



## Research Article

# Peran Trust dan Literasi Zakat Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat dengan Attitude Sebagai Variabel Mediasi pada OPZ Malang Raya

Amiruddin<sup>1</sup>, Siswanto<sup>2</sup>, Umi Julaihah<sup>3</sup>

1. State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia  
E-mail: [amiami4318@gmail.com](mailto:amiami4318@gmail.com) 
2. State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia  
E-mail: [siswanto@pbs.uin-malang.ac.id](mailto:siswanto@pbs.uin-malang.ac.id)
3. State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia  
E-mail: [julaihah@pips.uin-malang.ac.id](mailto:julaihah@pips.uin-malang.ac.id)



Copyright © 2026 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received : December 25, 2025  
Accepted : February 12, 2026

Revised : January 27, 2026  
Available online : March 14, 2026

**How to Cite:** Amiruddin, Siswanto and Umi Julaihah. (2026) "The Role of Trust and Zakat Literacy on Muzakki's Interest in Paying Zakat with Attitude as a Mediating Variable in the Malang Raya OPZ", *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 9(1), pp. 2244–2260. doi: 10.31943/afkarjournal.v9i1.2804.

## The Role of Trust and Zakat Literacy on Muzakki's Interest in Paying Zakat with Attitude as a Mediating Variable in the Malang Raya OPZ

**Abstract.** Indonesia has a vast zakat potential, thanks to its world's largest Muslim population. However, zakat collection remains low, including in the Greater Malang area. Low levels of literacy and trust in zakat management institutions are among the main causes of suboptimal zakat collection.

This study aims to analyze in more depth how levels of trust and zakat literacy influence the intention of payers to distribute zakat through Zakat Management Organizations (OPZ), considering the role of attitude as a mediating variable. Furthermore, this study seeks to provide empirical understanding of the relationship between psychological factors and religious behavior in the context of zakat compliance. This study used a quantitative approach through a survey of 400 muzakki respondents in Malang Raya, and the data were analyzed using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4.1.1.4. The results showed that zakat trust and literacy significantly influenced muzakki attitudes, and attitudes were proven to mediate the relationship with muzakki intentions. These findings emphasize the important role of zakat institutions in building public trust and increasing literacy so that zakat management is more optimal and has a broad impact on community welfare.

**Keywords:** Trust, Zakat Literacy, Attitude, Intention of Zakat Payers, Zakat Management Organization

**Abstrak.** Potensi zakat di Indonesia sangat besar seiring dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak di dunia, namun realisasi penghimpunannya masih rendah, termasuk di wilayah Malang Raya. Rendahnya literasi dan tingkat kepercayaan terhadap lembaga pengelola zakat menjadi salah satu penyebab utama belum optimalnya penghimpunan zakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara lebih mendalam bagaimana tingkat kepercayaan dan literasi zakat dapat memengaruhi niat muzakki dalam menyalurkan zakat melalui Organisasi Pengelola Zakat (OPZ), dengan mempertimbangkan peran sikap sebagai variabel mediasi. Selain itu, penelitian ini juga berupaya memberikan pemahaman empiris mengenai hubungan antara faktor psikologis dan perilaku keagamaan dalam konteks kepatuhan berzakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 400 responden muzakki di Malang Raya, dan data dianalisis menggunakan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4.1.1.4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan literasi zakat berpengaruh signifikan terhadap sikap muzakki, dan sikap terbukti memediasi hubungan tersebut terhadap niat muzakki. Temuan ini menegaskan pentingnya peran lembaga zakat dalam membangun kepercayaan publik dan meningkatkan literasi agar pengelolaan zakat semakin optimal dan berdampak luas bagi kesejahteraan masyarakat.

**Kata Kunci:** Trust, Literasi zakat, Attitude, Niat muzakki, Organisasi Pengelola Zakat

## PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia memiliki potensi besar dalam penghimpunan zakat, infak, dan sedekah (ZIS). Berdasarkan Sensus BPS (2023), sebanyak 236,53 juta jiwa atau 86,88 persen penduduk Indonesia beragama Islam, menunjukkan peluang besar bagi penguatan ekonomi umat. ZIS tidak hanya bernilai ibadah, tetapi juga berfungsi sosial dalam mendistribusikan kekayaan dan mengurangi ketimpangan ekonomi. Jika dikelola secara profesional oleh lembaga zakat yang terpercaya, ZIS dapat menjadi instrumen efektif dalam mendukung program pemerintah dan pemerataan kesejahteraan (Irawan et al., 2023) maupun sarana pemberdayaan ekonomi (Triyatno & Julaihah, 2025). Karena itu, lembaga zakat perlu berinovasi dan menyusun strategi yang menarik serta berdampak nyata agar pengelolaan ZIS berjalan efektif (Yerrou et al., 2023; BAZNAS, 2024).

Keaktifan lembaga pengelolaan zakat (amil) diperlukan untuk meningkatkan semua pelayanan kepada masyarakat dalam membayar zakat serta meningkatkan

peran dan fungsi agama untuk mewujudkan keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan hasil dan daya guna zakat untuk mewujudkan pemerataan pendapatan ekonomi di masyarakat. Organisasi Pengelola Zakat (OPZ) adalah lembaga perantara Zakat Infak dan Shadaqah (ZIS) yang bertugas mengumpulkan dana dari muzakki serta memberikan dana zakat kepada mustahiq sesuai dengan aturan agama. Melihat Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar menjadi potensi bagi lembaga zakat untuk mengumpulkan dan zakat dari muzakki (Safitri & Suryaningsih, 2021).

