

Minat Masyarakat Kota Mataram Berwakaf Uang: Sikap Sebagai Variabel Mediasi

Ali Akbar Hidayat ^{1)*}, Moh. Huzaini ²⁾, Vici Handalusia Husni ³⁾, Muhamad Bai'ul Hak ⁴⁾,
Muhammad Dzul Fadli ⁵⁾

Universitas Mataram, Indonesia

Email: aliakbar.bd@unram.ac.id

Abstract:

This study aims to analyze the factors influencing the interest of society to cash waqf in Mataram City. This research uses a quantitative approach. The population of this study is unknown, so sampling uses a purposive sampling. The number of samples was 100 respondents taken based on the Lemeshow formula. The data used is primary data from the questionnaires. This study uses data analysis with the Structure Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS). The results showed that subjective norms have a positive but insignificant effect on the attitude to cash waqf. Religiosity and knowledge have a positive and significant effect on the attitude to cash waqf. Subjective norms and knowledge have a positive and significant effect on the interest in cash waqf. Religiosity and attitude have a positive but insignificant effect on interest in cash waqf. Subjective norms, religiosity and knowledge have a positive but insignificant effect on interest in cash waqf mediated by attitudes. The Adjusted R-Square value is 0.513 or 51.3 per cent, meaning that the variables of subjective norms, religiosity, knowledge and attitudes are able to explain the variation in the variable interest in waqf money by 51.3 percent which is classified as a moderate model.

Keywords: *Cash Waqf, Subjective Norm, Religiosity, Knowledge, Attitude*

Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis mengenai faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat Masyarakat di kota Mataram dalam melakukan wakaf uang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah kuantitatif dengan analisis asosiatif. Populasi penelitian yang belum diketahui jumlahnya ini mengharuskan pengambilan sampel data menggunakan metode non-probability sampling melalui pendekatan purposive sampling. Jumlah sampel diambil berdasarkan rumus Lemeshow dimana sampelnya berjumlah 100 orang responden. Adapun data penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuisioner yang disebarkan kepada responden di kota Mataram. Penelitian ini menggunakan analisis data Structure Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap sikap Masyarakat untuk melakukan wakaf uang. Sedangkan religiusitas dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap Masyarakat untuk berwakaf uang. Norma subjektif dan pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Masyarakat untuk melakukan wakaf uang. Religiusitas dan sikap berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat Masyarakat untuk berwakaf uang. Norma subjektif, religiusitas dan pengetahuan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat Masyarakat untuk berwakaf uang yang dimediasi oleh sikap. Nilai Adjusted R-Square sebesar 0,513 atau 51,3 persen, artinya bahwa variabel norma subjektif, religiusitas, pengetahuan dan sikap mampu menjelaskan variasi variabel minat berwakaf uang sebesar 51,3 persen yang tergolong model yang moderat.

Kata Kunci: *Wakaf Uang, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan, Sikap*

PENDAHULUAN

Salah satu alternatif dari instrumen dalam filantropi islam, dimana pemanfaatannya digunakan untuk menunjang kegiatan ekonomi adalah wakaf¹. Fungsi wakaf tidak hanya untuk menunjang perekonomian, tetapi juga sebagai bentuk kegiatan sosial yakni difungsikan dengan tujuan meratakan kesejahteraan umat dan mengentaskan kemiskinan. Tercapainya fungsi sosial dari wakaf apabila wakaf diberdayakan secara proporsional dan professional². Menurut Rozalinda, wakaf yang dikelola secara profesional yakni melalui pemberdayaan potensi-potensi wakaf yang ada dengan produktif guna kepentingan untuk kesejahteraan dan kemakmuran umat di bidang sosial, ekonomi, pendidikan, dan lainnya³.

Fatwa yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia tahun 2002 mengenai wakaf uang tentunya menjadi kabar yang dinanti-nanti dalam upaya mendistribusikan wakaf uang atau produktif. Wakaf produktif disinyalir lebih mudah dan efisien untuk di kelola serta digunakan daripada wakaf bangunan ataupun wakaf tanah. Akan tetapi, adanya wakaf uang tentunya menimbulkan pro maupun kontra. Dari sisi pro, wakaf uang tidak mesti dalam jumlah yang besar, namun bisa dalam jumlah kecil, seperti satu atau dua ribu rupiah. Hal ini mempermudah masyarakat selaku wakif untuk melakukan wakaf tanpa perlu memiliki harta yang banyak⁴. Sementara itu, wakaf tunai memiliki kontra, dimana banyaknya kalangan ahli fikih yang berbeda pendapat terkait hukum mengenai wakaf uang atau tunai, beberapa ulama menolak pemberlakuan wakaf uang sebab uang dianggap unsur harta tidak abadi atau habis pakai⁵.

Terlepas dari setuju maupun tidak terhadap wakaf uang, sejatinya wakaf penting untuk menunjang jalannya program-program seperti, usaha komersial, pelatihan, dan pendidikan⁶. Dorongan guna penghimpunan dana wakaf uang penting untuk digalakkan, faktor pendorong masyarakat untuk menumbuhkan dan meningkatkan minat untuk melakukan wakaf uang tentu menjadi hal penting untuk dilakukan penyelidikan. Menurut Rahmania & Maulana, minat dalam melakukan wakaf dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti religiusitas, sikap, teknologi,

¹ Budiansyah, M. I., & Ayyubi, S. El. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Wakif Dalam Berwakaf Online. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2). <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3741>

² Hasanah, N. (2018). KONTEKSTUALITAS AYAT-AYAT HUKUM WAKAF DI INDONESIA. *Asy-Syari'ah*, 20(2). <https://doi.org/10.15575/as.v20i2.3446>

³ Rozalinda. (2016). Management Waqf Produktif di Sumatera Barat. *In Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam* (Vol. 9).

⁴ Ulyah, Himmatul. (2022). Pro dan Kontra Wakaf Tunai. *Buletin FSEI*.

⁵ *Ibid* 4

⁶ Latif, A., Lesmana, M., Ahmad, R. A., & Julian, A. (2022). STUDENT CONTRIBUTIONS IN WAQF ARE REVIEWED THROUGH FACTORS OF RELIGIOSITY, KNOWLEDGE, AND FINANCIAL ATTITUDES. *FINANSIA: Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 5(2). <https://doi.org/10.32332/finansia.v5i2.5394>

organisasi, pendidikan, serta persepsi kontrol diri⁷. Selain itu, minat masyarakat dalam berwakaf uang juga dapat dipengaruhi oleh norma subjektif, sikap, pendapatan, serta kepercayaan⁸. Sementara itu, Imam & Huda mengungkapkan bahwasanya pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat Masyarakat dalam melakukan wakaf uang⁹.

