

**THE INFLUENCE OF ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM, AND
PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL ON INTENTIONS IN
MONEY WAKAF IN INDONESIA IS MODERATE BY
INDONESIAN ULAMA ENDORSE**

**PENGARUH *ATTITUDE*, *SUBJECTIVE NORM*, DAN
PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL TERHADAP NIAT
BERWAKAF UANG DI INDONESIA DIMODERASI OLEH
*ENDORSE ULAMA INDONESIA***

Uthari Vilapike¹⁾, Fitri Santi²⁾, Dewi Rahmayanti³⁾

Magister Manajemen, Universitas Bengkulu

Corresponding Author : uthariv@gmail.com

Abstract. *The purposes of this study are to analyze 1).The influence of attitude on the intention to donate money in Indonesia, 2).Effect of subjective norm on the intention to donate money in Indonesia, 3).The effect of perceived behavior control on the intention to donate money in Indonesia, 4).Influence of Indonesian ulama endorse the intention to donate money in Indonesia, 5).The influence of attitude on the intention to donate money in Indonesia moderated by endorse ulama Indonesia, 6).The influence of subjective norm on the intention to donate money in Indonesia is moderated by endorse ulama Indonesia,7).The effect of perceived behavior control on the intention to donate money in Indonesia was moderated by endorse ulama Indonesia using Theory of Reasoned Action and Theory of Planned Behavior. The study used a quantitative approach, nonprobability sampling manifold purposive sampling. The study population was 500 Indonesian muslim respondents aged at least 17 years. The method of data collection using online questionnaires distributed through Google form links. Data analysis techniques in the form of descriptive analysis, hypothesis testing using Smart-PLSc3.0 in the form of outer model test, inner model test and using moderation techniques.*

The results showed that: 1). Attitude has an average value of 4.24 which is in the very high category, meaning that the attitude is classified as very good. 2). Subjective norm has an average value of 4.25 which is in the very high category, meaning that the subjective norm is classified as very good. 3). Perceived behavior control has an average value of 4.07, which is in the high category, meaning that perceived behavior control is classified as good. 4). The intention to endow money in Indonesia has an average value of 4.11 which is in the high category, meaning that the intention to endow money in Indonesia is classified as good. 5). The endorsement of Indonesian scholars has an average value of 4.19, which is in the high category, meaning that the endorsements of Indonesian scholars are classified as good. The results of testing the quality of data related to the hypothesis, obtained: 1). The effect of attitude on the intention to donate money shows that the original sample is 0.055 which is positive with a p value less than 0.05, namely 0.000, meaning that there is a significant influence between the attitude variable and the intention to donate money, and H1 is accepted. 2). The effect of the subjective norm on the intention to donate money shows an original sample of 0.030 which is negative with a p value of more than 0.05, namely 0.23, meaning that there is a negative trending influence between the subjective norm variable and the endorsed variable by Indonesian scholars, and H2 is accepted. 3). The effect of perceived behavior control on cash waqf intentions in Indonesia shows an original sample of 0.380 with a p-value of more than 0.05, namely 0.000, meaning that there is a significant influence

between the perceived behavior control variable and the intention to endow money in Indonesia and H3 is accepted. 4). The effect of endorsement by Indonesian ulama on the intention to donate money shows that the original sample is 0.598 which is positive with a p value of more than 0.05, which is 0.000, meaning that there is a significant direct effect between the endorsed variable by Indonesian scholars on the intention to donate money and H4 is accepted. 5). The effect of attitude towards the intention to donate money is moderated by the endorsement of Indonesian clerics showing an original sample of 0.032 which is positive with a p value of less than 0.05, namely 0.008 which means significant, meaning a positive moderating effect, and H5 that the endorsement of Indonesian ulama can strengthen the effect of attitude on the intention to endow money in Indonesia. 6). The effect of subjective norms on the intention to donate money in Indonesia is moderated by the endorsement of Indonesian scholars, showing an original sample of 0.029 which is positive with a p value less than 0.05, namely 0.011 which means significant, meaning a positive moderating effect, and H6 that endorses scholars Indonesia can strengthen the influence of subjective norms on the intention to endow money in Indonesia. 7). The effect of perceived behavior control on the intention to endow money in Indonesia is moderated by the endorsement of Indonesian clerics showing an original sample of -0.001 which is negative with a p value of more than 0.05, namely 0.0908 which means significant, meaning H7 that the endorsement of Indonesian clerics can weaken influence perceived behavior control on the intention to endow money in Indonesia.

Keywords: *Attitude, Subjective Norm, Perceived Behavior Control, Intention, Cash Waqf, Endorse Ulama*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis 1). Pengaruh sikap terhadap niat mendonasikan uang di Indonesia, 2). Pengaruh norma subjektif terhadap niat mendonasikan uang di Indonesia, 3). Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat mendonorkan uang di Indonesia, 4).Pengaruh dukungan ulama Indonesia terhadap niat mendonasikan uang di Indonesia, 5).Pengaruh sikap terhadap niat mendonasikan uang di Indonesia yang dimoderatori oleh dukungan ulama Indonesia, 6).Pengaruh norma subjektif terhadap niat menyumbang uang di Indonesia dimoderatori oleh endorse ulama Indonesia,7). Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat menyumbang uang di Indonesia dimoderasi oleh endorse ulama Indonesia dengan menggunakan Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Perilaku. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, nonprobability sampling berjenis purposive sampling. Populasi penelitian adalah 500 responden muslim Indonesia yang berusia minimal 17 tahun. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner online yang disebar melalui link Google form. Teknik analisis data berupa analisis deskriptif, pengujian hipotesis menggunakan Smart-PLSc3.0 berupa uji outer model, uji inner model dan menggunakan teknik moderasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Sikap mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,24 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi artinya sikap tergolong sangat baik. 2). Norma subyektif mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,25 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi, artinya norma subyektif tergolong sangat baik. 3). Perceived behavior control memiliki nilai rata-rata sebesar 4,07 yang termasuk dalam kategori tinggi artinya persepsi kontrol perilaku tergolong baik. 4). Niat wakaf di Indonesia mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,11 yang termasuk dalam kategori tinggi, artinya niat wakaf di Indonesia tergolong baik. 5). Endorsement ulama Indonesia mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,19 termasuk dalam kategori tinggi artinya endorsement ulama Indonesia tergolong baik. Hasil pengujian kualitas data terkait hipotesis, diperoleh: 1). Pengaruh sikap terhadap niat mendonor uang menunjukkan original sample sebesar 0,055 bertanda positif dengan p value lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel sikap terhadap niat menyumbang. uang, dan H1 diterima. 2). Pengaruh norma subjektif terhadap niat mendonasikan uang menunjukkan original sample sebesar 0,030 bertanda negatif