Tabel 1 Potensi Zakat di Indonesia Tahun 2024 (Satuan Triliun)

No.	Objek Zakat	Potensi Zakat
1.	Zakat Pertanian	19,79
2.	Zakat Peternakan	9,51
3.	Zakat Tabungan dan Deposito	58,76
4.	Zakat Penghasilan dan Jasa	
	- Zakat ASN	9,15
	- Zakat Individu Non ASN	129,8
5.	Zakat Badan (Perusahaan)	99,99
Total Potensi Dana Zakat		327

Sumber: BAZNAS (2024)

Data menunjukkan bahwa potensi dana zakat di Indonesia jauh lebih besar dibandingkan realisasinya. Penghimpunan zakat tahun 2023 hanya mencapai Rp71,46 triliun, sekitar 21,7% dari total potensi nasional, sementara 78,3% dana belum tergal (PUSKAS, 2023). Di Jawa Timur, penghimpunan ZIS tahun 2024 tercatat Rp592,63 miliar dari 4,7 juta muzakki, masih jauh dari potensi lebih dari Rp30 triliun. Kondisi ini menegaskan perlunya optimalisasi penghimpunan zakat, terutama di wilayah potensial seperti Malang Raya yang memiliki 3,8 juta penduduk dan potensi ekonomi serta sosial yang besar (BPS Jatim, 2024).

Tabel 2 Data Total Muzakki dan Pembayaran ZIS

Organisasi Pengelola Zakat	Capaian per tahun 2024 (Rp)			Jumlah Muzakki
	Zakat	Infak/sedekah	Total	
BAZNAS Kabupaten Malang	8,313,721,909	3,268,491,312	11,582,213,221	12,832
BAZNAS Kota Malang LAZ YASA	580,342,698	1,370,490,253	1,950,832,951	1,649
Malang LAZISKHU	1,084,466,250	1,093,038,577	2,177,504,827	5,781
Malang BAZNAS	122,246,866	1,132,072,654	1,254,319,520	1,439
Kota Batu	297,064,122	1,138,379,208	1,435,443,330	18,419
<b>Total ZIS dan Muzakki Malang Raya 2024</b>			<b>18,400,313,849</b>	<b>40,120</b>

Sumber: BAZNAS (2024)

Pada tahun 2024, BAZNAS Malang Raya mencatat penghimpunan ZIS sebesar Rp18,40 miliar dari 40.120 muzakki. Rendahnya realisasi zakat disebabkan minimnya

pengetahuan tentang zakat profesi, anggapan bahwa zakat hanya dibayar saat Ramadan, serta rendahnya kepercayaan terhadap lembaga zakat (Jibu & Bokiu, 2022). Literasi zakat berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan berzakat (Yusfiarto et al., 2020; Kasri & Yuniar, 2021) meski faktor spiritual dan akses layanan masih menjadi kendala (Pertiwi, 2020). Berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (Ajzen & Fisbein, 1980), kepercayaan dan literasi yang baik membentuk sikap positif yang mendorong niat membayar zakat melalui lembaga resmi.

Masyarakat cenderung menyalurkan zakat langsung kepada mustahik karena kurang percaya pada lembaga zakat (Ulum & Cahyono, 2020). Ketidakpercayaan ini dipicu oleh kurangnya amanah dan tanggung jawab lembaga dalam pengelolaan dana, sehingga menimbulkan keraguan terhadap distribusi zakat baik (Rahmaningtyas et al., 2020). Persepsi negatif dan norma subjektif di masyarakat juga memperkuat keraguan tersebut. Oleh karena itu, lembaga zakat perlu membangun citra positif dan meningkatkan akuntabilitas untuk menumbuhkan kepercayaan publik (Mash'Amah et al., 2023). Kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap intensi membayar zakat (Annahl et al., 2021; Putra & Lestari, 2022), meski studi lain menunjukkan bahwa kepercayaan tinggi belum tentu diikuti perilaku nyata membayar zakat, sehingga perlu kajian lebih lanjut mengenai kesenjangan antara persepsi dan tindakan (Syafira et al., 2020).

Rendahnya realisasi penghimpunan zakat dibanding potensinya menjadi isu penting yang perlu dikaji secara komprehensif karena menyangkut efektivitas peran lembaga zakat. Penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti faktor ekonomi dan religiusitas (Astuti & Prijanto, 2021; Istikhomah & Asrori, 2019; Maulidia & Mukhlis, 2022; Saputri, 2021). Namun, belum banyak penelitian terkait keputusan membayar zakat melalui lembaga yang membahas secara bersamaan terkait peran faktor psikologis seperti kepercayaan, literasi, dan sikap. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengembangkan *Theory of Reasoned Action* (TRA) melalui penambahan variabel kepercayaan dan literasi zakat serta menjadikan sikap sebagai mediasi terhadap niat muzakki. Sehingga, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh kepercayaan dan literasi zakat terhadap niat membayar zakat melalui sikap, guna melengkapi kekurangan riset terdahulu dan menjelaskan kesenjangan antara potensi dan realisasi zakat, khususnya di Malang Raya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan tujuan menganalisis pengaruh kepercayaan (trust) dan literasi zakat terhadap niat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ dengan menjadikan sikap sebagai variabel mediasi (Sugioyno, 2019). Pendekatan ini dipilih karena mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara objektif berdasarkan data terukur, sekaligus memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang membentuk sikap dan minat muzakki. Fokus penelitian diarahkan pada muzakki di wilayah Malang Raya, yang meliputi Kabupaten Malang, Kota Malang, dan Kota Batu, dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden yang ditentukan melalui perhitungan Slovin pada tingkat kesalahan 5%. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan mampu merepresentasikan dinamika

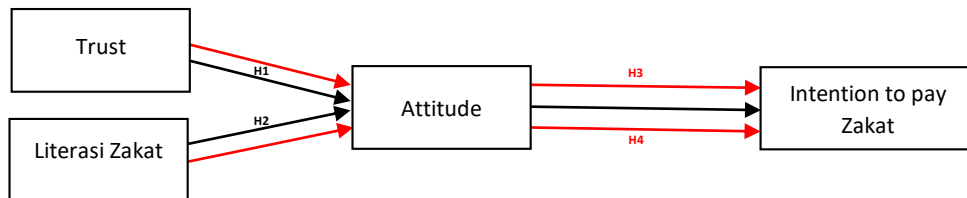
partisipasi zakat di wilayah dengan potensi ZIS yang tinggi namun tingkat penghimpunannya masih relatif rendah.