Norma subjektif menurut Jogyanto, diartikan sebagai pandangan atau persepsi seorang individu terhadap kepercayaan atau keyakinan individu lainnya yang disinyalir bisa berpengaruh terhadap niatnya untuk melakukan sebuah perilaku¹⁰. Dalam penelitian Maziah & Widyastuti dan Rahmania & Maulana disimpulkan bahwasanya norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat dalam melakukan wakaf uang¹¹¹². Sementara itu, penelitian Chrisna et al. menyimpulkan bahwasanya norma subjektif memiliki pengaruh yang negatif terhadap minat seseorang untuk melakukan wakaf uang¹³.

Selain itu, faktor lainnya yang berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk melakukan wakaf uang yakni religiusitas. Menurut Mahendra et al. menyatakan bahwa religiusitas diartikan sebagai suatu hal yang bisa memberi dorongan kepada seorang individu untuk bertindak sesuai dengan keyakinan dan ketaatan pada agama yang dianutnya¹⁴. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Afandi et al., Adistii et al. dan Maivalinda et al. yang menyimpulkan bahwasanya religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam melakukan wakaf¹⁵¹⁶¹⁷. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati et al. menyimpulkan

⁷ Rahmania, N., & Maulana, H. (2023). Waqf Literacy Level and Its Determinants on Public Intention to Contribute Cash Waqf: a Study of Waqf Institutions in Indonesian. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1). <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i1.1963>

⁸ Maziah, U., & Widyastuti, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Dalam Berwakaf Tunai. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 5(2).

⁹ Imam, N., & Huda, N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Berwakaf Uang di Dompot Dhuafa. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 15(2). <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.vol15iss2.174>

¹⁰ Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi. Offset

¹¹ Ibid 8

¹² Ibid 7

¹³ Chrisna, H., Noviani, & Hernawaty. (2021). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwakaf Tunai Pada Jamaah Majelis Taklim Istiqomah Kelurahan Tanjung Sari Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis & Publik*, 11(2).

¹⁴ Mahendra, D., M Nawawi, Z., & Imsar. (2022). PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN TERHADAP PERILAKU BERWAKAF UANG. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1). [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9255](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9255)

¹⁵ Afandi, A., Harahap, D., & Lubis, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wakif Dalam Berwakaf Pada Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS) Dengan Altruisme Sebagai Variabel Moderasi. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 15(1). <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.vol15iss1.161>

¹⁶ Adistii, D., Susilowati, D., & Ulfah, P. (2021). Peran Akuntabilitas sebagai Moderasi Hubungan Religiusitas dan Literasi Wakaf terhadap Minat Berwakaf Uang. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 5(2). <https://doi.org/10.18196/rabin.v5i2.12238>

¹⁷ Maivalinda, M., Srihasnita, R., & Firsta, F. (2021). Mengukur Minat Wakaf Uang Generasi Milenial dalam Mendukung Pendanaan Pembangunan Berkelanjutan Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1). <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.175>

bahwasanya religiusitas tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap minat dalam melakukan wakaf uang¹⁸.

Menurut Notoatmodjo, pengetahuan diartikan sebagai kemampuan seorang individu yang dapat berpengaruh pada aksi yang dilakukan oleh seseorang¹⁹. Seseorang dapat terpengaruh untuk berwakaf uang dapat disebabkan oleh tingkatan pengetahuan yang dimilikinya, kondisi ini sesuai dengan penelitian Kasri & Chaerunnisa dan Mahendra et al., yang menyimpulkan bahwasanya pengetahuan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat untuk melakukan wakaf uang²⁰²¹. Sedangkan, Latif et al., dan Witjaksono et al., menyimpulkan bahwasanya pengetahuan seseorang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk melakukan wakaf uang²²²³.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif. Metode ini biasanya digunakan dalam mencari hubungan dari dua variabel penelitian atau lebih²⁴. Didalam penelitian ini, penggunaan populasinya yaitu seluruh warga beragama Islam yang ada di Kota Mataram yang jumlahnya belum diketahui secara pasti. Sebab itu, penarikan sampel dengan metode non-probability sampling melalui pendekatan purposive sampling digunakan pada penelitian ini. Menurut Sugiyono, purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel menggunakan cara menetapkan kriteria atau ciri tertentu yang sejalan dengan tujuan dari penelitian²⁵. Adapun kriteria sampel pada penelitian ini diantaranya (1) Masyarakat kota Mataram; (2) Seorang Muslim; dan (3) Memahami serta menyetujui adanya wakaf uang. Jumlah sampel yang belum diketahui populasinya, maka digunakan persamaan Lemeshow (Mochamad et al., 2022) dengan sampel berjumlah 100 orang responden. Variabel bebas yang terdiri dari norma subjektif, religiusitas dan

¹⁸ Kurniawati, D., Zainuddin, C., & Lidyah, R. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Fundraising terhadap Minat Berwakaf Uang dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening pada Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1). <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8607>

¹⁹ Notoadmojo. (2010). *Prilaku Kesehatan*. Rineka Cipta

²⁰ Kasri, R. A., & Chaerunnisa, S. R. (2022). The role of knowledge, trust, and religiosity in explaining the online cash waqf amongst Muslim millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6). <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>

²¹ *Ibid* 14

²² *Ibid* 6

²³ Witjaksono, B., Mariyanti, T., Nasution, M. E., Huda, N., & Rini, N. (2019). Factors Which Influence the Intention of Community in Cash Waqaf in Sharia Banking with Theory Planned Behaviour (TPB) Modification Approach. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 7(2).

²⁴ Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. 2013. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. <https://doi.org/10.1>. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

²⁵ Sugiyono. (2018). *Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

pengetahuan, minat berwakaf uang sebagai variabel terikat, dan sikap sebagai variabel moderasi. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuisioner dengan skala likert. Analisis data pada penelitian ini menggunakan Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS), sebab SEM-PLS cocok digunakan apabila menguji kekuatan, hubungan, dan arah variabel. Ada dua tahap pengujian dilakukan dalam penelitian ini, yaitu Uji Outer Model dan Uji Inner Model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskriptif Data

Melalui hasil pengumpulan data kuisioner secara luring dan daring, maka penjabaran terkait dengan identitas responden dan deskripsi statistic dari data penelitian di uraikan melalui table, dimana sebaran responden sebanyak 100 responden ini didasarkan pada jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, serta jumlah tanggungan responden. Identitas responden diuraikan pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Identitas Responden Penelitian

Keterangan	Responden	
	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	55	55,00
Perempuan	45	45,00
Total	100	100,00
Pendidikan		
SD/MI	6	6,00
SMP/MTs	1	1,00
SMA/SMK/MA	29	29,00
Sarjana	52	52,00
Magister	11	11,00
Doktor	1	1,00
Total	100	100,00
Pekerjaan		
Pengusaha	8	8,00
PNS/PPPK	12	12,00
Pedagang	7	7,00
TNI/Polri	5	5,00
Petani	23	23,00
Karyawan	4	4,00
Honorer	5	5,00
Lainnya	36	36,00
Total	100	100,00

