cronbach's Alpha menunjukkan tingkat reliabilitas atau konsistensi internal dari variabel kualitas layanan. Pada penelitian ini karena nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dikatakan reliable. Berdasarkan analisis menunjukkan nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 maka item pernyataan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliable.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Literasi Digital	Kesadaran Zakat	Kualitas Layanan	Keputusan Muzakki
N		96	96	96	96
Normal Parameters ^a	Mean	41.10	18.38	41.38	27.55
	Std. Deviation	3.703	2.523	5.151	3.586
Most Extreme Differences	Absolute	.177	.139	.140	.188
	Positive	.177	.105	.092	.087
	Negative	-.156	-.139	-.140	-.150
Kolmogorov Smirnov Test		.096	.098	.100	.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059	.229	.220	.204

a. Test distribution is Normal.					
---------------------------------	--	--	--	--	--

Sumber: Hasil Output Pengolahan SPSS yang diolah peneliti (diolah 2023)

1. Variabel Literasi Digital (X1) memiliki nilai 0,096 dengan signifikansi 0,59 dan tergolong distribusi normal Variabel Literasi Digital (X1) memiliki nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,096 dan nilai signifikan sebesar 0,059. Pada penelitian ini dengan membandingkan nilai signifikansi (0,059) dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan (biasanya 0,05), dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($\text{sig} > 0,05$).
2. Variabel Kesadaran Berzakat (X2) memiliki nilai 0,098 dengan signifikansi 0,229 dan tergolong distribusi normal
3. Variabel Kualitas Layanan (X3) memiliki nilai 0,100 dengan signifikansi 0,220 dan tergolong distribusi normal
4. Variabel Keputusan Muzakki (Y) memiliki nilai 0,099 dengan signifikansi 0,204 dan tergolong distribusi normal

Uji Multikolinearitas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.117	2.443		-.457	.649		
	Literasi Digital	.312	.074	.449	4.203	.000	.326	3.064
	Kesadaran Zakat	.226	.144	.159	1.565	.021	.360	2.775
	Kualitas Layanan	.282	.082	.291	3.450	.001	.522	1.917

a. Dependent Variable: Keputusan Muzakki

Sumber: Hasil Output Pengolahan SPSS yang diolah peneliti (diolah 2023)

1. Variabel Literasi Digital (X1) memiliki nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,096 dan nilai signifikan sebesar 0,059. Pada penelitian ini dengan membandingkan nilai signifikansi (0,059) dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan (biasanya 0,05), dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($\text{sig} > 0,05$).
2. Dari hasil pengujian menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada variabel Kesadaran Berzakat (X2), diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,098 dengan nilai signifikansi sebesar 0,229. Berdasarkan perbandingan nilai signifikansi tersebut dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan (biasanya 0,05), dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($\text{sig} > 0,05$).
3. Variabel Kualitas Layanan (X3) memiliki nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,100 dengan nilai signifikan sebesar 0,220. Berdasarkan perbandingan antara nilai signifikansi (0,220) dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya (biasanya 0,05), dapat

disimpulkan bahwa nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan ($\text{sig} > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data pada variabel Kualitas Layanan (X3) berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.453	1.509		2.289	.024
Literasi Digital	-.076	.046	-.294	-1.649	.103
Kesadaran Zakat	.122	.089	.233	1.372	.173
Kualitas Layanan	-.023	.050	-.065	-.459	.647

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil Output Pengolahan SPSS yang diolah peneliti (diolah 2023)

Berdasarkan hasil uji Glejser, tidak ada variabel independen yang memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai absolute residual (ABS_RES). Selanjutnya hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel Literasi Digital memiliki nilai 0,103, Kesadaran Berzakat memiliki nilai 0,173, dan Kualitas Layanan memiliki nilai 0,647. Semua nilai tersebut melebihi taraf signifikansi 0,05 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.117	2.443		-.457	.649
Literasi Digital	.312	.074	.449	4.203	.000
Kesadaran Zakat	.226	.144	.159	1.565	.21
Kualitas Layanan	.282	.082	.291	3.450	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Muzakki

Sumber: Hasil Output Pengolahan SPSS yang diolah peneliti (diolah 2023)

Dari hasil regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta memiliki pengaruh positif sebesar 1.117, yang menunjukkan bahwa keputusan muzakki cenderung naik. Selain itu, variabel literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat. Semakin tinggi nilai literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan, semakin tinggi kemungkinan muzakki membayar zakat.

Uji Hipotesis

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	803.821	3	267.940	58.984	.000 ^b
	Residual	417.919	92	4.543		
	Total	1221.740	95			
a. Dependent Variable: Keputusan Muzakki						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kesadaran Zakat, Literasi Digital						

Sumber: Hasil Output Pengolahan SPSS yang diolah peneliti (diolah 2023)

Berdasarkan tabel yang diberikan, nilai F sebesar 58,984 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan (0,05). Maka H1 diterima dan H0 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Digital (X1), Kesadaran Zakat (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Muzakki (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 ^a	.658	.647	2.13134
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kesadaran Zakat, Literasi Digital				
b. Dependent Variable: Keputusan Muzakki				

Sumber: Hasil Output Pengolahan SPSS yang diolah peneliti (diolah 2023)

Berdasarkan hasil uji, dapat dilihat bahwa adjusted R2 sebesar 0,647 atau 64,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi digital (X1), kesadaran zakat (X2), dan kualitas layanan (X3) dalam penelitian ini dapat menjelaskan sekitar 64,7% variasi yang terdapat pada keputusan muzakki. Sisanya sebesar 36,3% kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial (t)