Data penelitian ini terdiri atas data primer dan sekunder (Sugioyno, 2019). Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada muzakki yang berdomisili di Malang Raya, baik secara daring melalui media sosial seperti WhatsApp dengan menggunakan tautan Google Form maupun secara langsung untuk menjangkau responden yang kurang aktif dalam penggunaan teknologi. Instrumen kuesioner berisi pernyataan-pernyataan yang relevan dengan variabel penelitian. Sementara itu, data sekunder dihimpun melalui studi pustaka berupa laporan tahunan OPZ Malang Raya, buku, jurnal, artikel, serta publikasi ilmiah terkait. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sepenuhnya menggunakan metode kuesioner yang ditujukan kepada muzakki yang terdaftar pada OPZ di Malang Raya sebagai responden penelitian.

Analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square-Structural Equation Modeling (SEM-PLS) dengan perangkat lunak SmartPLS. Model dievaluasi melalui pengujian outer model yang mencakup validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk, dan dilanjutkan dengan pengujian inner model melalui nilai R-square, dan uji kelayakan model (Model Fit Test) (Hair et al., 2021). Uji hipotesis dilakukan terhadap pengaruh langsung maupun tidak langsung dengan prosedur bootstrapping, di mana signifikansi ditentukan berdasarkan nilai t-statistik > 1,96 pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ).

Adapun model penelitian yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagaimana terlihat pada Gambar 1.1, dimana Masing-masing indikator penelitian dikembangkan dari penelitian-penelitian terdahulu (Fajriyah & Rahmayati, 2023; Yerro et al., 2023; Mahfud et al., 2020)

Gambar 1 Kerangka Konseptual Penelitian



**H1:** Trust berpengaruh terhadap attitude dalam membayar zakat

**H2:** Literasi zakat berpengaruh terhadap attitude dalam membayar zakat

**H3:** Attitude memediasi pengaruh Trust terhadap minat membayar zakat

**H4:** Attitude memediasi pengaruh literasi zakat terhadap minat membayar zaka

## HASIL

### A. Gambaran Umum Reposnden

#### 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah responden berdasarkan Jenis kelamin dalam penelitian ini ditentukan dari data jawaban 400 responden melalui kuesioner yang dibagikan dan akan tampilkan dalam berikut ini:

Tabel 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi
Laki-Laki	262

Perempuan	138
<b>Total</b>	<b>400</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Dilihat dari Tabel diatas dapat disimpulkan bahwa total responden sebanyak 400 orang terbagi menjadi perempuan dan laki-laki. Ketika data dihimpun, ditemukan bahwa responden laki-laki berjumlah 262 orang atau 65.5% dan responden perempuan berjumlah 138 orang atau 34.5%. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini merupakan laki-laki yaitu sebesar 65.5% dari total 400 responden.

2. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jumlah responden berdasarkan jenis pekerjaan dalam penelitian ini ditentukan dari data jawaban 400 responden melalui kuesioner yang dibagikan dan akan ditampilkan dalam berikut ini:

Tabel 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi
Pegawai Swasta	178
Pelajar/Mahasiswa	60
PNS	136
Yang lain	25
<b>Total</b>	<b>400</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Dilihat dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa total responden berjumlah 400 orang yang terbagi ke dalam beberapa kategori pekerjaan. Mayoritas responden berasal dari kategori pegawai swasta dengan jumlah 178 orang atau 44.5% dari total responden. Selanjutnya, responden yang berprofesi sebagai PNS berjumlah 136 orang atau 34.0%. Sementara itu, pelajar/mahasiswa tercatat sebanyak 60 orang atau 15.0%, dan sisanya sebanyak 25 orang atau 6.5% berasal dari kategori pekerjaan lain.

3. Responden Berdasarkan Usia

Jumlah responden berdasarkan usia responden dalam penelitian ini ditentukan dari data jawaban 400 responden melalui kuesioner yang dibagikan dan akan ditampilkan dalam berikut ini:

Tabel 5 Responden Berdasarkan Usia Responden

Usia Responden	Frekuensi
< 20 Tahun	15
21 – 29 Tahun	137
30 – 40 Tahun	208
> 40 Tahun	40
<b>Total</b>	<b>400</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