Keterangan	Responden	
	Jumlah	Persentase
Usia (Tahun)		
≤ 20	11	11,00
21 – 30	47	47,00
31 – 40	15	15,00
41 – 50	8	8,00
51 – 60	17	17,00
>60	2	2,00
Total	100	100,00
Pendapatan (Rupiah)		
Kurang dari 1.000.000.	38	38,00
1.000.000. - 2.000.000.	10	10,00
2.100.000. - 3.000.000.	12	12,00
3.100.000. - 4.000.000.	8	8,00
4.100.000. - 5.000.000.	10	10,00
4.100.000. - 6.000.000.	7	7,00
6.100.000. - 7.000.000.	5	5,00
Lebih dari 7.000.000.	10	10,00
Total	100	100,00
Jumlah Tanggungan Dalam Keluarga		
1 Orang	25	25,00
2 Orang	26	26,00
3 Orang	21	21,00
4 Orang	17	17,00
5 Orang	4	4,00
Lebih dari 5 Orang	7	7,00
Total	100	100,00

Sumber: Data Primer (*Diolah*)

Melalui tabel 1 diatas, dari 100 responden, responden berjenis kelamin laki-laki mendominasi yakni sejumlah 55 orang atau 55,00 persen, dan perempuan sejumlah 45 responden. Untuk tingkat pendidikan responden, responden dengan pendidikan Sarjana mendominasi yakni sejumlah 52 orang, dan paling sedikit doktor dan SMP/MTs sebanyak satu responden, sisanya yaitu dari SD/MI, SMA/SMK/MA serta Magister. Sementara itu, pekerjaan didominasi oleh Lainnya yaitu sebanyak 36 responden, kemudian diikuti sebagai petani sebanyak 23 responden, dan paling sedikit sebagai karyawan sebanyak empat orang, sementara sisanya adalah PNS/PPPK, TNI/Polri, honorer, pengusaha dan pedagang. Dari Tabel 1 juga, usia responden didominasi dengan rentang usia 21 – 30 tahun sejumlah 47 orang,

kemudian diikuti oleh rentang umur 51 -60 tahun berjumlah 17 orang, sementara angka yang paling rendah yakni usia diatas 60 tahun yang berjumlah dua orang. Sementara dari sisi pendapatan responden didominasi oleh pendapatan kurang dari 1000.000 rupiah., dan paling sedikit berpendapatan dengan nilai antara 6.100.000-7.000.000. rupiah. Sementara sisanya berpendapatan mulai dari 1000.000. rupiah hingga lebih dari 7.000.000. rupiah. Dari sisi jumlah tanggungan responden, didominasi oleh responden yang memiliki tanggungan dua orang berjumlah 26 responden, kemudian jumlah tanggungan satu orang yakni 25 responden, sisanya responden memiliki jumlah tanggungan sebanyak empat orang, lima orang, bahkan lebih dari lima orang.

Melalui identifikasi terhadap variabel yang sudah dipaparkan pada penelitian ini, maka tersaji deskripsi data untuk tiap-tiap variabel dalam penelitian yakni norma subjektif, religiusitas, pengetahuan, sikap, serta minat dalam melakukan wakaf uang. Data statistic deskripsi penelitian ini terurai pada Tabel 2 berikut ini.

Table 2 Statistik Deskriptif

Variabel	Nilai Rata-rata	Kategori
Norma Subjektif	3,57	Cukup Setuju
Religiusitas	3,84	Setuju
Pengetahuan	3,67	Setuju
Sikap	3,88	Setuju
Minat Berwakaf Uang	3,23	Cukup Berminat

Catatan:

1. Kriteria untuk nilai rata-rata responden:

1,00 < α < 1,79: Sangat Tidak Setuju; 1,80 < α < 2,59: Tidak Setuju; 2,60 < α < 3,39: Cukup Setuju; 3,40 < α < 4,19: Setuju; 4,20 < α < 5,00: Sangat Setuju

Sumber: *Data Primer (Diolah)*

Dari tabel 2 tersebut, responden dominan menyatakan pendapatnya yang cukup setuju terhadap pentingnya norma subjektif, serta sangat setuju terkait pentingnya peran religiusitas, pengetahuan, serta sikap masyarakat Kota Mataram agar terdorong untuk melakukan wakaf uang. Sedangkan, rata-rata responden yaitu masyarakat kota mataram menyatakan cukup berminat untuk melakukan wakaf uang.

2. Analisis Data

2.1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model Test*)

a. Uji Validitas Konvergen dan Reabilitas Komposit

Outer Model Test dalam penelitian ini dilakukan dengan tiga cara yaitu validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reabilitas komposit. Apabila menggunakan evaluasi pada model pengukuran, maka validitas serta reliabilitas

pengukurannya dikaitkan pada spesifikasi terhadap konstruk penelitian. Ketika menentukan koefisien hubungan antar variabel terkait, maka PLS-SEM 3.0 digunakan untuk mempertimbangkan nonlinier. Validitas Konvergen dalam penelitian ini digunakan guna membuktikan bahwasanya para responden bisa memahami setiap pertanyaan di masing-masing variabel latennya. Supaya indikatornya dinyatakan valid, maka syarat untuk diterimanya Validitas Konvergen yakni apabila angka loading faktornya $> 0,70$ (lebih besar daripada $0,70$). Namun, apabila nilai indikatornya tidak memenuhi syarat untuk valid, langkah yang harus dilakukan adalah dengan menghapus indikator tersebut dari model²⁶. Pada beberapa kondisi, agar bisa memuat nilai faktor $0,70$, tidak jarang jika prasyarat yang telah ditentukan tidak dapat tercapai, khususnya pada desain baru. Maka dari itu, pemuatan nilai diantara $0,40-0,70$ tetap diberlakukan. Selain itu, apabila terdapat indikator yang memuat nilai loading faktor kurang dari $0,40$ harus dilakukan penghapusan. Penghapusan pada indikator yang memuat angka yang berkisar antara $0,40-0,70$ dilakukan jika indikator terkait bisa menambah nilai AVE (Average Variance Extracted) pada reabilitas dan kompositnya²⁷. Adapun batas nilai AVE yang ditetapkan yakni sebesar $0,50$ serta nilai reabilitas dan komposit yakni sebesar $0,70$ ²⁸. Jika dilakukan evaluasi model pengukuran, ada beberapa indikator yang dinyatakan tidak memenuhi syarat validitas (loading faktor kurang dari $0,4$ dan dibawah $0,7$ ($<0,70$) yang dapat menambah nilai AVE), yakni pada indikator variabel religiusitas (RLG) pada indikator RLG5 (Saya ingin berwakaf uang setelah melihat orang lain berwakaf uang). Pada variabel pengetahuan (PGN) dengan indikator PGN3 (saya memutuskan berwakaf uang karena saya sadar bahwa saya orang yang mampu); PGN7 (Lembaga wakaf di Indonesia sudah menjalankan tugas dan tanggungjawab dengan baik); dan PGN8 (Berwakaf uang melalui Lembaga wakaf lebih efisien dibandingkan berwakaf secara langsung kepada pihak tujuan). Sementara pada variabel sikap (SKP) dengan indikator SKP5 (Saya akan tetap berwakaf meskipun kebutuhan ekonomi saya pas-pasan.); dan SKP6 (Saya akan terus berwakaf uang meskipun hukumnya tidak wajib). Sedangkan pada variabel minat (MNT) dengan indikator MNT3 (Saya berminat berwakaf uang karena dukungan sosial/lingkungan sekitar); dan MNT6 (Saya berminat berwakaf uang karena aktivitas kegiatan penghimpunan dan penyaluran wakaf yang diliput media massa), sehingga indikator-indikator tersebut dihilangkan agar masing-masing indikator memiliki nilai outer loading yang memenuhi syarat untuk diterima sebagai validitas konvergen yakni nilai loading faktor kurang dari $0,4$ serta nilai AVE kurang dari $0,5$. Dengan begitu, seluruh indikator telah memenuhi syarat dan kriteria validitas sehingga bisa dinyatakan valid. Kemudian, nilai Reliabilitas Komposit (CR) dapat dinyatakan diterima apabila nilainya $> 0,7$ (lebih dari $0,70$)