dengan p value lebih dari 0,05 yaitu 0,23 artinya terdapat pengaruh yang berarah negatif antara variabel norma subjektif dengan variabel yang didukung oleh sarjana Indonesia, dan H2 diterima. 3). Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat berwakaf uang di Indonesia menunjukkan original sample sebesar 0,380 dengan p-value lebih dari 0,05 yaitu 0,000 artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi kontrol perilaku terhadap niat mewakafkan uang. di Indonesia dan H3 diterima. 4). Pengaruh endorsement ulama Indonesia terhadap niat berdonasi uang menunjukkan bahwa original sample sebesar 0,598 bertanda positif dengan p value lebih dari 0,05 yaitu 0,000 artinya terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara variabel endorsement ulama Indonesia. pada niat mendonorkan uang dan H4 diterima. 5). Pengaruh sikap terhadap niat berdonasi uang dimoderasi oleh dukungan ulama Indonesia menunjukkan original sample sebesar 0,032 bertanda positif dengan nilai p value kurang dari 0,05 yaitu 0,008 yang berarti signifikan artinya efek moderasi positif, dan H5 yang berarti Dukungan ulama Indonesia dapat memperkuat pengaruh sikap terhadap niat mewakafkan uang di Indonesia. 6). Pengaruh norma subjektif terhadap niat menyumbang uang di Indonesia dimoderasi oleh dukungan ulama Indonesia menunjukkan original sample sebesar 0,029 bertanda positif dengan p value kurang dari 0,05 yaitu 0,011 yang berarti signifikan artinya efek moderasi positif, dan H6 yang mendukung ulama Indonesia dapat memperkuat pengaruh norma subjektif terhadap niat mewakafkan uang di Indonesia. 7). Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap niat mewakafkan uang di Indonesia dimoderasi oleh dukungan ulama Indonesia menunjukkan original sample sebesar -0,001 bertanda negatif dengan p value lebih dari 0,05 yaitu 0,0908 yang berarti signifikan artinya H7 bahwa Dukungan terhadap ulama Indonesia dapat melemahkan pengaruh kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat mewakafkan uang di Indonesia.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, Perceived Behavior Control, Niat, Wakaf Tunai, Endorsement Ulama

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas muslim terbesar secara internasional. Seluruh penduduk muslim di Indonesia saat ini mencapai **281.800.896** jiwa per Selasa, 16 Mei 2023 jiwa, fakta ini diperoleh dari Worldometer (2023) berdasarkan data terbaru PBB. Dengan potensi populasi muslim yang sangat besar di Indonesia, maka pertumbuhan dalam tujuan wakaf uang di Indonesia harus menjadi yang terbesar di dunia internasional. Namun, potensi wakaf uang di Indonesia masih belum sesuai dengan penghimpunan wakaf uang yang sebenarnya (Yusfiarto, Setiawan, dan Nugraha, 2020).

Namun, mayoritas masyarakat Indonesia cenderung beranggapan bahwa wakaf masih berupa tanah, bangunan, masjid, sekolah, lembaga riset, pondok pesantren atau bangunan sosial lainnya seperti yang berlangsung selama ini. Diikuti dengan masih rendahnya tingkat pemahaman masyarakat mengenai wakaf

uang, sebagai akibat dari kurangnya sosialisasi dari pihak ataupun lembaga yang bersangkutan (Nawawi, Marliyah dan Irham, 2021). Permasalahan lain terkait wakaf uang yaitu wakaf uang masih terkendala oleh calon wakif yang belum berniat memberikan wakaf berupa wakaf uang (Alias, 2011). Artinya, jika menelusuri jejak dalam niat berwakaf uang, maka hal ini sejalan dengan penelitian dari Fishbein dan Ajzen (1967) yang mengatakan bahwa seseorang dapat bertindak berdasarkan intensi atau niatnya.

Salah satu cara mendorong masyarakat agar berniat dan memutuskan untuk berwakaf uang, perlu adanya edukasi dan sosialisasi dari Badan Wakaf Indonesia beserta lembaga terkait lainnya secara lebih intensif, termasuk melalui *endorse* ulama. *Endorse* ulama wakaf uang internasional yaitu: 1). Imam az Zuhri (wafat 124 H), beliau salah seorang ulama terkemuka dari negeri Syam, Damaskus, sekaligus pendiri *tadwin al-hadits*, menyatakan bahwa wakaf dinar dan dirham dianjurkan untuk pengembangan sarana dakwah, sosial dan pendidikan bagi umat Islam. 2). Habib Bugak Asyi dari Mekkah, Arab Saudi sebagai nadzir wakaf sekaligus salah satu ulama yang sukses menjaga dan mengelola wakaf uang. 3). Syekh Abdul Latief Baltou yang sudah menjadi nadzir wakaf uang selama 15 tahun sejak diamanahkan oleh Mahkamah Kerajaan Arab Saudi. Adapun *endorse* ulama wakaf uang di Indonesia yaitu: 1). Syekh Abdul Ghani bin Mahmud bin Abdul Ghani Asyi, beliau ditunjuk langsung sebagai nadzir wakaf uang oleh Habib Bugak sekaligus sebagai salah satu ulama asal Aceh yang telah menetap di Mekkah. 2). Munir bin Abdul Ghani Asyi. 3). Jamaluddin Affan, selaku ulama sekaligus pembina yayasan Habib Bugak (Norman, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis 1). Pengaruh *attitude* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia, 2). Pengaruh *subjective norm* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia, 3). Pengaruh *perceived behavior control* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia, 4). Pengaruh *endorse* ulama Indonesia terhadap niat berwakaf uang di Indonesia, 5). Pengaruh *attitude* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia dimoderasi oleh *endorse* ulama Indonesia, 6). Pengaruh *subjective norm* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia dimoderasi oleh *endorse* ulama Indonesia, 7). Pengaruh *perceived behavior control* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia dimoderasi oleh *endorse* ulama Indonesia menggunakan *Theory of Reasoned Action* dan *Theory of Planned Behavior*.