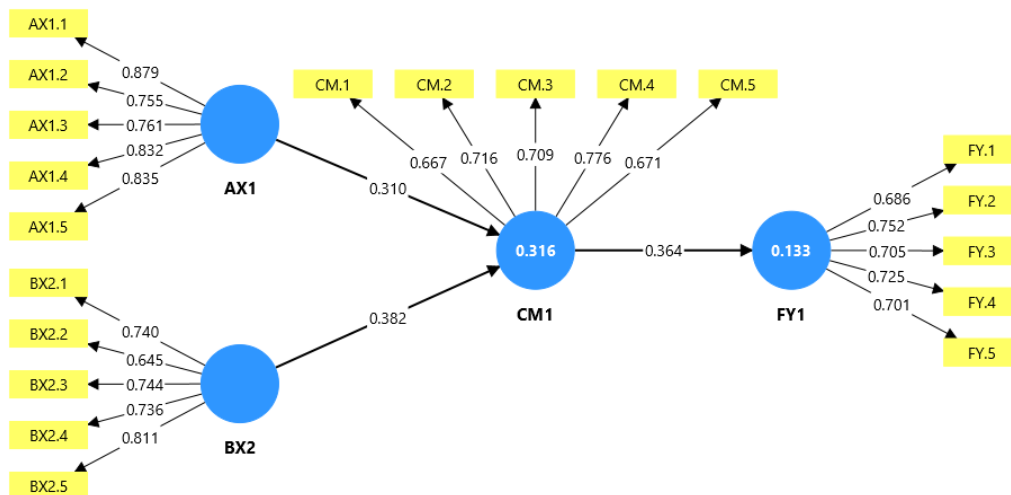
Dilihat dari Tabel diatas total responden sebanyak 400 orang terbagi dalam empat kategori usia. Responden terbanyak berada pada rentang usia 30 – 40 tahun dengan jumlah 208 orang atau 52.0% dari total responden. Selanjutnya, responden berusia 21 – 29 tahun tercatat sebanyak 137 orang atau 34.3%. Sementara itu, responden yang berusia lebih dari 40 tahun berjumlah 40 orang atau 10.0%, dan sisanya sebanyak 15 orang atau 3.8% berasal dari kelompok usia di bawah 20 tahun.

## B. Analisis Data Menggunakan Metode Partial Least Square (PLS)

### 1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Analisa outer model dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan memastikan bahwa nilai variabel yang digunakan telah dinyatakan valid dan reliabel. Berikut ini disajikan model struktural hasil pengujian dengan SmartPLS:

Gambar 2 Model Konstruk



Sumber: Output SmartPLS, diolah peneliti 2025

Model penelitian ini terdiri dari enam konstruk diantaranya adalah Trust, Literasi Zakat, Attitude dan Minat. Evaluasi outer model ialah tahapan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas suatu konstruk. Berikut merupakan hasil uji dengan SmartPLS untuk mengetahui validitas dan reliabilitas konstruk dalam penelitian ini.

#### a. Hasil Convergent Validity

Convergent validity dapat dilihat dari nilai outer loading. Menurut pendapat Chin jika nilai outer loading suatu instrumen > 0,5 maka dapat dikatakan telah memenuhi pengujian convergent validity dan menunjukkan telah memiliki validitas yang baik (Sugioyno, 2019). Hasil uji convergent validity disajikan dalam Tabel berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Convergent Validity

Variabel	Indikator	Outer Loading
<b>Trust (X<sub>1</sub>)</b>	X1.1	0.879
	X1.2	0.755
	X1.3	0.761
	X1.4	0.832
	X1.5	0.835
<b>Literasi Zakat (X<sub>2</sub>)</b>	X2.1	0.740
	X2.2	0.645
	X2.3	0.745
	X2.4	0.736
	X2.5	0.811
<b>Attitude (M)</b>	M1	0.668

	M2	0.716
	M3	0.709
	M4	0.776
	M5	0.670
<b>Intention Membayar Zakat (Y)</b>	Y1	0.699
	Y2	0.760
	Y3	0.718
	Y4	0.705
	Y5	0.692

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

Dari Tabel diatas dapat dapat terlihat nilai outer loading dari semua item pernyataan kuesioner dalam penelitian ini memiliki nilai > 0,5. Artinya, item-item yang digunakan dalam penelitian ini dapat menjelaskan konstruk dengan cukup baik sehingga dapat dikatakan Valid.

Selain dilihat dari nilai outer loading, convergent validity juga dapat dilihat dari nilai *Average Variace Extrached (AVE)*. Suatu instrumen dapat dikatakan lolos pengujian *convergent validity* jika jika memiliki nilai AVE > 0,5 (Rizkia et al., 2023). Hasil pengujian *Average Variace Extrached (AVE)* ditampilkan dalam Tabel 4.12 berikut:

Tabel 7 Average Variace Extrached (AVE)

Variabel	Nilai AVE	Keterangan
Trust (X1)	0.662	Valid
Literasi Zakat (X2)	0.543	Valid
Attitude (M)	0.502	Valid
Minat Membayar Zakat (Y)	0.512	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Disimpulkan dari Tabel diatas bahwa variabel Kepercayaan, Literasi Zakat, Sikap/attitude dan Minat memiliki nilai AVE  $\geq$  0,5. Salah satu konstruk bahkan memiliki nilai AVE di atas 0,5 yang menandakan indikator pada konstruk tersebut mampu menjelaskan varians dengan lebih optimal. Hal ini sesuai dengan kriteria Hair et al. (2019) yang menyatakan bahwa nilai AVE minimum 0,5 sudah cukup untuk menunjukkan validitas konvergen dan semakin tinggi nilai AVE maka semakin baik kualitas pengukuran konstruk. Dengan demikian konstruk tersebut dinyatakan valid.

#### b. Hasil *Discriminant Validity*

Pengujian validitas diskriminan pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Fornell Larcker Criterion*. Metode ini menekankan pada perbandingan nilai akar kuadrat *Average Variance Extracted (AVE)* dari masing-masing konstruk dengan korelasi antar konstruk. *Discriminant validity* dianggap tercapai apabila nilai akar kuadrat AVE pada setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya (Sugioyno, 2019). Hasil pengujian *discriminant validity* berdasarkan metode *Fornell Larcker Criterion* disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 8 Fornell Larcker Criterion

	AX <sub>1</sub>	BX <sub>2</sub>	CM <sub>1</sub>	FY <sub>1</sub>
X <sub>1</sub>	0.814			
X <sub>2</sub>	0.311	0.737		
M <sub>1</sub>	0.429	0.479	0.709	
Y <sub>1</sub>	0.400	0.126	0.364	0.714

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan *Fornell Larcker Criterion* menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE yang terletak pada diagonal tabel, yaitu X<sub>1</sub> (0,814), X<sub>2</sub> (0,737), M<sub>1</sub> (0,709), dan Y<sub>1</sub> (0,714), lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk pada baris maupun kolom yang bersangkutan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria validitas diskriminan. Dengan demikian, masing-masing konstruk dapat dibedakan secara jelas dari konstruk lainnya dalam model penelitian.