Tabel 9
Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.117	2.443		-.457	.649
	Literasi Digital	.312	.074	.449	4.203	.000
	Kesadaran Zakat	.226	.144	.159	1.565	.21

Kualitas Layanan	.282	.082	.291	3.450	.001
------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keputusan Muzakki

Sumber: Hasil Output Pengolahan SPSS yang diolah peneliti (diolah 2023)

- 1 Pengaruh Faktor Literasi Digital (X1) Terhadap Keputusan Muzakki Variabel Literasi Digital memiliki nilai t adalah 4.203 dan signifikansinya adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menentukan hipotesis alternatif (H1a) dan menolak hipotesis nol (H0). Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Digital berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan muzakki membayar zakat. Dengan kata lain, tingkat literasi digital yang lebih tinggi secara signifikan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk memutuskan membayar zakat.
- 2 Pengaruh Kesadaran Zakat (X2) Terhadap Keputusan Muzakki Berdasarkan hasil uji-t, tidak terdapat bukti yang cukup kuat untuk menolak hipotesis nol (H0) pada variabel Kesadaran Zakat. Dengan signifikansi sebesar 0,21 yang lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa Kesadaran Zakat tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan berzakat. Dengan kata lain, tingkat kesadaran zakat tidak memainkan peran penting dalam mempengaruhi seseorang untuk memutuskan membayar zakat.
- 3 Pengaruh Kualitas Layanan (X3) Terhadap Keputusan Muzakki Berdasarkan hasil uji-t, terdapat bukti yang cukup kuat untuk menerima hipotesis alternatif (H1a) pada variabel Kualitas Layanan dan menolak hipotesis nol (H0). Dengan signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan membayar zakat. Dengan kata lain, semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan dalam konteks zakat, semakin besar kemungkinan seseorang akan memutuskan untuk membayar zakat.

SIMPULAN

1. Berdasarkan pengujian secara simultan, temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi digital, kesadaran berzakat, dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *E-Commerce* Tokopedia bagi masyarakat di Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. Artinya, tingkat literasi digital yang tinggi, kesadaran berzakat yang kuat, dan kualitas layanan yang baik secara kolektif mempengaruhi keputusan individu untuk menggunakan *E-Commerce* Tokopedia sebagai sarana pembayaran zakat.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa literasi digital dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan muzakki membayar zakat melalui *E-Commerce* Tokopedia di Kecamatan Gondang Kabupaten Mojokerto. Namun, kesadaran berzakat secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan muzakki membayar zakat. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital dan kualitas layanan dapat menjadi fokus dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam membayar zakat melalui *E-Commerce* Tokopedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambolau, M. A. P., Kusumawati, A., & Mawardi, M. K. (2015). The Influence of Brand Awareness And Brand Image On Purchase Decision. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(2), 1–8.
- Belshaw, D. (2011). *What is Digital Literacy? A Pragmatic Investigation*. University of Durham.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, & Mixed Methods Approach*. In *Nucl. Phys.* (Vol. 13, Issue 1).
- Diana, F. C. dan A. (2010). *Strategi Pemasaran* (second). Andi.
- Edi, E. A. dan A. S. (2022). Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Dan Keputusan Masyarakat Membayar Zakat Melalui Platform Digital Pada Yayasan Pengelola Zakat Di Surabaya. *ISSN*, 2(1), 186–202.

- Gita Indriani, Arie Syantoso, dan A. P. (2020). Pengaruh Customer Feedback Pada Tokopedia Terhadap Pengembangan Ekonomi Digital Syariah (studi kasus di Martapura dan Banjarbaru). *Eprints Uniska*, 1(2), 1-10.
- Harmayani. (2020). *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital* (J. Simarmata (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Hatmawan, S. R. dan A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Deepublish Publisher (CV Budi Utama).
- Kartika, I. K. (2020). Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Muzakki di BAZNAS Salatiga). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 42-52. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.558>
- Knobel, C. L. dan M. (2011). *New Literacies: Everyday Practices and Social Learning*. https://books.google.co.id/books/about/EBOOK_New_Literacies_Everyday_Practices.html?id=HSdFBgAAQBAJ&redir_esc=y
- Kotler, Philip dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (13 ind JKP).
- Lisdiana, E. (2022). *Strategi Penghimpunan Zakat Profesi Melalui E-Commerce Tokopedia Pada NU Care-Lazisnu Pusat*.
- Munif, A. G. dan A. (2016). *Problematika Perdagangan Online Telaah Terhadap Aspek Khiyar Dalam E-Commerce*. x(No.2), 295-308.
- Octaviani, O. C. (2021). the Effect of E-Service Quality and Perceived Price Fairness on Customer Loyalty Which Customer Satisfaction As Intervening Study Online Shopping Site in Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 143-171.
- Pendidikan, D. (2005). Departemen Pendidikan. In *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (p. 1197). Balai Pusat.
- Qardawi, Y. (2004). *Hukum Zakat: Studi komparatif Mengenai Status dan Filsafat Zakat Berdasarkan Qur'an dan Hadis* (Cet. 1).
- Sari, T. dan Z. (2019). Edukasi Zakat, Infaq dan Shadaqoh (ZIS) pada Siswa/Siswi SMA Muhammadiyah 1 Bengkulu. *Syukur*, 02(2), 141-146. <https://doi.org/10.22236/syukur>
- Soewadji, J. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. (2018). Penelitian Kuantitatif Kualitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- UNESCO. (2004). "The Plurality of Literacy and its Implications for Policies". <https://unesdoc.unesco.org>
- Viswanath Venkatesh, F. D. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(No.2), 186-204. <https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wijaya, A.w., H. (1984). *Kesadaran hukum manusia dan masyarakat Pancasila /AW. Widjaja*. Era Swasta, 1985.