KAJIAN PUSTAKA

A. *Intention* (Niat/Intensi)

Echolas dalam Kamus Besar Bahasa Inggris-Indonesia mengartikan niat sebagai maksud, tujuan, atau sasaran, kesengajaan. Niat adalah sekelompok keyakinan yang mungkin dikenal sebagai proses. Niat perilaku diputuskan dengan bantuan sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku sadar.

Kecenderungan memilih untuk bertindak atau tidak tergantung pada seberapa besar tujuan seseorang memilih untuk melakukan perilaku tertentu mendapat bimbingan dari orang lain yang berpengaruh (Albery, 2011). Dalam buku *Fiqh Niat*, Isnan Ansory menyatakan bahwa Malikiyyah mendefinisikan niat sebagai tujuan dari suatu gerakan yang diinginkan oleh manusia, kemudian niat muncul sebelum gerakan itu sendiri (Ansory, 2018). Disisi lain, Syafi'iyah mendefinisikan niat sebagai tujuan dari suatu gerakan yang terjadi bersamaan dengan tindakan itu.

Niat menjadi komponen utama dalam teori perilaku direncanakan dari perilaku aktual. Seseorang akan cenderung berperilaku secara aktual jika memiliki kesempatan. Semakin kuat niat untuk melakukan perilaku, maka akan semakin besar kemungkinan seseorang tersebut untuk melakukan perilaku (Fishbein dan Ajzen, 2011). Niat merupakan representasi kognitif dari kesiapan seseorang untuk berperilaku (Ajzen, 2012). Jadi, dengan kata lain, niat seseorang berwakaf uang merupakan niat yang mencerminkan kecenderungan yang muncul dari dalam hati seseorang untuk tujuan membantu sesama umat muslim, dan beribadah dalam rangka mengharapkan ridha Allah SWT. Semakin kuat niat seseorang untuk berwakaf uang, maka akan semakin besar kemungkinan seseorang tersebut untuk senantiasa berwakaf uang.

B. *Attitude* (Sikap)

Ajzen (2005) mengemukakan bahwa pola pikir adalah perilaku ideal seseorang yang dikaitkan dengan penilaian subjektif seseorang terhadap lingkungan sekitarnya, pengetahuan seseorang tentang dirinya dan lingkungannya, dengan cara mengasosiasikan perilaku positif dengan berbagai manfaat atau kerugian yang diperoleh, terkait dengan melakukan atau tidak lagi melakukannya. Hal ini dapat memberikan dorongan pada sikap yang lebih dekat dengan perilaku, jika seseorang mengevaluasi dan memperoleh fakta bahwa perilaku ini dapat memberinya bonus.

Dalam agama Islam, sikap diartikan dengan memiliki sifat positif yaitu *husnudzon* serta sifat negatif yaitu *khusnudzon*. Jadi, dengan kata lain, seseorang akan berpandangan bahwa berwakaf uang berguna untuk keperluan ibadah serta kesejahteraan umum bagi sesamanya. *Attitude* seseorang akan menunjukkan tingkatan diri terkait evaluasi yang baik maupun yang kurang baik tentang wakaf uang, sehingga pada akhirnya sikap ini akan menimbulkan

perasaan senang atau tidak senang terkait keputusan berniat atau tidak berniatnya seseorang untuk berwakaf uang.

C. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Ajzen (2005) mengemukakan bahwa *subjective norm* merupakan faktor sosial yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. *Subjective Norm* merupakan keyakinan seseorang mengenai harapan orang-orang disekitarnya, baik secara perorangan ataupun kelompok untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Namun norma subjektif dapat diukur secara langsung dengan menilai perasaan konsumen tentang seberapa relevan orang lain yang menjadi panutannya (seperti keluarga, teman sekelas, teman kerja) yang akan menyetujui atau tidak menyetujui tindakan tertentu yang dilakukannya (Kaiser, Hübner, and Bogner 2005).

Dalam agama Islam, *subjective norm* diartikan dengan keberadaan teman, sahabat, saudara ataupun masyarakat yang ada disekitarnya yang mempengaruhi kehidupan seseorang. Hal ini mengacu pada arti penting dari *ukhuwah islamiyah*, yaitu tali persaudaraan antara sesama umat Islam.

D. *Perceived Behavior Control* (Kontrol Perilaku Persepsian)

Perceived behavior control disebut juga kontrol perilaku berupa perasaan seseorang terhadap manfaat atau masalah dari perilaku tertentu, yang dapat mencerminkan studi masa lalu dari seseorang yang dikenalnya seperti teman, keluarga sendiri, pasangan dan lain lain, serta mengantisipasi kendala-kendala yang ada (Ajzen, 2005).

Ajaran Islam bertujuan mendidik umat muslim untuk menjadi pribadi yang tidak hanya memiliki akhlak yang baik, tetapi juga mematuhi norma-norma yang berlaku dimasyarakat, sehingga dapat mengontrol perilaku yang sesuai sebagaimana mestinya. Lama kelamaan, seseorang akan berfikir, terbiasa dan senantiasa mengintrospeksi diri (*muhasabah*) atas kesalahan yang dilakukan, baik yang disengaja atau tidak disengaja.

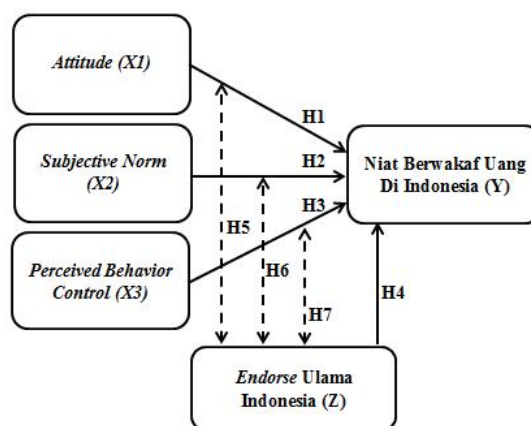
E. Moderasi *Endorse* Ulama Indonesia

Para ulama memiliki kemampuan untuk menginspirasi dan mengadakan perubahan positif dalam norma sosial, sikap dan perilaku yang berdampak pada mereka. Ditegaskan pula bahwa dalam kaitannya dengan penguatan sistem keuangan, para ulama memiliki fungsi penting dalam memberikan kontribusi bagi pertumbuhan perekonomian, terutama melalui partisipasi dalam program-program yang mengatasi ketimpangan di dalam negeri.

