

## WAKAF UANG: PENGARUH KOGNISI, RELIGIUSITAS, DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT BERWAKAF

Niswaton Hasanah dan Maha

[neezwahhasanah393@gmail.com](mailto:neezwahhasanah393@gmail.com)

Institut Agama Islam Qomaruddin Gresik

### ABSTRAK

Minat merupakan daya dorong yang kuat bagi seseorang untuk melakukan sesuatu agar tujuan atau cita-cita yang menjadi keinginannya dapat terwujud, termasuk dorongan orang untuk melakukan wakaf uang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh kognisi secara parsial terhadap minat berwakaf uang. (2) Pengaruh religiusitas secara parsial terhadap minat berwakaf uang. (3) Pengaruh persepsi kemudahan secara parsial terhadap minat berwakaf uang. (4) Pengaruh kognisi, religiusitas, dan persepsi kemudahan mempunyai secara simultan terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Probability Sampling* dengan teknik *Simple Random Sampling*. Analisis data yang digunakan berupa analisis kuantitatif yang meliputi: uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis (uji T dan uji F). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah kognisi (X1), religiusitas (X2), dan persepsi kemudahan (X3) dengan minat berwakaf uang (Y) sebagai variabel terikat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Variabel Kognisi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang sesuai dengan hasil uji T yang menunjukkan  $T_{hitung} (2,288) > T_{tabel} (1,98525)$ . (2) Variabel Religiusitas secara parsial memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap minat berwakaf uang sesuai dengan hasil uji T yang menunjukkan  $T_{hitung} (0,117) < T_{tabel} (1,98525)$ . (3) Variabel Persepsi kemudahan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang sesuai dengan hasil uji T yang menunjukkan  $T_{hitung} (5,968) > T_{tabel} (1,98525)$ . (4) Variabel Kognisi, Religiusitas, dan Persepsi Kemudahan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang sesuai dengan hasil uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} (21,541) > F_{tabel} (2,70)$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,402 yang berarti kognisi, religiusitas, dan persepsi kemudahan mempengaruhi minat Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik berwakaf uang sebesar 40,2% sedangkan sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Kognisi, Religiusitas, Persepsi Kemudahan, Minat Berwakaf Uang

### ABSTRACT

*Interest is a strong impetus for someone to do something so that the goals or ideals that become their desires can be realized, including the encouragement of people to do cash waqf. This study aims to determine (1) whether cognition partially affects the interest in cash waqf. (2) Does religiosity partially affect the interest in cash waqf? (3) Does the perception of ease partially affect the interest in cash waqf? (4) Do cognition, religiosity, and perception of convenience have a simultaneous influence on the interest in cash waqf in IAI Qomaruddin Gresik students. The sampling method in this study uses Probability Sampling with Simple*

*Random Sampling technique. Analysis of the data used in the form of quantitative analysis which includes: research instrument test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis testing (T test and F test). The independent variables in this study are cognition (X1), religiosity (X2), and perceived convenience (X3) with interest in cash waqf (Y) as the dependent variable.*

*The results of this study indicate that (1) the cognitive variable partially has a positive and significant effect on the interest in cash waqf according to the results of the T test which shows Tcount (2.288) > Ttable (1.98525). (2) The religiosity variable partially has a positive but not significant effect on the interest in cash waqf according to the results of the T test which shows Tcount (0.117) < Ttable (1.98525). (3) The perceived convenience variable partially has a positive and significant effect on the interest in cash waqf according to the results of the T test which shows Tcount (5.968) > Ttable (1.98525). (4) Variables Cognition, Religiosity, and Perception of Ease together have a positive and significant effect on the interest in cash waqf according to the results of the F test which shows that the value of Fcount (21.541) > Ftable (2.70). The value of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) is 0.402, which means that cognition, religiosity, and perceived ease affect the interest of IAI Qomaruddin Gresik students in cash waqf by 40.2% while the remaining 59.8% is influenced by other variables not discussed in this study.*

**Keywords:** *Cognition, Religiosity, Perception of Ease, Interest in Money Waqf*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Praktik wakaf uang sudah dimulai sejak abad ke-2 Hijriyah. Pada abad ke-15 Hijriyah, praktik wakaf tunai menjadi istilah yang tidak asing lagi di Turki. Selain itu, praktik wakaf tunai tidak lepas dari peran Prof. M.A. Mannan yang mempopulerkan wakaf tunai dengan mendirikan badan bernama SIBL (*Social Investment Bank Limited*) di Bangladesh. SIBL adalah platform komersial yang menggunakan campuran elemen sosial untuk menciptakan kekuatan modal di masyarakat serta solusi untuk berbagai masalah keuangan bagi masyarakat miskin di Bangladesh.<sup>1</sup>