²⁶ Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Non-Linier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit ANDI: Yogyakarta.

²⁷ *Ibid* 26

²⁸ *Ibid* 26

melalui digunakannya validitas konvergen dan validitas diskriminan seperti penjelasan diatas tersebut, maka konstruk penelitiannya masuk kategori valid. Secara menyeluruh, indikator pengetahuan, religiusitas, kesadaran, serta keputusan berwakaf uang dinyatakan memenuhi validitas. Uraian hasil olah datanya tersaji dalam Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Uji Validitas Convergent dan Reabilitas Komposit

Variabel Laten	Loading Faktor
Norma Subjektif (Reabilitas Komposit = 0,894; Average Varians Extra = 0,517)	
NS1	0,585
NS2	0,617
NS3	0,775
NS4	0,864
NS5	0,764
NS6	0,774
NS7	0,572
NS8	0,744
Religiusitas (Reabilitas Komposit = 0,900; Average Varians Extract = 0,565)	
RLG1	0,579
RLG2	0,740
RLG3	0,794
RLG4	0,770
RLG6	0,761
RLG7	0,798
RLG8	0,795

Variabel Laten	Loading Faktor
Pengetahuan (Reabilitas Komposit = 0,871; Average Varians Extract = 0,574)	
PGN1	0,818
PGN2	0,773
PGN4	0,725
PGN5	0,711
PGN6	0,758
Sikap (Reabilitas Komposit= 0,877; Average Varians Extract = 0,543)	
SKP1	0,752
SKP2	0,720
SKP3	0,763
SKP4	0,730
SKP7	0,712
SKP8	0,742
Minat Berwakaf Uang (Reabilitas Komposit = 0,824; Average Varians Extract = 0,546)	
MNT1	0,887
MNT2	0,830
MNT4	0,913
MNT5	0,910

Sumber: *Output SmartPLS (Diolah)*

b. Uji Validitas Diskriminan

Prasetyo & Jannah menyatakan bahwasanya validitas diskriminan (*discriminant validity*) ialah cara yang digunakan untuk membedakan pengukuran lain yang dilakukan secara teoritis serta menentukan sudah sejauh mana suatu pengukuran terhadap sebuah konsep²⁹. Dapat dilihat pada *loading construct latent*, apabila menunjukkan nilai akar kuadrat AVE melebihi nilai koefisien korelasi antar *construct* di tiap-tiap kolom, maka validitas diskriminan terpenuhi³⁰. Dalam penelitian ini, validitas diskriminan seluruh variabel atau konstruk telah terpenuhi. Uraianya dapat dilihat dalam Tabel 4 dibawah ini.

Table 4 Uji Validitas Diskriminan

	MNT	NS	PGN	RLG	SKP
MNT	0,739				
NS	0,578	0,719			
PGN	0,652	0,515	0,758		
RLG	0,653	0,653	0,725	0,751	
SKP	0,600	0,522	0,723	0,698	0,737

Sumber: Output *SmartPLS* (Diolah)

Keterangan:

NS : Norma Subjektif

RLG : Religiusitas

PGN : Pengetahuan

SKP : Sikap

MNT : Minat Berwakaf Uang

2.2. Uji Model Struktural (*Inner Model Test*)

Uji Model struktural (*Inner Model Test*) menunjukkan kekuatan estimasi atau hubungan antar variabel laten atau konstruk penelitian yang didasarkan pada *substantive theory*³¹. Inner Model Test mencakup uji determinasi koefisien (R^2) serta uji hipotesis. Pada pengujian hipotesis ini, nilai P-Values digunakan sebagai

²⁹ Prasetyo, B. dan Jannah, L. M. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. PT RajaGrafindo Persada: Jakarta.

³⁰ Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Pearson.

³¹ Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Universitas Diponegoro.

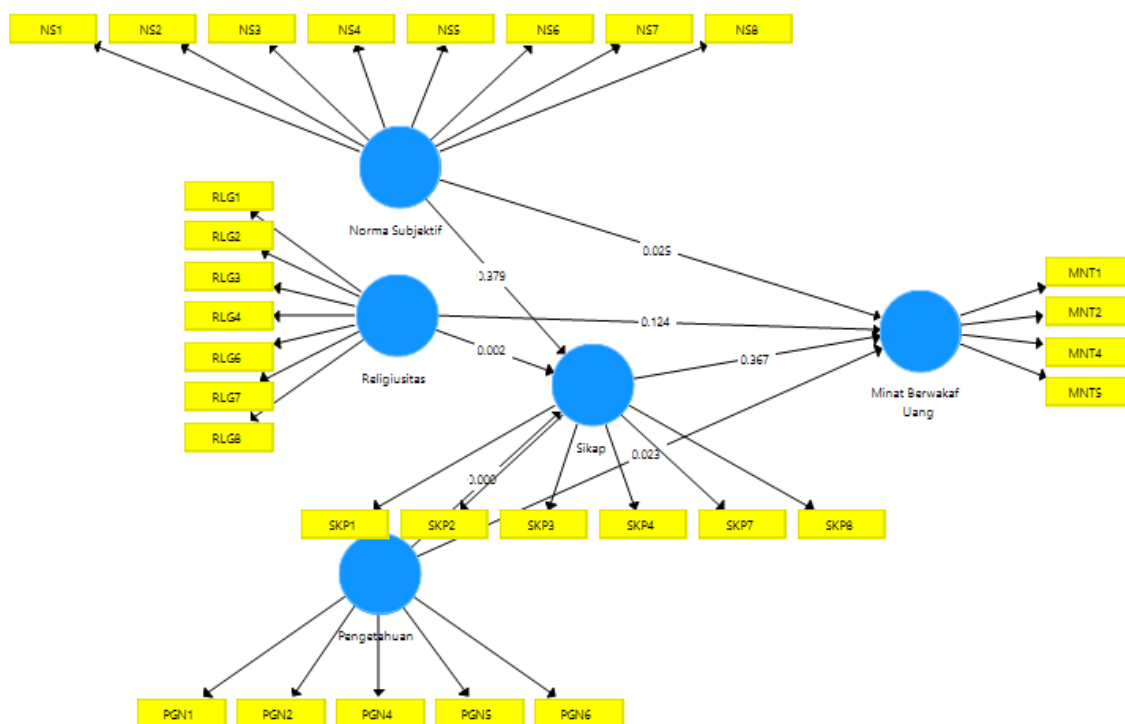
parameter. Dimana, ini digunakan sebagai tahapan untuk mengambil keputusan terkait hipotesis diterima maupun hipotesis ditolak. Dimana, tingkat signifikansi yang diberlakukan adalah sebesar 0,05³². Berikut diuraikan hasil determinasi koefisien dan pengujian hipotesis melalui Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Uji Model Struktural