Maka dari itu, untuk menghindari hal-hal negatif yang mungkin ditimbulkan dari aktivitas *endorse*, secara implisit imam Al-Ghazali (2017) dalam kitab *Ihya' Ulum Al-din* menjelaskan dan menekankan bahwa aktivitas *endorse* senantiasa harus berpedoman terhadap etika *mu'amalah* yang islami,

yaitu: aktivitas harus berlandaskan unsur keadilan, kebaikan, kebajikan dan tidak adanya kedhaliman, transparansi antara *endorser* dan konsumen, *endorser* tidak hanya untuk mengejar keuntungan dunia karena keuntungan yang sebenarnya adalah akhirat, menjauhkan dari transaksi-transaksi yang *syubhat* (ketidakjelasan atau samar-samar) yang akan menimbulkan kerugian. Serta Fatwa Majelis Ulama Indonesia menetapkan Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial.

Gambar Kerangka Analisis



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*), yaitu penelitian survei melalui link *google form* <https://bit.ly/KuesionerPenelitianWakafUang> kepada 500 sampel responden berusia minimal 17 tahun sebagai sumber data primer dan *Library Research* melalui buku, kitab, disertasi, tesis, skripsi, jurnal dan artikel yang berhubungan dengan topik wakaf uang sebagai data sekunder. Penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif dengan pengukuran kuesioner berupa skala *Likert* dan statistik non parametrik, serta pengujiannya menggunakan SEM-PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a) Faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwakaf uang :

- 1.. Perilaku keuangan. Perilaku keuangan ekonomi adalah perilaku seseorang dalam mengelola keuangannya, hal ini akan terlihat dari sejauh mana kecerdasan dalam membuat keputusan dalam pemanfaatan dan pengelolaan

uang, menangani hutang, tabungan dan berbagai pengeluaran lainnya yang dalam penelitian ini adalah niat seseorang untuk berwakaf uang (Hilgert, Jeanne dan Sandra, 2003). Responden terdiri dari 453 orang belum pernah berwakaf uang, dan 47 orang sisanya pernah berwakaf uang.

- 2.. Wilayah tempat tinggal (domisili). Domisili adalah suatu tempat dimana seseorang harus dianggap selalu hadir dalam hubungannya dengan pelaksanaan hak dan pemenuhan kewajiban, sekalipun ia memang benar-benar tidak dapat hadir ditempat itu. Domisili juga berkaitan dengan hal-hal yang dapat melekat dalam kehidupan normal seorang diri manusia, membentuk dan akan mempengaruhi karakter diri, cara berfikir, dan kecenderungan diri dari lingkungan sekitar dari seorang laki-laki ataupun perempuan, sehingga akan mempengaruhi tingkat pemahaman berwakaf uang (Monticone, 2010).

Keseluruhan responden adalah masyarakat muslim berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, dengan sampel adalah 31 perwakilan provinsi dari 38 provinsi yang ada, yaitu: Nanggroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Sumatera Utara, Bengkulu, Riau, Kepulauan Riau, Jambi, Lampung, Bangka Belitung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Kalimantan Barat, Kalimantan Selatan, Kalimantan Timur, Kalimantan Utara, Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Gorontalo, Sulawesi Selatan, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Utara, Maluku, Papua, Papua Barat, dan Papua Pegunungan.

3. Pendidikan. Pendidikan sebagai modal dasar manusia dalam mengubah sudut pandang, pemikiran mempertanyakan, percaya diri dan memanfaatkan kesempatan yang sedikit dengan tujuan untuk memberikan pengaruh yang menguntungkan pada niat untuk berwakaf uang, dalam upaya untuk meningkatkan kehidupan yang menghasilkan kesejahteraan seseorang (Rahmatia, 2004).

Responden dengan pendidikan terakhir yang terdiri dari 147 orang lulusan SMA, 70 orang lulusan Diploma III, 191 orang lulusan S1, 65 orang lulusan S2, dan 27 orang lulusan S3.

- 4.. Jenis kelamin. Dalam hal finansial literasi secara umum, wanita lebih rendah daripada pria (Chen dan Vope, 2018). Laki-laki memiliki kepercayaan diri lebih dalam membuat keputusan keuangan daripada perempuan (Margaretha dan Pambudhi, 2015). Responden terdiri dari 249 orang berjenis kelamin laki-laki dan 251 orang berjenis kelamin perempuan.
5. Usia. Usia adalah tingkat ukuran hidup yang mempengaruhi kondisi fisik yang dimiliki seseorang, menyangkut tentang tingkat kedewasaan seseorang, termasuk mengelola keuangan yang dalam hal ini wakaf uang (Yusnita dan Abdi, 2018). Semakin dewasa usia seseorang, semakin bijak

dalam mengatur keuangannya. Sebagai manusia yang dikaruniai akal dan nafsu oleh Allah, sudah seharusnya menggunakan waktu sebaik mungkin, mempergunakan kemewahan dan kekayaan untuk sesuatu yang bermanfaat serta tidak berlebihan, sehingga tidak menimbulkan kemudharatan.

Responden adalah masyarakat muslim berusia minimal 17 tahun. Karena yurisprudensi Mahkamah Agung menyatakan bahwa kriteria dewasa seseorang dinyatakan 17 tahun, sehingga dianggap telah dewasa dan dapat bertanggung jawab terhadap diri sendiri dan perbuatannya; seseorang sudah memiliki KTP sebagai identitas diri, sehingga dapat bertindak sendiri dalam melakukan perbuatan hukum seperti membuka rekening tabungan dan lain-lain di Bank; serta pembuatan SIM, sehingga dapat mengendarai kendaraan. Dikategorikan bahwa 17-24 tahun sebanyak 52 orang, 25-32 tahun sebanyak 195 orang, 33-40 tahun sebanyak 94 orang, 41-48 tahun sebanyak 95 orang, 49-57 tahun sebanyak 29 orang, dan >57 tahun sebanyak 35 orang.