### c. Pengujian Reliabilitas

Dalam menguji reliabilitas konstruk dalam penelitian ini menggunakan *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Kriteria yang ditentukan dalam pengujian ini adalah jika nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7 dan nilai *cronbach's alpha* juga lebih besar dari 0,7 maka dinyatakan reliabel (Garson, 2016). Berikut merupakan ringkasan hasil pengujian *composite reliability* dan *cronbach's alpha* ditampilkan pada Tabel berikut:

Tabel 9 Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	CR	CA	Hasil
Trust (X <sub>1</sub> )	0.878	0.872	Reliabel
Literasi Zakat (X <sub>2</sub> )	0.821	0.794	Reliabel
Attitude (M)	0.830	0.788	Reliabel
Minat Membayar Zakat (Y)	0.762	0.761	Reliabel

Sumber: Output SmartPLS, diolah oleh peneliti, 2025

Disimpulkan dari tabel di atas hasil pengujian menunjukkan nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* (CA) yang berada di atas ambang batas 0,70. Dengan demikian, setiap konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang dapat diterima, konsisten dan dinyatakan reliabel dalam mengukur variabel Trust (X<sub>1</sub>), Literasi Zakat (X<sub>2</sub>), Attitude (M) serta Minat Membayar Zakat (Y).

## 2. Analisa Model Struktural (Inner Model)

Analisis inner model dilakukan untuk mengevaluasi kekuatan prediksi model melalui nilai R<sup>2</sup> dan Model Fit, serta untuk menguji hubungan antar variabel laten baik secara langsung, tidak langsung, maupun dengan variabel moderasi.

### a. Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengukur proporsi varians variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Semakin

tinggi nilai  $R^2$ , semakin baik kemampuan prediksi model. Mengacu pada Chin (1998), nilai  $R^2$  sebesar 0,67 dikategorikan kuat, 0,33 moderat, dan 0,19 lemah. Hasil perhitungan nilai  $R^2$  penelitian ini disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 10 R-Square

Variabel	R-square
M ( <i>Attitude</i> )	0.317
Y (Intensitas Membayar Zakat)	0.314

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  pada variabel Attitude (M) sebesar 0,317, termasuk kategori moderat menurut kriteria Chin (1998), yang berarti variabel independen dalam model mampu menjelaskan 31,7% variasi Attitude, sedangkan 68,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai  $R^2$  pada variabel Intensitas Membayar Zakat (Y) sebesar 0,133 tergolong lemah, sehingga variabel independen hanya menjelaskan 13,3% variasi intensitas membayar zakat, sementara 86,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

b. Uji Kelayakan Model (Model Fit Test)

Uji kelayakan model dilakukan untuk memastikan bahwa model penelitian sesuai dengan data yang diperoleh dan dapat digunakan dalam pengujian hipotesis. Evaluasi kelayakan model dalam penelitian ini dilakukan dengan metode bootstrapping pada beberapa parameter, meliputi SRMR, NFI, dan  $Q^2$ . Kriteria penerimaan model antara lain  $SRMR \leq 0,10$ , NFI mendekati 1 serta  $Q^2 > 0$  sebagai indikasi adanya relevansi prediktif (Hair et al., 2021). Hasil uji kelayakan model berdasarkan metode bootstrapping disajikan pada Tabel berikut:

Tabel 11 Hasil Uji Model Fit

Parameter	Nilai Parameter	Keterangan
SRMR	0.092	Fit
NFI	0.746	Kurang fit
$Q^2$ Predictive Relevance	$Q^2$ Attitude 0.300 > 0 $Q^2$ Intention 0.078 > 0	Prediktif Kuat

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas nilai SRMR sebesar 0,092 menunjukkan model memenuhi kriteria fit, sedangkan NFI sebesar 0,746 masih tergolong kurang fit. Nilai  $Q^2$  untuk variabel Attitude sebesar 0,300 dan Intensitas Membayar Zakat sebesar 0,078 keduanya lebih besar dari nol, sehingga model memiliki relevansi prediktif yang memadai. Secara keseluruhan, model penelitian dapat dianggap layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan SmartPLS 4.1.1.4 melalui metode bootstrapping pada seluruh sampel penelitian. Analisis mencakup pengaruh langsung, pengaruh mediasi, serta signifikansi jalur hubungan antar konstruk dalam model. Hasil pengujian hipotesis digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

secara langsung maupun melalui variabel mediasi.

a. Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (Direct Effects)

Pengujian hipotesis pengaruh langsung bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh langsung antara variabel bebas terhadap variabel tetap. Kriteria hipotesis dapat diterima jika pada taraf signifikansi 5% nilai p-value < 0,05 dan nilai t-statistik >1,96 (Ghozali & Latan, 2015). Hasil pengujian hipotesis pengaruh langsung ditampilkan dalam Tabel berikut:

Tabel 12 Hasil Pengujian Hipotesis Langsung

Variabel	Koefisien path	t-Statistik	P-Values
Trust (X <sub>1</sub> ) → Attitude (M)		6.008	0.000
Literasi Zakat (X <sub>2</sub> ) → Attitude (M)		8.168	0.000

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data pada Tabel diatas hasil uji hipotesis pengaruh langsung dengan metode bootstrap, dapat diketahui bahwa:

**H<sub>1</sub>:** Trust berpengaruh positif terhadap attitude dalam membayar zakat.

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Trust terhadap attitude memiliki nilai t-statistic sebesar 6.008 dan nilai p-value sebesar 0.000, maka H<sub>1</sub> **diterima** karena t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05. Demikian disimpulkan variabel Trust memiliki pengaruh terhadap attitude dalam membayar zakat secara signifikan

**H<sub>2</sub>:** Literasi zakat berpengaruh positif terhadap attitude dalam membayar zakat.

Berdasarkan hasil pengujian, variabel Literasi zakat terhadap attitude memiliki nilai t-statistic sebesar 6.008 dan nilai p-value sebesar 0.000, maka H<sub>2</sub> diterima karena t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05. Demikian disimpulkan variabel Literasi zakat memiliki pengaruh terhadap attitude dalam membayar zakat secara signifikan

b. Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Efek Mediasi)

Pengujian efek mediasi dilakukan dengan melihat nilai pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) yang dihasilkan melalui proses bootstrapping. Jika nilai indirect effect signifikan (t-statistik > 1,96), maka dapat disimpulkan bahwa mediasi terjadi (Ghozali & Latan, 2015). Berikut merupakan data hasil dari *Indirect Effect*:

Tabel 13 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Indirect effect)

Variabel	Original Sampel	t-Statistik	P-values
Trust (X <sub>1</sub> )→Attitude (M)→ Intention (Y)	0.046	2.807	0,005
Literasi Zakat (X <sub>2</sub> )→Attitude (M)→ Intention (Y)	0.056	2.423	0.015

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data pada Tabel diatas hasil uji hipotesis pengaruh tidak langsung (Mediasi) dengan metode bootstrap dapat diketahui bahwa:

**H<sub>3</sub>:** Attitude Memediasi Pengaruh Trust terhadap Intention/Minat Muzakki Membayar zakat.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai indirect effect Trust terhadap Intention melalui Attitude sebesar 0,046 dengan T Statistik 2,807 lebih

tinggi dari nilai t-tabel 1,96. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari alpha 0,05. Dengan demikian, H<sub>3</sub> dinyatakan diterima, yang berarti Attitude berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Trust dan Intention/Minat serta mampu memediasi pengaruh Trust terhadap Intention/minat dalam membayar zakat secara signifikan.

**H<sub>6</sub>:** Attitude Memediasi Pengaruh Literasi zakat terhadap Intention/Minat Muzakki Membayar zakat.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai indirect effect Literasi zakat terhadap Intention melalui Attitude sebesar 0.056 dengan T Statistik 2.423 lebih tinggi dari nilai t-tabel 1,96. Selain itu, nilai signifikansi sebesar 0.015 lebih kecil dari alpha 0,05. Dengan demikian, H<sub>4</sub> dinyatakan diterima, yang berarti Attitude berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Literasi zakat dan Intention/Minat serta mampu memediasi pengaruh Literasi zakat terhadap Intention/minat dalam membayar zakat secara signifikan.

## PEMBAHASAN

### A. Pengaruh Trust Terhadap Attitude Muzakki dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa trust memiliki pengaruh signifikan terhadap attitude muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ di Malang Raya. Hal ini menegaskan bahwa kepercayaan merupakan fondasi utama yang membentuk sikap positif muzakki terhadap lembaga pengelola zakat. Kepercayaan tersebut tumbuh dari berbagai aspek, seperti kemampuan OPZ dalam mengelola zakat, integritas yang dijaga melalui kejujuran dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, kepercayaan dalam transaksi yang aman dan transparan, serta kepercayaan terhadap layanan yang diberikan secara profesional dan memuaskan. Ketika keempat aspek ini berjalan dengan baik, sikap muzakki terhadap OPZ akan semakin positif, sehingga pada akhirnya mendorong niat mereka untuk menyalurkan zakat melalui Lembaga.

Berdasarkan perspektif teori, hubungan antara trust dan attitude dapat dijelaskan melalui *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh (Ajzen & Fishbein, 1980). Dalam teori ini, sikap (attitude) terbentuk dari keyakinan (beliefs) yang dimiliki individu terhadap suatu objek atau tindakan, kemudian dievaluasi sebagai baik atau buruk. Kepercayaan (*trust*) dalam konteks OPZ Malang Raya mencakup aspek kemampuan, integritas, keyakinan terhadap keamanan transaksi, dan kualitas layanan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan muzakki, maka semakin positif sikap (*attitude*) mereka dalam memandang kewajiban membayar ZIS melalui OPZ. Hasil penelitian ini selaras dengan temuan (Erpurini & Janah, 2022) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan sikap muzakki dalam menunaikan zakat melalui lembaga formal.

### B. Pengaruh Literasi Zakat Terhadap Attitude Muzakki dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa literasi zakat memiliki pengaruh signifikan terhadap attitude muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ di Malang

Raya. Literasi zakat yang mencakup pengetahuan umum, perhitungan dan objek zakat, pemahaman dampak, serta program penyaluran OPZ, membentuk sikap positif muzakki terhadap lembaga. Ketika pemahaman ini kuat, muzakki menyadari peran OPZ dalam menyalurkan zakat secara aman, tepat, dan sesuai syariah, sehingga pada akhirnya mendorong niat mereka menyalurkan zakat melalui lembaga resmi.

Literasi zakat berperan penting dalam membentuk sikap positif muzakki terhadap OPZ di Malang Raya. Berdasarkan *Theory of Reasoned Action* (Ajzen & Fishbein, 1980), literasi zakat berfungsi sebagai faktor kognitif yang membentuk keyakinan individu terhadap kewajiban dan manfaat zakat, sehingga memengaruhi evaluasi mereka terhadap tindakan menyalurkannya melalui OPZ. Hal ini sejalan dengan Glock dan Soelaeman (2009) dalam (Oktaviani, 2022) yang menegaskan literasi agama sebagai pengetahuan dasar tentang kewajiban ibadah, serta penelitian (Rini et al., 2017) dan (Prasasmita & Kurniawan, 2020) yang menunjukkan bahwa literasi zakat berpengaruh signifikan dalam membangun attitude positif muzakki.