Hipotesis	Panel	Coefficient Value	P-Values	Keputusan
1	Norma Subjektif -> Sikap	0,083	0,379	Tidak Signifikan
2	Religiusitas -> Sikap	0,318	0,002	Signifikan
3	Pengetahuan -> Sikap	0,449	0,000	Signifikan
4	Norma Subjektif -> Minat Berwakaf Uang	0,228	0,025	Signifikan
5	Religiusitas -> Minat Berwakaf Uang	0,200	0,124	Tidak Signifikan
6	Pengetahuan -> Minat Berwakaf Uang	0,300	0,023	Signifikan
7	Sikap -> Minat Berwakaf Uang	0,124	0,367	Tidak Signifikan
8	Norma Subjektif -> Sikap -> Minat Berwakaf Uang	0,010	0,611	Tidak Signifikan
9	Religiusitas -> Sikap -> Minat Berwakaf Uang	0,039	0,364	Tidak Signifikan
10	Pengetahuan -> Sikap -> Minat Berwakaf Uang	0,056	0,416	Tidak Signifikan
Adjusted R-square			0,513	

Sumber: *SmartPLS* (Diolah)

³² *Ibid* 31



a. Koefisien Determinasi (*Adjusted R-Square*)

Penggunaan perubahan nilai *Adjusted R-Square* biasanya dipakai guna memberi penjelasan mengenai pengaruh dari variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen, dimana tujuannya untuk mengetahui ada atau tidak pengaruhnya yang substantive. Nilai R-Square 0,75, 0,50 dan 0,25 mengindikasikan bahwasanya modelnya kuat, moderate, serta lemah³³. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,513 atau 51,3 persen, artinya bahwa variabel norma subjektif, religiusitas, pengetahuan dan sikap mampu menjelaskan variasi variabel minat berwakaf uang sebesar 51,3 persen, sementara sisanya sebesar 48,7 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Nilai 0,513 tersebut termasuk dalam model yang moderat.

b. Norma Subjektif, Sikap, dan Minat Masyarakat Berwakaf Uang

Ajzen menganggap norma subjektif adalah sebuah tekanan sosial terhadap individu agar berperilaku atau tidak berperilaku pada suatu kondisi³⁴. Lebih lanjut, Ajzen mendefinisikan norma subjektif sebagai persepsi individu tentang tingkat persetujuan seseorang atau kelompok (referensi sosial) atau orang-orang

³³ Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.

³⁴ Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour, *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, 179-211 (1991). *Disability, CBR and Inclusive Development*, 33(1).

yang dianggap penting (orang tua, rekan kerja, pasangan, dan sebagainya)³⁵. Norma subjek menangkap tekanan sosial yang dirasakan oleh pengambil keputusan, misalnya untuk membeli atau tidak membeli. Norma subjek bergantung terhadap keyakinan yang berkaitan dengan bagaimana seseorang mengharapkan orang lain untuk berperilaku serta memotivasi agar patuh terhadap harapan individu lainnya atau menggunakan orang lain sebagai acuan³⁶. Ketika seseorang merasa bahwa referensi sosial menyetujui dan mendukung suatu perilaku tertentu, tentu tekanan sosial seseorang agar terlibat pada perilaku tersebut akan kuat. Sebaliknya, misalkan seseorang menganggap referensi sosial tidak sesuai dengan pemikirannya, dalam hal ini seseorang akan merasa tekanan sosialnya agar berperilaku sesuai³⁷. Menurut penelitian juga, lingkungan seseorang mungkin memainkan peran penting dalam menentukan mengapa mereka terlibat dalam kegiatan tertentu yang termasuk dalam norma subjektif³⁸ (Salem Al-Harethi, 2019).

Secara umumnya norma subjektif merupakan tekanan sosial terhadap seseorang atau individu agar melakukan atau tidak melakukan sebuah tindakan³⁹. Dalam perspektif Islam, norma subjektif dapat diartikan sebagai penentu dari kehendak atau niat seseorang⁴⁰. Seseorang dalam bertindak bisa terpengaruh oleh beberapa faktor internal (dari dalam) maupun faktor eksternal (lingkungan sosial). Pada penelitian ini, faktor yang paling berpengaruh dalam berwakaf tunai berasal dari dalam diri, yaitu niat qurbah yang termasuk ke dalam norma subjektif dalam Islam. Adapun faktor sosial yang berpengaruh dalam melakukan wakaf tunai berasal dari keluarga dan tokoh masyarakat. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nuraini yang menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh positif terhadap intensi dalam membayar wakaf tunai⁴¹.

Menurut teori perilaku terencana, sikap berpengaruh terhadap minat seorang individu untuk melakukan sebuah tindakan. Hal ini dikarenakan dalam variabel sikap terdapat tiga indikator yang menjadi tahapan dalam melakukan suatu tindakan. Indikator tersebut diantaranya indikator kognitif yang merupakan pengetahuan seseorang terkait dengan objek, indikator afektif yang

³⁵ Ajzen, I. (2015). *Attitude, Personality and Behaviour*, 2nd Edition. In *Open University Press*.