- 6.. Pendapatan. Pendapatan merupakan uang yang diterima dalam bentuk gaji, upah, sewa, laba, bersama dengan tunjangan pengangguran dan pensiun (Keown, 2011). Pendapatan per bulan responden terdiri dari 8 orang Rp 1.000.000, 157 orang Rp 1.500.000-Rp 3.000.000, 128 orang Rp 3.500.000-Rp 5.000.000, 59 orang Rp 5.500.000-Rp 7.000.000, 38 orang Rp 7.500.000-Rp 9.000.000, dan 32 orang >Rp 9.000.000.
- 7.. Pekerjaan. Pekerjaan adalah profesi seseorang yang memberikan hasil berupa pengalaman atau materi yang dapat menunjang kehidupan. Pekerjaan penting dalam kehidupan seseorang karena adanya hubungan timbal balik berupa *reward*, memberikan dampak positif pada kehidupan social, memberikan status sosial dalam bermasyarakat, adanya nilai psikologis sebagai sumber identitas, harga diri dan aktualisasi diri bagi seseorang (Steers dan Porter, 1983).

Responden terdiri dari 55 orang pelajar/mahasiswa, 69 orang guru/dosen, 65 orang PNS/TNI/Polri, 168 orang karyawan swasta, 57 orang wiraswasta, dan 86 orang berprofesi lain diluar dari penelitian.

- B. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). *Attitude* memiliki nilai rata-rata 4,24 yaitu dalam kategori sangat tinggi, artinya *attitude* tergolong sangat baik. 2). *Subjective norm* memiliki nilai rata-rata 4,25 yaitu dalam kategori sangat tinggi, artinya *subjective norm* tergolong sangat baik. 3). *Perceived behavior control* memiliki nilai rata-rata 4,07 yaitu dalam kategori tinggi, artinya *percieved behavior control* tergolong baik. 4). Niat berwakaf uang di Indonesia memiliki nilai rata-rata 4,11 yaitu dalam kategori tinggi, artinya niat berwakaf

uang di Indonesia adalah tergolong baik. 5). *Endorse* ulama Indonesia memiliki nilai rata-rata 4,19 yaitu dalam kategori tinggi, artinya *endorse* ulama Indonesia tergolong baik. Hasil pengujian kualitas data terkait hipotesis, diperoleh:

1. Pengaruh *attitude* terhadap niat berwakaf uang menunjukkan *original sample* sebesar 0,055 yang bernilai positif dengan nilai p value kurang dari 0,05 yaitu 0,000, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel *attitude* ke variabel niat berwakaf uang, dan H1 diterima.
2. Pengaruh *subjective norm* terhadap niat berwakaf uang menunjukkan *original sample* sebesar 0,030 yang bernilai negatif dengan nilai p value lebih dari 0,05 yaitu 0,23, artinya ada pengaruh berarah negatif antara variabel *subjective norm* ke variabel *endorse* ulama Indonesia, dan H2 diterima.
3. Pengaruh *perceived behavior control* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia menunjukkan *original sample* sebesar 0.380 dengan nilai p value lebih dari 0,05 yaitu 0.000, artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel *perceived behavior control* ke variabel niat berwakaf uang di Indonesia dan H3 diterima.
4. Pengaruh *endorse* ulama indonesia terhadap niat berwakaf uang menunjukkan *original sample* sebesar 0.598 yang bernilai positif dengan nilai p value lebih dari 0,05 yaitu 0,000, artinya ada pengaruh langsung yang signifikan antara variabel *endorse* ulama Indonesia ke variabel niat berwakaf uang dan H4 diterima.
5. Pengaruh *attitude* terhadap niat berwakaf uang dimoderasi oleh *endorse* ulama Indonesia menunjukkan *original sample* sebesar 0.032 yang bernilai positif dengan nilai p value kurang dari 0,05 yaitu 0,008 yang berarti signifikan, artinya efek moderasi positif, dan H5 bahwa *endorse* ulama Indonesia dapat memperkuat pengaruh *attitude* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia.
6. Pengaruh *subjective norm* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia dimoderasi oleh *endorse* ulama Indonesia menunjukkan *original sample* sebesar 0,029 yang bernilai positif dengan nilai p value kurang dari 0,05 yaitu 0.011 yang berarti signifikan, artinya efek moderasi positif, dan H6 bahwa *endorse* ulama Indonesia dapat memperkuat pengaruh *subjective norm* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia.
7. Pengaruh *perceived behavior control* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia dimoderasi *endorse* ulama Indonesia menunjukkan *original sample* sebesar -0.001 yang bernilai negatif dengan nilai p value lebih dari 0,05 yaitu 0.0908 yang berarti signifikan, artinya H7 bahwa *endorse* ulama

Indonesia dapat memperlemah pengaruh *perceived behavior control* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. *Attitude* berpengaruh terhadap niat berwakaf uang di Indonesia.
2. *Subjective Norm* tidak berpengaruh terhadap niat berwakaf uang di Indonesia.
3. *Perceived behavior control* tidak berpengaruh terhadap niat berwakaf uang di Indonesia.
4. *Endorse* ulama berpengaruh terhadap niat berwakaf uang di Indonesia.
5. *Endorse* ulama Indonesia dapat memperkuat pengaruh *attitude* terhadap niat wakaf uang di Indonesia.
6. *Endorse* ulama Indonesia dapat memperkuat pengaruh *subjective norm* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia
7. *Endorse* ulama Indonesia dapat memperlemah pengaruh *subjective norm* terhadap niat berwakaf uang di Indonesia.