Menurut Kementerian Agama, wakaf tunai adalah wakaf yang dilakukan oleh orang, kelompok atau lembaga dalam bentuk uang tunai yang juga termasuk surat berharga. Wakaf tunai memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan karena jangkauan dan pemanfaatannya jauh lebih mudah dan merata di tengah-tengah masyarakat dibandingkan dengan model wakaf tradisional seperti wakaf berupa tanah atau bangunan yang hanya dapat dilakukan oleh orang-orang yang tergolong mampu dan memiliki kelebihan aset.<sup>2</sup> Sebagaimana dalam Al-Qur'an juga terdapat ayat yang menganjurkan ibadah wakaf tersebut, salah satunya terdapat pada QS. Al-Baqarah Ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Jafril Khalil, "Social Investment Bank Limited (SIBL) di Bangladesh", Jurnal Al-Awqaf, Vol. 2 No. 2 (2009), 20.

<sup>2</sup> Haniah Lubis, "Potensi dan Strategi Pengembangan Wakaf Uang di Indonesia", Jurnal IBF, Vol. 1 No. 1, (April, 2020), 45.

<sup>3</sup> QS. Al-Baqarah (2): 267

Artinya: “Hai orang – orang yang beriman! Nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usaha kamu yang baik – baik, dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji.”.

Wakaf tunai dinilai memiliki *multiplier effect* yang lebih besar dibandingkan dengan wakaf tradisional. Sebagian besar umat Islam akan lebih mudah berkontribusi dalam pembangunan ekonomi umat melalui wakaf tunai. Melalui penghimpunan wakaf tunai, harta wakaf yang sebelumnya menganggur dan tidak produktif karena keterbatasan biaya pengelolaan dapat dikelola kembali sesuai dengan potensi ekonominya yang nantinya dapat menghasilkan keuntungan dan dapat digunakan untuk pembangunan ekonomi umat.

Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), per 31 Desember 2021, jumlah penduduk Indonesia tercatat sebanyak 273,32 juta jiwa, sedangkan jumlah penduduk muslim di Indonesia tercatat sebanyak 237,53 juta jiwa atau setara dengan 86,9% dari populasi tanah air.<sup>4</sup> Hal ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia serta berpotensi untuk melaksanakan peran wakaf dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat dan membantu pengentasan kemiskinan.<sup>5</sup>

Menurut catatan BWI, wakaf tunai yang terkumpul hingga tahun 2021 mencapai Rp. 819,36 miliar. Padahal potensi wakaf per tahun mencapai Rp. 180 triliun.<sup>6</sup> Sementara itu, hingga tahun 2021 jumlah nazir wakaf tunai di Indonesia mencapai 272 lembaga,<sup>7</sup> sedangkan jumlah LKS-PWU mencapai 27 bank syariah.<sup>8</sup> Berdasarkan asumsi Nafis, jika ada 1 juta umat Islam di Indonesia yang berdonasi Rp. 100.000 setiap bulan, pengumpulan dana wakaf sebesar Rp. 100 milyar setiap bulan atau Rp. 1,2 triliun setiap tahun. Jika 20 juta umat Islam wakaf, maka dana yang bisa dikumpulkan adalah Rp. 24 triliun setiap tahun. Dan jika 50 juta umat Islam berwakaf, maka setiap tahun akan terkumpul dana wakaf sebesar Rp. 60 triliun.<sup>9</sup>

Rendahnya penghimpunan wakaf uang di Indonesia dapat dipengaruhi oleh rendahnya minat masyarakat untuk melakukan wakaf uang. Minat masyarakat dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain kognisi, religiusitas, dan kemudahan yang dirasakan. Karena ketiga faktor tersebut erat kaitannya dengan faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu faktor internal yaitu kognisi/pengetahuan masyarakat tentang wakaf uang dan faktor eksternal yaitu kemudahan wakaf uang.

<sup>4</sup>Dimas Bayu, “Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam”, <https://dataindonesia.id/ragam/detail/sebanyak-869-penduduk-indonesia-beragama-islam> (Diakses pada 6 Mei 2022)

<sup>5</sup>Bashlul Hazami, “Peran dan Aplikasi Wakaf Dalam Mewujudkan Kesejahteraan Umat di Indonesia”, Jurnal Studi Keislaman, Vol. 16 No. 1, (Juni, 2016), 176.