³⁶ Shahijan, M. K., Preece, C. N., Rezaei, S., & Ismail, W. K. W. (2014). Examining retailers' behaviour in managing critical points in Halal meat handling: A PLS analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3). <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2013-0070>

³⁷ *Ibid* 20

³⁸ Salem Al-Harethi, A. R. (2019). Factors Determine Cash Waqf Participation in Kedah, Malaysia: Perception from Students in Kolej University Insaniah. *IKONOMIKA*, 4(1). <https://doi.org/10.24042/febi.v4i1.3927>

³⁹ *Ibid* 34

⁴⁰ *Ibid* 23

⁴¹ Nuraini, I., Takidah, E., & Fauzi, A. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi dalam Membayar Wakaf Uang Pada Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi DKI Jakarta. *Maro, Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 1(2), 97-108. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31949/mr.v1i2.1054>

berkaitan dengan perasaan atau emosi untuk menilai suatu objek, serta komponen konatif yang merupakan tahapan tindakan setelah terdapat pengetahuan dan penilaian seseorang terhadap suatu objek⁴². Sehingga dalam hal wakaf tunai, seseorang akan memandang wakaf tunai sebagai sesuatu yang positif apabila manfaat dari wakaf tunai tersebut dapat dirasakan secara langsung. Akan tetapi, bukan berarti hal tersebut dapat menciptakan minat dan ketertarikan seseorang untuk berwakaf uang. Hasil ini searah dengan penelitian Maziah dan Widyastuti yang menyatakan bahwasanya variabel sikap secara parsial tidak signifikan terhadap minat dalam melakukan wakaf tunai⁴³. Sementara itu, penelitian lain mengungkapkan bahwasanya norma subjektif memiliki pengaruh yang positif terhadap minat untuk melakukan wakaf uang⁴⁴.

c. Religiusitas, Sikap dan Minat Masyarakat Berwakaf Uang

Religiusitas mengukur sejauh mana manusia mengikuti jalan yang ditetapkan Tuhan. Dalam Islam, Allah adalah zat yang tidak ada Tuhan selain Dia. Individu dengan tingkat religiusitas yang lebih tinggi mempertahankan pola perilaku yang diharapkan sesuai dengan tuntutan agama⁴⁵. Definisi tersebut menunjukkan bahwa tingkat religiusitas mempunyai pengaruh terhadap sikap. Tingkat religiusitas diperlukan untuk mengembangkan sifat memberi, karena semua agama mewajibkan memberi (*charity*)⁴⁶. Sebagaimana temuan yang diungkapkan oleh Carabain & Bekkers bahwa masyarakat Muslim yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung memiliki amal yang tinggi⁴⁷. Souiden & Rani berpendapat bahwa agama dan sikap mempunyai korelasi, agama berkontribusi dalam membangun basis pengetahuan yang membenarkan dan mengontrol sikap dan perilaku seseorang, identitas agama seseorang dapat mempengaruhi perilaku dan sikapnya⁴⁸. Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap niat melakukan wakaf uang⁴⁹.

⁴² *Ibid* 34

⁴³ Maziah, Ummu, & Widyastuti, Emy. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi milenial dalam berwakaf tunai. *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 5(2), 121-136. https://doi.org/10.22236/alurban_vol5/is2pp121-136

⁴⁴ Mudrikah, S. (2021). Determinan terhadap Niat Membayar Wakaf Uang. *El-Buhuth: Borneo Journal of Islamic Studies*. <https://doi.org/10.21093/el-buhuth.v4i1.3730>

⁴⁵ Johnson, B. R., Larson, D. B., De Li, S., & Jang, S. J. (2000). Escaping from the crime of inner cities: Church attendance and religious salience among disadvantaged youth. *Justice Quarterly*, 17(2). <https://doi.org/10.1080/07418820000096371>

⁴⁶ Bassir, N. F., Zakaria, Z., Hasan, H. A., & Alfian, E. (2014). Factors influencing the adoption of Islamic home financing in Malaysia. *Transformations in Business and Economics*, 13(1).

⁴⁷ Carabain, C. L., & Bekkers, R. (2011). Religious and secular volunteering: a comparison between immigrants and non-immigrants in the Netherlands. *Voluntary Sector Review*, 2(1). <https://doi.org/10.1332/204080511x560602>

⁴⁸ Souiden, N., & Rani, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: The influence of religiosity. *International Journal of Bank Marketing*, 33(2). <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2013-0115>

⁴⁹ *Ibid* 7

Selain identik dengan keyakinan, agama juga sering disebut sebagai gejala sosial yang berarti, agama yang dianutnya menciptakan perilaku sosial, dimana perilaku ini tumbuh serta berkembang di kehidupan secara bersamaan. Fungsi inilah akan memberi motivasi, orientasi, serta mempermudah seseorang dalam menghayati dan juga mengenal sebuah kesakralan. Melalui penghayatan pada Tuhan inilah seseorang bisa mempunyai kepekaan, kesanggupan, serta kemampuan untuk memahami serta mengenal Tuhan⁵⁰. Realita mengatakan mengungkapkan sebagaimana dalam penelitian Hasanah & Maha yang menyimpulkan bahwasanya religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat seseorang dalam melakukan wakaf uang, sebab berwakaf menjadi salah satu sunnah Nabi Muhammad SAW yang tentunya sangat patut untuk diteladani⁵¹. Wakaf uang dapat menjadi bentuk ketaatan pada Allah. Sebagai seseorang yang beragama Islam, adanya dalil yang mengatakan bahwasanya amal yang tiada terputus pahalanya salah satunya ialah sedekah, dalam konteks ini yang dimaksud adalah berwakaf uang. Pernyataan tersebut senada dengan hipotesis yang menyatakan bahwasanya religiusitas atau keyakinan seseorang memiliki pengaruh terhadap minat dalam melakukan wakaf uang, sebab berwakaf merupakan salah satu sunnah yang bernilai ibadah dan tentunya sangat patut untuk dilaksanakan.

Melalui uraian tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwasanya semakin tinggi religiusitas seorang individu maka akan semakin tinggi pula kemungkinan atau peluang seorang individu untuk melakukan wakaf uang. Hal ini selaras dengan penelitian Mahendra yang menyimpulkan bahwasanya religiusitas seorang individu (di ukur melalui keyakinan/akidah) memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat masyarakat untuk melakukan wakaf uang di Badan Wakaf Tunai Majelis Ulama Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta⁵².

d. Pengetahuan, Sikap dan Minat Berwakaf Uang

Ajzen menjelaskan bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi sikap individu dalam melakukan sesuatu⁵³. Dalam penelitian ini ilmu yang dimaksud mengacu pada ilmu wakaf (yang mempunyai wakaf) tentang wakaf khususnya wakaf uang, serta pemanfaatan wakaf dan pemanfaatannya. Pengetahuan merupakan komponen penting yang dapat mempengaruhi sikap dan persepsi⁵⁴. Pengetahuan mempunyai pengaruh terhadap perilaku membayar zakat (bisa

⁵⁰ Pals, D. L. (2011). *Eight Theories of Religion* (2nd ed.). Oxford University Press.

⁵¹ Hasanah, N., & Maha. (2022). Wakaf Uang: Pengaruh Kognisi, Religiusitas, Danpersepsi Kemudahan Terhadap Minat Berwakaf. *QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 8(2).

⁵² *Ibid* 14

⁵³ *Ibid* 35

⁵⁴ Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019). Why do Indonesian Muslims donate through mosques? *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(5). <https://doi.org/10.1108/imefm-11-2018-0399>

menggunakan wakaf)⁵⁵. Kasri mengungkapkan dalam hal bersedekah, ia menemukan bahwa masyarakat dengan tingkat pendidikan lebih tinggi cenderung lebih banyak beramal atau berdonasi⁵⁶. Penelitian lain juga mengungkapkan bahwa pengetahuan mempengaruhi niat seseorang untuk bewakaf⁵⁷.