Saran

1. Bagi akademisi diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut dan mengembangkan secara lebih jauh lagi mengenai karakteristik serta perilaku secara umum masyarakat Indonesia dalam menilai aksi keagamaan dengan balutan yang lebih modern, khususnya yang terkait dengan wakaf uang.
2. Bagi badan wakaf dan lembaga lainnya terkait dengan wakaf uang diharapkan dapat menjalankan wakaf uang sesuai dengan prosedurnya yang berlaku, lebih memperkuat lagi media-media informasi agar dapat dijangkau secara menyeluruh, lebih meningkatkan program sosialisasi-sosialisasi tentang wakaf khususnya wakaf uang, guna meningkatkan literasi dan edukasi secara lebih mendalam dengan harapan kemajuan produk wakaf uang di Indonesia yang lebih baik.
3. Bagi ulama diharapkan mampu memaksimalkan perannya sebagai *endorser* wakaf uang di Indonesia, agar tujuan untuk menumbuhkan niat dan peningkatan niat berwakaf uang di Indonesia dapat terwujud sebagaimana mestinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Shukor, Syadiyah, Fuadah Johari, Kalsom Abd Wahab, Zurina Kefeli @ Zulkefli, Nursilah Ahmad, Mohammad Haji Alias, Asma Abdul Rahman, Nor Masitah Mohd Orip, Patmawati Ibrahim, and Mohd Fauzi Abu-Hussin. 2019. "Trust on Awqaf Institutions: Evidence from Malaysia." *Journal of Islamic Marketing* 10(2):511–24. doi: 10.1108/JIMA-05-2017-0054.
- Ajzen, Icek. 2005. *Attitudes, Personality and Behaviour*. books.google.com.
- Ajzen, Icek. 2011. "The Theory of Planned Behaviour: Reactions and Reflections." *Psychology and Health* 26(9):1113–27. doi: 10.1080/08870446.2011.613995.
- Ankasanisara, Palagan. (2014). Tesis. *Analisis Pengaruh Celebrity Endorsement Pada Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Albery, Ian P, Marcus Munafo. 2011. "Psikologi Kesehatan Dan Komprehensif Bagi Studi Psikologi Kesehatan." *Mitra Setia*.
- Alias, T. .. 2011. "Tax Laws Affecting the Waqf in Malaysia: A Comparison with the United States and Turkey." *6th UUM International Legal Conference*.
- Al-Kabisi, Muhammad Abid Abdullah. 2004. "Hukum Wakaf Kajian Kontemporer Pertama Dan Terlengkap Tentang Fungsi Dan Pengelolaan Wakaf Serta Penyelesaian Atas Sengketa Wakaf." *Jakarta: Dompet Dhuafa Republika Dan IIMaN* 463.
- Arikunto, S. 2006. "Dasar-Dasar Evaluasi." *Jakarta: Bumi Aksara*.
- Awan, H. M., Siddiquei, A. N., and Haider, Z. 2015. Factors Affecting Halal Purchase Intention – Evidence From Pakistan’s Halal Food Sector. *Management Research Review*, 38(6), 640–660. <https://doi.org/10.1108/mrr-01-2014-0022>
- Ayudya, Alfalia Citra, and Amin Wibowo. 2018. "The Intention to Use E-Money Using Theory of Planned Behavior and Locus of Control." *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 22(2):335–49. doi: 10.26905/jkdp.v22i2.1691.
- Ayuningtya, Felicia Neva. 2021. "Strategi Promosi Endorsement Oleh Digital Influencer Dalam Etika Bisnis Islam." 4(3):160–73.
- Azwar, Saifuddin. 2015. "Reliabilitas Dan Validitas, Keempat." *Yogyakarta: Pustaka Pelajar* 17.
- Badan Wakaf Indonesia. (2007). *Mengenal Wakaf Uang*. Dikutip dari <https://www.bwi.go.id>. Pada hari Jumat. Tanggal 4 Juni 2021. Pukul 08.00 WIB
- (2021). *Sejarah Perkembangan Wakaf*. Dikutip dari <https://www.bwi.go.id>. Pada hari Jumat. Tanggal 4 Juni 2021. Pukul 08.00 WIB
- Bandura, A., Freeman, W. H., & Lightsey, R. (1999). Self-Efficacy: The Exercise of Control. *Journal of Cognitive Psychotherapy*. <https://doi.org/10.1891/0889-8391.13.2.158>
- Bluman, A. G. 2009. "A Step by Step Approach: Statistics."
- Carroll, Craig E. 2016. "Theory of Planned Behavior." *The SAGE Encyclopedia*

- of Corporate Reputation*. doi: 10.4135/9781483376493.n313.
- Clow, Kenneth E., Karen E. James, Kristine E. Kranenburg, and Christine T. Berry. 2006. "The Relationship of the Visual Element of an Advertisement to Service Quality Expectations and Source Credibility." *Journal of Services Marketing* 20(6):404–11. doi: 10.1108/08876040610691293.
- Conner, Mark. 2020. "Theory of Planned Behavior." *Handbook of Sport Psychology* 1–18. doi: 10.1002/9781119568124.ch1.
- Cooper, D. R., and P. S. Schindler. 2006. "Business Research Method (Terjemahan)." *Jakarta: PT Media Global Edukasi*.
- Creswell, J. W. (2007) *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches*. 2nd edn. California: Sage
- Dharmawan, Muhammad Agung. 2019. "Efektifitas Endorsement Non-Selebrity Dalam Membangun Citra Merek Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di Kota Makassar." *UIN Alaudin* 6(1):5–10.
- Eagly, A. H., and S. Chaiken. 2018. *The Psychology of Attitudes*. psycnet.apa.org.
- Evrizon, A. 2008. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman Masyarakat Tentang Wakaf Uang."
- Fenny & Darmoyo, Syrief. (2019). Peran *Attitude Toward The Brand* Sebagai Mediator Pada Pengaruh *Celebrity Endorsement* Terhadap *Purchase Intention*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Ferreira, João J., Mário L. Raposo, Ricardo Gouveia Rodrigues, Anabela Dinis, and Arminda do Paço. 2012. "A Model of Entrepreneurial Intention: An Application of the Psychological and Behavioral Approaches." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 19(3):424–40. doi: 10.1108/14626001211250144.
- Fishbein, Martin, and Icek Ajzen. 1975. "Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research." *Journal of Business Venturing* 5(3):177–89.
- Fishbein, Martin, and Icek Ajzen. 2011. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. taylorfrancis.com.
- Fitrianto, Eko, Islahuddin Daud, and Welly Nailis. 2018. "Types of Endorsers and Its Effect on Consumer Behavior of Convenience Goods (Case Study: Student in Palembang, Indonesia)." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya* 15(4):197–207. doi: 10.29259/jmbs.v15i4.5718.
- Fitriyana. 2021. 2021. Tesis. Pengaruh Pendapatan Terhadap Intensi Berwakaf Pada Cash Waqf Liked Sukuk Dengan Religiustas Sevagai Variabel Moderasi. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim
- Garson, David G. 2016a. "Partial Least Squares. Regression and Structural Equation Models (G. David Garson) (z-Lib.Org)." *Statistical Associates Publishing*.
- Garson, David G. 2016b. *Partial Least Squares*.
- George, Joey F. 2004. "The Theory of Planned Behavior and Internet Purchasing." *Internet Research* 14(3):198–212. doi:

10.1108/10662240410542634.