### **C. Attitude Memediasi Trust dan Minat Muzakki dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa attitude berperan sebagai mediasi signifikan dalam hubungan antara trust dan minat muzakki untuk membayar zakat melalui OPZ di Malang Raya. Trust terhadap kemampuan, integritas, transaksi, dan pelayanan OPZ tidak langsung memengaruhi minat, melainkan terlebih dahulu membentuk sikap positif yang menumbuhkan keyakinan, manfaat, dan kebanggaan berzakat. Dengan demikian, attitude berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan trust dengan niat berzakat serta memperkuat keberlanjutan partisipasi muzakki pada OPZ.

Pembahasan penelitian ini sesuai dengan kerangka *Theory of Reasoned Action* (Ajzen & Fishbein, 1980) yang menekankan bahwa sikap individu terbentuk dari keyakinan terhadap suatu perilaku dan menjadi dasar dalam menentukan niat. Dalam konteks zakat, trust terhadap OPZ yang meliputi transparansi, integritas, dan kepatuhan syariah serta membangun sikap positif muzakki yang pada gilirannya mendorong niat mereka untuk menyalurkan zakat melalui lembaga resmi. Attitude berperan sebagai mediator penting yang menjembatani trust dengan niat, sejalan dengan (Rahman et al., 2022) yang menegaskan bahwa sikap positif mampu memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap niat muzakki dalam menunaikan zakat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa attitude berperan sebagai jembatan yang menghubungkan trust dengan minat muzakki dalam membayar zakat melalui OPZ. Kepercayaan terhadap lembaga membentuk sikap positif yang mendorong konsistensi muzakki dalam berzakat sekaligus memperkuat keberlanjutan program OPZ. Sikap ini bukan hanya refleksi psikologis individu, tetapi juga elemen kunci yang memastikan trust dapat terwujud menjadi niat nyata dalam pembayaran zakat melalui lembaga resmi.

### **D. Attitude Memediasi Literasi Zakat Terhadap Attitude Muzakki dalam Membayar Zakat di OPZ Malang Raya**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi zakat berpengaruh

signifikan terhadap intention muzakki melalui mediasi attitude. Pemahaman zakat yang baik membentuk sikap positif, yang kemudian mendorong niat menunaikan zakat melalui OPZ di Malang Raya. Attitude berperan sebagai penghubung antara aspek kognitif dan perilaku, sehingga literasi zakat tidak hanya memperluas pengetahuan, tetapi juga menumbuhkan kesadaran afektif yang menggerakkan muzakki untuk berzakat secara konsisten dan melalui lembaga resmi.

Pembahasan penelitian ini konsisten dengan *Theory of Reasoned Action* (Ajzen & Fisbein, 1980) yang menekankan bahwa sikap terbentuk dari keyakinan terhadap suatu perilaku dan berperan penting dalam membentuk niat. Literasi zakat menjadi dasar lahirnya sikap positif muzakki, karena pemahaman mengenai aturan, manfaat, dan tata cara zakat membuat mereka menilai bahwa menyalurkan zakat melalui OPZ adalah tindakan yang tepat dan bermanfaat. Sikap positif inilah yang kemudian mendorong niat muzakki untuk lebih konsisten berzakat melalui lembaga resmi. Dengan demikian, attitude berfungsi sebagai mediator yang memungkinkan literasi zakat bertransformasi menjadi minat nyata, sejalan dengan temuan (Erpurini & Janah, 2022) serta (William & Tjokrosaputro, 2021) mengenai peran sikap sebagai variabel mediasi, meskipun penelitian ini menekankan perannya secara khusus dalam konteks literasi zakat.

Penelitian ini menunjukkan bahwa attitude berperan penting dalam mendorong muzakki untuk konsisten menyalurkan zakat melalui OPZ. Dorongan sosial dan kebiasaan bersama menumbuhkan keyakinan bahwa berzakat di lembaga resmi adalah tindakan tepat, sehingga terbentuk sikap positif dan kesadaran akan tanggung jawab sosial. Sikap ini tidak hanya memperkuat niat individu, tetapi juga meningkatkan kepercayaan pada OPZ serta mendukung keberlanjutan program zakat. Dengan demikian, norma subjektif berfungsi sebagai pemicu terbentuknya sikap yang kokoh dalam praktik pembayaran zakat melalui lembaga resmi.

## **KESIMPULAN**

Hasil penelitian ini menemukan bahwa sikap (attitude) berperan penting sebagai mediator dalam hubungan antara kepercayaan (trust) dan literasi zakat terhadap niat muzakki menyalurkan zakat melalui OPZ, suatu temuan yang baru dan tidak teridentifikasi secara eksplisit dalam penelitian sebelumnya. Fakta bahwa kepercayaan dan literasi tidak langsung memengaruhi niat, melainkan melalui pembentukan sikap positif, menjadi temuan mengejutkan yang memperkaya pemahaman terhadap mekanisme perilaku berzakat. Secara keilmuan, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan mengintegrasikan variabel kepercayaan (trust) dan literasi zakat ke dalam kerangka *Theory of Reasoned Action* (TRA), sehingga menghadirkan pendekatan yang lebih komprehensif dalam memahami niat muzakki berzakat melalui lembaga. Temuan ini tidak hanya melengkapi penelitian sebelumnya yang berfokus pada aspek religiusitas dan ekonomi, tetapi juga menawarkan perspektif psikologis dan perilaku yang menjelaskan bagaimana sikap terbentuk sebagai jembatan antara keyakinan dan tindakan muzakki