<sup>6</sup> Fika Nurul Ulya, “Wakaf Uang yang Terkumpul Masih Minim, Ini Kata Badan Wakaf”, <https://money.kompas.com/read/2021/09/25/201800926/wakaf-uang-yang-terkumpul-masih-minim-ini-kata-badan-wakaf?page=all> (Diakses pada 6 Mei 2022)

<sup>7</sup> Badan Wakaf Indonesia (BWI), “Update! Daftar Nazhir Wakaf Uang Februari 2021”, <https://www.bwi.go.id/6065/2021/02/24/update-daftar-nazhir-wakaf-uang-februari-2021/> (Diakses pada 6 Mei 2022)

<sup>8</sup>Badan Wakaf Indonesia (BWI), “Update Daftar Lembaga Keuangan Syariah (LKS) Penerima Wakaf Uang (PWU) Oktober 2021”, <https://www.bwi.go.id/7391/2021/10/19/update-daftar-lembaga-keuangan-syariah-lks-penerima-wakaf-uang-pwu-oktober-2021/> (Diakses 6 Mei 2022)

<sup>9</sup> M. Cholil Nafis, “Wakaf Uang Untuk Jaminan Sosial”, Jurnal *Al-Awqaf*, Vol. 2 No. 2, (2009), 34.

Faktor pertama yang mempengaruhi minat adalah kognisi (pengetahuan). Pengetahuan adalah hasil mengetahui apa yang terjadi setelah seseorang merasakan suatu objek. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono yang menyatakan bahwa pengetahuan, pelayanan, dan lokasi merupakan faktor penting dalam menarik minat konsumen. Menurut Notoatmodjo, aspek kognitif merupakan faktor terpenting dalam membentuk tindakan.<sup>10</sup> Selain itu, Kotler juga mengemukakan pendapatnya bahwa kognisi/pengetahuan merupakan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi minat konsumen.<sup>11</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan tentang wakaf uang yang dimiliki oleh seseorang maka akan semakin meningkatkan minat seseorang tersebut untuk berwakaf uang.

Faktor kedua yang memengaruhi minat adalah religiusitas. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin tinggi pula kualitas akidah, akhlak, dan syariahnya.<sup>12</sup> Dalam bidang akidah, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka kualitas ibadah akan semakin meningkat. Dalam bidang akhlak, semakin tinggi tingkat religiusitasnya maka semakin meningkat pula cara seseorang berinteraksi dengan makhluk Allah. Dalam bidang syariah, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka ia akan melakukan transaksi yang dibenarkan dan menghindari hal-hal yang dilarang syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas maka akan meningkatkan minat seseorang terhadap wakaf uang.

Faktor ketiga yang memengaruhi minat adalah persepsi kemudahan. Hal ini sesuai dengan pendapat Davis dalam penelitian Venkatesh dan Davis F yang membuktikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap minat melalui dua jalur kausal, yaitu<sup>13</sup>: (1) pengaruh langsung terhadap minat menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dapat menjadi faktor penting untuk meningkatkan kemungkinan penerimaan pengguna, dan (2) pengaruh tidak langsung terhadap minat melalui manfaat yang dirasakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin seseorang merasakan kemudahan dalam melakukan wakaf uang maka hal tersebut dapat meningkatkan minat seseorang untuk berwakaf uang.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Cupian dan Najmi tentang “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung”. Ada 2 faktor yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap wakaf uang secara signifikan yakni pemahaman wakaf uang dan persepsi kemudahan berwakaf uang.<sup>14</sup> Dimana pemahaman disini mempunyai makna yang sama dengan kognisi yang juga akan diteliti dalam penelitian ini.

---

<sup>10</sup> Sokhikhatul Mawadah dan Fernaldi Anggadha Ratno, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol.8 No. 2 (2017), 145.

<sup>11</sup> Yuliana Siti Khotifah, “Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Program *Office Channeling*”, *Jurnal of Finance and Islamic Banking*, Vol. 1 No. 1 (Januari-Juni 2008), 68.

<sup>12</sup> Jalaludin, “*Psikologi Agama*” (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 15

<sup>13</sup> Viswanath Venkatesh dan Fred D. Davis, “*Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology.*” *MIS quarterly*, Vol. 27 No. 3, (1989), 325.

<sup>14</sup> Cupian dan Nurun Najmi, “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6 No. 2 (2020), 154.