- Ghazali, M. A. H. 1992. "Ihya'ulum Al-Din."
- Ghozali, Imam. 2017. "Ekonometrika Teori, Konsep Dan Aplikasi Dengan IBM Statistik 24." *Semarang: Badan Penerbit Undip* 299.
- Godin, Gaston, and Gerjo Kok. 1996. "The Theory of Planned Behavior: A Review of Its Applications to Health- Related Behaviors." *American Journal of Health Promotion* 11(2):87–98. doi: 10.4278/0890-1171-11.2.87.
- Hair, Joseph F. Anderson, Rolph E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black. 1998. "Multivariat Data Analysis. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall International." *Inc. Th.*
- Hartono, Jogyanto. 2015. "Metodologi Penelitian Bisnis Edisi Keenam." *Yogyakarta: BPFE* 69.
- Herdiansyah, Haris. 2020. "Pengaruh Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi Menjadi Seorang Entrepreneur Pada Mahasiswa Peserta Matakuliah Entrepreneurship 1 Dan 2 Batch 2017." *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3(1):44. doi: 10.33021/exp.v3i1.1050.
- Hilgert, M. Jeanne, M. & Sandra, B. (2003). *Household Financial Management: The Connection Between Knowledge and Behavior*. Federal Reserve Bulletin, Vol. 89, pp. 309-322.
- Htay, Sheila Nu Nu, Mustafa Omar Mohamed, and Amirul Faiz Osman. 2012. "Determinants of Cash Waqf Giving in Malaysia: Survey of Selected Works." ... *Berteraskan Islam V (WAPI*
- Izzah, Nurul, Fitriyani Rambe, and Sayang Prima Nanda. 2021. "Wakaf Uang: Tingkat Pemahaman Mahasiswa IAIN Padangsidempuan." *Journal of Islamic Social Finance Management* 2(1):56–69. doi: 10.24952/jisfim.v2i1.3619.
- Jaffari, I.A., S., & Hunjra, A. I. (2017). Mediating Impact of Celebrity Endorsement in Relationship of Celebrity Characteristics and Consumers Purchase Intention. *Abasyn Journal of Social Sciences*, 10(2), 201–210. <http://ajss.abasyn.edu.pk/admineditor/papers/V9I1-15.pdf>
- Jogyanto. 2019. "Sistem Informasi Keperilakuan. Yogyakarta: Erlangga." *Yogyakarta: Andi Offset.*
- Kaiser, Florian G., Gundula Hübner, and Franz X. Bogner. 2005. "Contrasting the Theory of Planned Behavior with the Value-Belief-Norm Model in Explaining Conservation Behavior." *Journal of Applied Social Psychology* 35(10):2150–70. doi: 10.1111/j.1559-1816.2005.tb02213.x.
- Kashif, Muhammad, and Ernest Cyril de Run. 2015. "Money Donations Intentions among Muslim Donors: An Extended Theory of Planned Behavior Model." *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing* 20(1):84–96. doi: 10.1002/nvsm.1519.
- Katz, D., R. L. Kahn, and W. Litzinger. 1979. "Social Psychology of Organizations." *Personnel Psychology* 32:171–75.
- Keown, L.A. (2011). *The Financial Knowledge Of Canadians*. Component Of Statistics Canada Catalogue. 11-008-X. 30–39.
- Khanifah, Muhammad Choirul Anam, and Ernawati Budi Astuti. 2017. "Pengaruh

- Attitude Toward Behaviour, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control Pada Intention Whistleblowing.” *Jurnal Akses* 12(24):147–58.
- Kumar, Rakesh, and Vibhuti Tripathi. 2022. “Green Advertising: Examining the Role of Celebrity’s Credibility Using SEM Approach.” *Global Business Review* 23(2):440–59. doi: 10.1177/0972150919862660.
- Maccia, S.L., Louis, W.R., Saeri, K.A., Smith, J.R., & Ogilvie, C. (2013). *Predicting Facebook Users Online Privacy Protection: Risk, Trust, Norm Focus Theory And Theory Of Planned Behavior*. Dikutip dari repository.uinjkt.ac.id. Pada hari Jumat. Tanggal 4 Juni 2021. Pukul 08.05 WIB
- Mahyarni, Mahyarni. 2013. “Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku).” *Jurnal El-Riyasah* 4(1):13. doi: 10.24014/jel.v4i1.17.
- Margaretha, F & Pambudhi, R.A. (2015). *Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi*. Jurnal Manajemen Keuangan. Vol 17. No 1. (Hlm 76-85)
- Mannan, M. A. 2002. “Sertifikat Wakaf Tunai, Sebuah Inovasi Keuangan Islam (Terjemahan).” *Jakarta: CIBER Dan PKTTI UI* 30.
- McCracken, G. (1989). Who is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process. *Journal of Consumer Research*, 16(3), 310. <https://doi.org/10.1086/209217>
- Monticone, Chiara. (2010). *Financial Literacy and Financial Advice Theory and Empirical Evidence*. Journal of Banking & Finance Elsevier. Vol. 50 (C). Pages 363-380.
- Muthohar, Muchsin, and Amin Ramadhan Triatmaja. 2013. “Pengaruh Endorser Ulama Terhadap Sikap Dan Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 19(1):86–99.
- Nafis, M. Cholil. 2012. “Aplikasi Wakaf Uang Di Indonesia.” Dikutip dari (<https://www.bwi.go.id/783/2012/05/16/aplikasi-wakaf-uang-di-indonesia/>).
- Najla, Nabila. 2021. “Pengaruh Ulama Sebagai Endorser Terhadap Niat Menggunakan Jasa Layanan Haji Dan Umroh: Studi Pada Muslim Di Indonesia.” *Management* (8.5.2017):2003–5.
- Najmudin, Atiah, Sujai, and Aziz. 2022. Niat Milenial Kota Serang Dalam Berwakaf Uang Melalui Platform Digital Endorsement Dimasa New Normal. Vol 7. No.2. November 2022. Banten: Syi'ar Iqtishadi-Journal of Islamic Economic, Finance and Banking
- Najmi, Nurun & Cupian. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. Bandung: Universitas Padjajaran
- Nawawi, Marliyah and Irham. 2021. *Potensi Wakaf Produktif Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Vol 2. No 1. Medan: Jurnal Islamic Circle
- Norman, Iskandar. 2022. Dikutip dari (<https://www.acehinfo.id/baitul-asyi-dan->