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., & Fisbein, M. (1980). *Understanding Attitude and Predicting Sosial Behavior*. Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle River. <https://archive.org/details/understandingattoicek/page/n3/mode/zup?view=theater>
- Alfira Oktaviani, S. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Zakat, Pendapatan dan Altruisme terhadap Keputusan Muzakki Dalam Membayar Zakat Profesi Melalui Lembaga Zakat Dengan Transparansi Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Muzakki DKI Jakarta). *Account*, 9(2). <https://doi.org/10.32722/account.v9i2.4689>
- Annahl, M. A. F., Al Anshory, A. C., & Aulia, M. (2021). Why do Muzaki pay zakat through institutions? The theory of planned behaviour application. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7, 203–226.
- Erpurini, W., & Janah, W. S. (2022). Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Konsumen E-commerce (Studi Kasus: Pembelian Produk Shopee.co.id pada Karyawan Borma Toserba Bandung). *Jurnal EMT KITA*, 6(2), 244–248. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i2.621>
- Fajriyah, A. N., & Rahmayati, A. (2023). Zakah Of Agriculture: Factor Influencing Farmers Behavioral Intention to Pay. *EL DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 11(2), 176–189.
- Garson, G. D. (2016). Partial Least Squares Regression & Structural Equation Models. In *Politeness and Audience Response in Chinese-English Subtitling*. <https://doi.org/10.3726/978-3-0353-0280-6/8>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0 (2nd ed.). In *Universitas Diponegoro*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). Evaluation of the Structural Model. In: Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. Classroom Companion: Business. Springer, Cham. In *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal* (Vol. 30, Issue 1).
- Irawan, A. W., Putro, H. K., Sifa, M. A., & Wahyudhi, I. (2023). Pendistribusian Zakat Sebagai Upaya Pengentasan Kemiskinan Di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAZ). *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 3(1), 74–88.
- Jibu, M. F. I., & Bokuu, Z. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzakki dalam Membayar Zakat Maal melalui Lembaga Amil Zakat di Gorontalo. *Jambura Accounting Review*, 3(2), 66–78.
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: the mediating role of psychological capital. *European Research on Management*

- and Business Economics*, 26(1), 33-39.  
<https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.12.005>
- Mash'Amah, F., Setyawan, S., & Nilasari, T. P. (2023). Pengaruh Pendapatan, Kesadaran Dan Pengetahuan Zakat Terhadap Kepercayaan Muzakki Membayar Zakat Profesi Melalui BAZNAS Dengan Faktor Umur Sebagai Variabel Moderasi. *Akuntansiku*, 2(4), 193-202.
- Pertiwi, I. S. M. (2020). Pengaruh tingkat pendapatan, literasi zakat dan kepercayaan terhadap minat masyarakat dalam membayar zakat pada baznas provinsi lampung. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 1-9.
- Pramasdani, G. A., & Kurniawan, E. (2020). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Terhadap Sikap Siswa dalam Mengelola Sampah di SMP Negeri 5 Pemasang. *Edu Geography*, 8(3), 182-188.  
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edugeo>
- Putra, W. M., & Lestari, E. D. (2022). The Influence of Knowledge, Income Level, Transparency, and Trust in Muzakki's Interest to Pay Zakat through The Zakat Organization outside Java and Java Island. *International Conference on Sustainable Innovation Track Accounting and Management Sciences (ICOSIAMS 2021)*, 108-124.
- Rahman, M. A., Sulaiman, Y., Kamariah, N., Mat, N., & Jamadudin, O. (2022). Business Zakat Payment Compliance among Small Business Owners in Kedah, Malaysia: Mediation Effects of Awareness and Attitude. *International Journal of Advanced Research in Economics and Finance*, 4(3), 248-261.  
<https://doi.org/10.55057/ijaref.2022.4.3.22>
- Rahmaningtyas, W., Widhiastuti, R., & Maula, M. (2020). Peran Regulasi Pemerintah dalam Kajian Minat Membayar Zakat Melalui BAZNAZ. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 92-107.
- Rini, A. S., Sukaatmadja, I. P. G., & Giantari, I. G. A. K. (2017). Pengaruh pengetahuan lingkungan dan kepedulian lingkungan terhadap sikap dan niat beli produk hijai The Body Shop di kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(1), 137-166. <https://media.neliti.com/media/publications/165274-ID-pengaruh-pengetahuan-lingkungan-dan-kepe.pdf>
- Safitri, N. D., & Suryaningsih, S. A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Minat Membayar Zakat. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 188-201.
- Sugioyno. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2nd ed.). ALFABETA. [www.cvalfabeta.com](http://www.cvalfabeta.com)
- Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). The effect of religiosity and trust on intention to pay in ziswaf collection through digital payments. *JEBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(1), 98-115.
- Triyatno, G., & Julaihah, U. (2025). The intersection of waqf and entrepreneurship: Insight from a bibliometric and content analysis study. *Iqtishadia: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 17(2), 269-306.
- Ulum, R. F., & Cahyono, E. F. (2020). Evaluation of Muzakki's Perceptions of Education Personnel at Universitas Airlangga on Faith, Income, rust, and

- Institutional Image Againsts in Paying Professional Zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(10), 1961.
- William, G., & Tjokrosaputro, M. (2021). Persepsi Kegunaan dan Promosi untuk Memprediksi Niat Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*.
- Yerrou, H., Achmaoui, A., & Bezoui, O. (2023). The determinants of institutionalization of Zakāt: the case of Morocco. *Islamic Economic Studies*, 31(1/2), 22–42.
- Yusfiarto, R., Setiawan, A., & Setia Nugraha, S. (2020). Literacy and Intention to Pay Zakat: A Theory Planned Behavior View Evidence from Indonesian Muzakki. *International Journal of Zakat*, 5(1), 15–27.