Selain itu, pengetahuan bisa juga berarti segala hal dimana seseorang mengetahuinya dan menggunakan sebagai dasar untuk bertindak dalam mengambil keputusan. Pengetahuan dapat menjadikan seseorang berminat atau tidak berminat dalam memilih suatu objek. Seseorang akan menyukai atau memilih suatu objek apabila mengetahui tentang objek tersebut. Pengetahuan wakaf tunai yang tinggi akan menyebabkan seseorang untuk melakukan wakaf tunai karena sudah mengetahui manfaat dan peruntukkan yang akan diterima. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, seseorang melakukan wakaf tunai karena memiliki pengetahuan wakaf tunai yang cukup terkait dengan wakaf tunai tersebut. Penelitian ini senada dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yulianti yang menyimpulkan bahwasanya pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk melakukan wakaf uang⁵⁸.

e. Sikap dan Minat Berwakaf Uang

Sikap merupakan salah satu penentu penting perilaku konsumen yang sebenarnya⁵⁹. Sikap pada hakekatnya memandu perilaku di masa depan atau menimbulkan niat yang pada akhirnya mengarah pada suatu perilaku tertentu. Sikap mendefinisikan kecenderungan untuk belajar merespons secara konsisten, baik atau buruk terhadap objek tertentu⁶⁰. Dengan kata lain, sikap terhadap perilaku mengacu pada bagaimana orang mempunyai evaluasi yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan terhadap suatu perilaku⁶¹.

Sikap memegang peranan penting dalam menentukan niat seseorang dalam menggunakan suatu produk atau jasa, artinya semakin baik sikap seorang individu terhadap suatu barang atau jasa, maka semakin kemungkinan orang

⁵⁵ Othman, Y. H.-, Alwi, I., Yusuff, M. S. S., & Saufi, M. S. A. M. (2017). The Influence of Attitude, Subjective Norm, and Islamic Religiosity on Compliance Behavior of Income Zakat Among Educators. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(11). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i11/3549>

⁵⁶ Kasri, R. A. (2013). Giving behaviors in Indonesia: Motives and marketing implications for Islamic charities. *Journal of Islamic Marketing*, 4(3). <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2011-0044>

⁵⁷ *Ibid* 20

⁵⁸ Yulianti, D. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Tingkat Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Uang. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 13(2). <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.v13i2.131>

⁵⁹ Charag, A. H., Fazili, A. I., & Bashir, I. (2020). Determinants of consumer's readiness to adopt Islamic banking in Kashmir. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5). <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0182>

⁶⁰ Ajzen, I., & Fishbein, M. (1969). The prediction of behavioral intentions in a choice situation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 5(4). [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(69\)90033-X](https://doi.org/10.1016/0022-1031(69)90033-X)

⁶¹ Ab. Rahim, F., & Amin, H. (2011). Determinants of islamic insurance acceptance: An empirical analysis. *International Journal of Business and Society*, 12(2).

tersebut untuk menggunakan atau membeli barang atau jasa tersebut semakin besar. Banyak penelitian yang menunjukkan pengaruh signifikan sikap terhadap niat konsumen^{62,63}, seperti Albaity & Rahman dan Bananuka et al.

Dalam hal donasi, Abd Mutalib et al. menemukan bahwa sikap merupakan variabel dominan yang secara signifikan mempengaruhi niat intelektual muda untuk berpartisipasi dalam wakaf uang di Malaysia⁶⁴. Aji et al. juga menyatakan bahwa sikap menjadi variabel pendorong umat Islam di Indonesia untuk berdonasi secara online di masa pandemi⁶⁵. Penelitian lain juga menyimpulkan bahwasanya sikap memiliki pengaruh terhadap intensi umat Islam milenial dalam melakukan wakaf uang online di Indonesia⁶⁶.

PENUTUP

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwasanya (1) norma subjektif memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap sikap Masyarakat kota Mataram dalam berwakaf uang. Sementara itu, religiusitas dan pengetahuan memiliki pengaruh positif dan juga signifikan terhadap sikap Masyarakat kota Mataram untuk melakukan wakaf uang; Norma subjektif dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Masyarakat kota Mataram dalam melakukan wakaf uang. Sementara itu, religiusitas dan sikap berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat Masyarakat kota Mataram untuk melakukan wakaf uang; (3) Norma subjektif, religiusitas dan pengetahuan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat Masyarakat kota Mataram untuk berwakaf uang yang dimediasi oleh sikap; (4) Nilai Adjusted R-Square yang menunjukkan angka 0,513 atau sebanyak 51,3 persen mengindikasikan bahwasanya variabel norma subjektif, religiusitas, pengetahuan dan sikap mampu menjelaskan variasi variabel minat berwakaf uang sebesar 51,3 persen, sementara sisanya sejumlah 48,7 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan didalam model.

⁶² Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5). <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>

⁶³ Bananuka, J., Kaawaase, T. K., Kasera, M., & Nalukenge, I. (2019). Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country: The case of Uganda. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11(2). <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2018-0040>

⁶⁴ Abd Mutalib, H., Muhamad Noor, S., Nasirun, N., Harun, R., & Mohd Abdoh, W. M. Y. (2019). Factors Influencing Waqf Participation Among Muslims: The Moderating Role of Attitude. In *Proceedings of the Second International Conference on the Future of ASEAN (ICoFA) 2017 - Volume 1*. https://doi.org/10.1007/978-981-10-8730-1_50

⁶⁵ Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1). <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0136>

⁶⁶ *Ibid* 20

DAFTAR PUSTAKA

- Ab. Rahim, F., & Amin, H. (2011). Determinants of islamic insurance acceptance: An empirical analysis. *International Journal of Business and Society*, 12(2).
- Abd Mutalib, H., Muhamad Noor, S., Nasirun, N., Harun, R., & Mohd Abdoh, W. M. Y. (2019). Factors Influencing Waqf Participation Among Muslims: The Moderating Role of Attitude. In *Proceedings of the Second International Conference on the Future of ASEAN (ICoFA) 2017 - Volume 1*. https://doi.org/10.1007/978-981-10-8730-1_50
- Adistii, D., Susilowati, D., & Ulfah, P. (2021). Peran Akuntabilitas sebagai Moderasi Hubungan Religiusitas dan Literasi Wakaf terhadap Minat Berwakaf Uang. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 5(2). <https://doi.org/10.18196/rabin.v5i2.12238>
- Afandi, A., Harahap, D., & Lubis, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Wakif Dalam Berwakaf Pada Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS) Dengan Altruisme Sebagai Variabel Moderasi. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 15(1). <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.vol15iss1.161>
- Aji, H. M., Albari, A., Muthohar, M., Sumadi, S., Sigit, M., Muslichah, I., & Hidayat, A. (2021). Investigating the determinants of online infaq intention during the COVID-19 pandemic: an insight from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(1). <https://doi.org/10.1108/JIABR-05-2020-0136>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour, Organizational Behavior and Human Decision Processes 50, 179-211 (1991). *Disability, CBR and Inclusive Development*, 33(1).
- Ajzen, I. (2015). Attitude, Personality and Behaviour, 2nd Edition. In *Open University Press*.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1969). The prediction of behavioral intentions in a choice situation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 5(4). [https://doi.org/10.1016/0022-1031\(69\)90033-X](https://doi.org/10.1016/0022-1031(69)90033-X)
- Albaity, M., & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *International Journal of Emerging Markets*, 14(5). <https://doi.org/10.1108/IJOEM-05-2018-0218>
- Bananuka, J., Kaawaase, T. K., Kasera, M., & Nalukenge, I. (2019). Determinants of the intention to adopt Islamic banking in a non-Islamic developing country: The case of Uganda. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 11(2). <https://doi.org/10.1108/IJIF-04-2018-0040>
- Bassir, N. F., Zakaria, Z., Hasan, H. A., & Alfian, E. (2014). Factors influencing the adoption of Islamic home financing in Malaysia. *Transformations in Business and Economics*, 13(1).
- Budiansyah, M. I., & Ayyubi, S. El. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Wakif Dalam Berwakaf Online. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2). <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3741>
- Carabain, C. L., & Bekkers, R. (2011). Religious and secular volunteering: a comparison between immigrants and non-immigrants in the Netherlands. *Voluntary Sector Review*, 2(1). <https://doi.org/10.1332/204080511x560602>