- kedermawanan-habib-bugak-bagi-jamaah-haji-aceh)
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2016. "Ilmu Perilaku Kesehatan Kesehatan." *PT. Rineke Cipta* 15.
- Nuralamah, S. 2017. "Strategi Penghimpunan (Fundraising) Dan Pengelolaan Wakaf Pada Yayasan Pendidikan Dan Sosial Islam (YAPSI) Darul'Amal-Sukabumi."
- Osei-Frimpong, Georgina Donkor & Nana Owusu-Frimpong (2019) Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention: An Emerging Market Perspective. [The Journal of Marketing Theory and Practice](https://doi.org/10.1080/10696679.2018.1534070) 27(1):103-121. DOI:[10.1080/10696679.2018.1534070](https://doi.org/10.1080/10696679.2018.1534070)
- Pavlou, Paul A. 2002. "What Drives Electronic Commerce? A Theory of Planned Behavior Perspective." *Academy of Management Proceedings* 2002(1):A1-6. doi: 10.5465/apb.2002.7517579.
- Rahmatia. (2004). *Kajian Teoritis dan Empiris Terhadap Pola dan Efisiensi. Konsumsi*. Makassar: Fakultas Ekonomi UNHAS
- Rigdon, Edward E., Marko Sarstedt, and Christian M. Ringle. 2017. "On Comparing Results from CB-SEM and PLS-SEM: Five Perspectives and Five Recommendations." *Marketing ZFP* 39(3):4-16. doi: 10.15358/0344-1369-2017-3-4.
- Rouibah, Kamel. 2008. "Social Usage of Instant Messaging by Individuals Outside the Workplace in Kuwait: A Structural Equation Model." *Information Technology and People* 21(1):34-68. doi: 10.1108/09593840810860324.
- Rotter, J. B. (1966). *Generalized Expectancies For Internal Versus External Control Of Reinforcement*. Psychological Monographs: General and Applied,80(1).<https://doi.org/10.1037/h0092976>
- Royan M, Frans. 2004. *Marketing Celebrities*. books.google.com.
- S, Azwar. 2013. "Teori Dan Pengukurannya." *Sikap Manusia*.
- Saifudin, Azwar. 2013. "Sikap Manusia: Teori Dan Pengukurannya." *Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Santosa, Ivan Rahmat. 2019. "Strategy for Optimizing Zakat Digitalization in Alleviation Poverty in the Era of Industrial Revolution 4.0." *Ikonomika* 4(1):35-52. doi: 10.24042/febi.v4i1.3942.
- Sekaran, U., and R. Bougie. 2018. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Vol. 26. books.google.com.
- Shimp, Terence A. 2004. "Advertising, Promotion and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communication." *Journal of Marketing Communications* 290(December):289-91.
- Shith, MSSPM, M. Safruddin, M. A. Rahim, and Nurussakinatul Fikriah Mohd Smith Putra. 2021. "Using the Theory of Planned Behavior and Religion to Assess Customers Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking Services in Malaysia." *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporer* 22(2):36-45.
- Siaputra, Hanjaya, and Enrico Isaac. 2020. "Pengaruh Attitude, Subjective Norm, Dan Perceived Behavior Control Terhadap Purchase Intention Makanan Sehat Di Crunchaus Surabaya." *Jurnal Manajemen Perhotelan* 6(1):9-18.

doi: 10.9744/jmp.6.1.9-18.

- Siregar, Sofiyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. opac.iainkediri.ac.id.
- Smith, Joanne R., and Andree McSweeney. 2007. "Charitable Giving: The Effectiveness of a Revised Theory of Planned Behaviour Model in Predicting Donating Intentions and Behaviour." *Journal of Community and Applied Social Psychology* 17(5):363–86. doi: 10.1002/casp.906.
- Steers, R.M dan Porter, L.W. 1983. *Motivation and Work Behavior*, New York: Academic Press.
- Sugiyono. 2016. "Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research, Dan Penelitian Evaluasi) Pengarang Prof Sugiyono." *Bandung: Alfabeta Cv* xiv, 806 hlm. : illus.; 24 cm.
- Sugiyono, D. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. digilib.unigres.ac.id.
- Sukrianto, M., L. Alfansi, R. Alwi, and ... 2021. "Moderating Effect of Ulama Endorsement on the Relationship between Trust in Zakat Institution and The Intention of Indonesian Millennial to Pay Zakat." ... *Journal of Social Sciences* ... 3(2):288–301. doi: 10.5281/zenodo.5646623.
- Sumarwan, Ujang (2002). *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Ghalia Indonesia. Stanton, J. William (2000). *Prinsip Pemasaran, Terjemahan*, Jakarta: Erlangga.
- Suliyanto. 2016. "Metode Penelitian Kuantitatif." *Universitas Peradaban Bumiayu* 6(2):1–39. doi: 10.20961/jmme.v6i2.10058.
- Taherdoost, Hamed. 2018. "A Review of Technology Acceptance and Adoption Models and Theories." *Procedia Manufacturing* 22:960–67. doi: 10.1016/j.promfg.2018.03.137.
- Till, B. D., and M. Busler. 2000. "The Match-up Hypothesis: Physical Attractiveness, Expertise, and the Role of Fit on Brand Attitude, Purchase Intent and Brand Beliefs." *Journal of Advertising*. doi: 10.1080/00913367.2000.10673613.
- Wawan, A & Dewi, M. (2011). *Teori Dan Pengukuran Pengetahuan Dan Sikap Perilaku Manusia: Dilengkapi Contoh Kuesioner*. Yogyakarta: Nuha Medika
- White, Katherine M., Joanne R. Smith, Deborah J. Terry, Jaimi H. Greenslade, and Blake M. McKimmie. 2009. "Social Influence in the Theory of Planned Behaviour: The Role of Descriptive, Injunctive, and in-Group Norms." *British Journal of Social Psychology* 48(1):135–58. doi: 10.1348/014466608X295207.
- Worldometer. 2023. *Indonesia Population*. Dikutip dari [https://www-worldometers-info](https://www.worldometers-info). Pada Hari Rabu Tanggal 17 Mei 2023. Pukul 05.00 WIB

Yusnita, R., & Abdi, M. (2018). Pengaruh Faktor Demografi terhadap Literasi Keuangan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(1), 163-184. <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v2i1.388>