- Charag, A. H., Fazili, A. I., & Bashir, I. (2020). Determinants of consumer's readiness to adopt Islamic banking in Kashmir. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5). <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0182>
- Chrisna, H., Noviani, & Hernawaty. (2021). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwakaf Tunai Pada Jamaah Majelis Taklim Istiqomah Kelurahan Tanjung Sari Medan. *Jurnal Akuntansi Bisnis & Publik*, 11(2).
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (8th ed.)*. Pearson.
- Hasanah, N. (2018). KONTEKSTUALITAS AYAT-AYAT HUKUM WAKAF DI INDONESIA. *Asy-Syari'ah*, 20(2). <https://doi.org/10.15575/as.v20i2.3446>
- Hasanah, N., & Maha. (2022). Wakaf Uang: Pengaruh Kognisi, Religiusitas, Danpersepsi Kemudahan Terhadap Minat Berwakaf. *QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 8(2).
- Imam, N., & Huda, N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Berwakaf Uang di Dompot Dhuafa. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 15(2). <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.vol15iss2.174>
- Johnson, B. R., Larson, D. B., De Li, S., & Jang, S. J. (2000). Escaping from the crime of inner cities: Church attendance and religious salience among disadvantaged youth. *Justice Quarterly*, 17(2). <https://doi.org/10.1080/07418820000096371>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi. Offset
- Kasri, R. A. (2013). Giving behaviors in Indonesia: Motives and marketing implications for Islamic charities. *Journal of Islamic Marketing*, 4(3). <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2011-0044>
- Kasri, R. A., & Chaerunnisa, S. R. (2022). The role of knowledge, trust, and religiosity in explaining the online cash waqf amongst Muslim millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6). <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>
- Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019). Why do Indonesian Muslims donate through mosques? *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(5). <https://doi.org/10.1108/imefm-11-2018-0399>
- Kurniawati, D., Zainuddin, C., & Lidyah, R. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Fundraising terhadap Minat Berwakaf Uang dengan Kesadaran Sebagai Variabel Intervening pada Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1). <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8607>
- Latif, A., Lesmana, M., Ahmad, R. A., & Julian, A. (2022). STUDENT CONTRIBUTIONS IN WAQF ARE REVIEWED THROUGH FACTORS OF RELIGIOSITY, KNOWLEDGE, AND FINANCIAL ATTITUDES. *FINANSIA: Jurnal Akuntansi Dan Perbankan Syariah*, 5(2). <https://doi.org/10.32332/finansia.v5i2.5394>

- Mahendra, D., M Nawawi, Z., & Imsar. (2022). PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN TERHADAP PERILAKU BERWAKAF UANG. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(1). [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(1\).9255](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(1).9255)
- Maivalinda, M., Srihasnita, R., & Firsta, F. (2021). Mengukur Minat Wakaf Uang Generasi Milenial dalam Mendukung Pendanaan Pembangunan Berkelanjutan Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1). <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.175>
- Maziah, U., & Widyastuti, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Dalam Berwakaf Tunai. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 5(2).
- Mudrikah, S. (2021). Determinan terhadap Niat Membayar Wakaf Uang. *El-Buhuth: Borneo Journal of Islamic Studies*. <https://doi.org/10.21093/el-buhuth.v4i1.3730>
- Notoadmojo. (2010). *Prilaku Kesehatan*. Rineka Cipta
- Nuraini, I., Takidah, E., & Fauzi, A. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensi dalam Membayar Wakaf Uang Pada Pegawai Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi DKI Jakarta. *Maro, Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 1(2), 97–108. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31949/mr.v1i2.1054>
- Othman, Y. H.-, Alwi, I., Yusuff, M. S. S., & Saufi, M. S. A. M. (2017). The Influence of Attitude, Subjective Norm, and Islamic Religiosity on Compliance Behavior of Income Zakat Among Educators. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(11). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i11/3549>
- Prasetyo, B. dan Jannah, L. M. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. PT RajaGrafindo Persada: Jakarta.
- Rahmania, N., & Maulana, H. (2023). Waqf Literacy Level and Its Determinants on Public Intention to Contribute Cash Waqf: a Study of Waqf Institutions in Indonesian. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1). <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v12i1.1963>
- Rozalinda. (2016). Management Waqf Produktif Di Sumatera Barat. In *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam* (Vol. 9).
- Salem Al-Harethi, A. R. (2019). Factors Determine Cash Waqf Participation in Kedah, Malaysia: Perception from Students in Kolej University Insaniah. *IKONOMIKA*, 4(1). <https://doi.org/10.24042/febi.v4i1.3927>
- Shahijan, M. K., Preece, C. N., Rezaei, S., & Ismail, W. K. W. (2014). Examining retailers' behaviour in managing critical points in Halal meat handling: A PLS analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3). <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2013-0070>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 Untuk Hubungan Non-Linier Dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit ANDI: Yogyakarta.
- Souiden, N., & Rani, M. (2015). Consumer attitudes and purchase intentions toward Islamic banks: The influence of religiosity. *International Journal of Bank Marketing*, 33(2). <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2013-0115>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Sugiyono. 2013. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D." Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.

<https://doi.org/10.1>. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Sugiyono. (2018). Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.

Witjaksono, B., Mariyanti, T., Nasution, M. E., Huda, N., & Rini, N. (2019). Factors Which Influence the Intention of Community in Cash Waqaf in Sharia Banking with Theory Planned Behaviour (TPB) Modification Approach. *Journal of Islamic Banking and Finance*, 7(2).

Yulianti, D. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Tingkat Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Uang. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 13(2). <https://doi.org/10.47411/al-awqaf.v13i2.131>