Sejalan dengan tujuan dunia perkuliahan yang mengharapakan mahasiswanya tidak hanya paham dalam teori namun juga cakap dalam aplikasi, mahasiswa diharapkan mampu mengaplikasikan ilmu-ilmu tentang wakaf yang diperoleh dalam kajian ilmiah untuk pengembangan wakaf. Di Indonesia sendiri, komposisi penduduk hingga tahun 2021 didominasi oleh pemuda-pemudi atau biasa disebut Generasi Z yang dapat dikategorikan saat ini sebagai pelajar/mahasiswa. Sedangkan untuk komposisi penduduk lainnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Sumber: BPS (2021)

**Gambar 1.1**  
 Komposisi Penduduk

Ada pula konsep dalam pengembangan literasi wakaf di berbagai kalangan, salah satunya adalah wakafpreneur. Wakafpreneur dapat diartikan sebagai orang atau individu yang giat dalam melakukan kegiatan tentang wakaf. Wakafpreneur hadir sebagai sebuah kebutuhan umat Islam dalam upaya peningkatan literasi wakaf. Orang-orang yang disebut sebagai wakafpreneur adalah mereka yang giat mengajak orang-orang disekitarnya untuk ikut serta dan aktif dalam kegiatan perencanaan, pengelolaan, dan peningkatan pengetahuan tentang wakaf.<sup>15</sup>

Wakafpreneur juga harus bergerak di lingkungan kampus. Hal ini dikarenakan kampus adalah tempatnya pemuda-pemudi dalam mengasah kemampuan akademik dan softskill yang lebih tinggi dengan berbagai konsep pemikiran yang teoritis dan aplikatif sehingga upaya peningkatan sadar wakaf sangat berpotensi untuk tumbuh dan berkembang di lingkungan kampus. Hal ini dapat menjadi salah satu upaya pengembangan wakaf tunai di Indonesia begitu juga dengan pengembangan wakaf produktif.

Peneliti mengambil objek penelitian di Kampus IAI Qomaruddin Gresik karena IAI Qomaruddin Gresik merupakan salah satu kampus bernaungan pesantren yang ada di Gresik, dimana Gresik sendiri juga terkenal dengan julukannya sebagai “Kota Santri”. Penelitian ini mengambil sampel yang merupakan mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik. Fokus permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mengenai kognisi, religiusitas, dan persepsi kemudahan pada mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik terhadap minat mereka berwakaf uang.

## 1.2 Rumusan Masalah

Tinjauan singkat latar belakang masalah yang telah diuraikan, penulis merumuskan beberapa rumusan masalah yang akan dijadikan sebagai pedoman dalam penelitian, yaitu:

1. Apakah kognisi secara parsial berpengaruh terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik?
2. Apakah religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik?

<sup>15</sup> Munir Abdillah, “Wakafpreneur Upaya Meningkatkan Gerakan Mahasiswa Sadar Wakaf di Lingkungan Kampus”, <https://sharianews.com/posts/wakafpreneur-upaya-meningkatkan-gerakan-mahasiswa-sadar-wakaf-di-lingkungan-kampus> (Diakses pada 2 Juni 2022)

3. Apakah persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik?
4. Apakah kognisi, religiusitas, dan persepsi kemudahan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik?

### 1.3. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang sebelumnya telah mengkaji tentang wakaf tunai, diantaranya sebagai berikut:

Penelitian pertama dilakukan oleh Cupian dan Nurun Najmi dengan judul: “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung”. Variabel yang digunakan adalah pendapatan (X1), pendidikan (X2), pemahaman wakaf tunai (X3), persepsi kesejahteraan (X4), akses media informasi (X5), religiusitas (X6), aktivitas organisasi Islam (X7), persepsi kemudahan wakaf uang (X8) terhadap minat berwakaf uang (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap wakaf uang dipengaruhi secara signifikan oleh faktor internal yaitu pemahaman masyarakat terhadap wakaf uang dan faktor eksternal yaitu kemudahan berwakaf uang. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini terletak pada variabel terikat (Y) dan analisis data, dimana penelitian sebelumnya menggunakan persepsi masyarakat tentang wakaf uang sebagai variabel terikat (Y) dengan analisis regresi logistik, sedangkan penelitian ini menggunakan minat berwakaf uang sebagai variabel terikat (Y) dengan analisis regresi linear berganda.

Penelitian kedua dilakukan oleh M. Ash-Shiddiqy dengan judul: “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan, dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat untuk Berwakaf Uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY.”. Variabel yang digunakan adalah pendapatan (X1), religiusitas (X2), jarak lokasi (X3), tingkat pendidikan (X4), akses informasi (X5) terhadap minat wakaf uang (Y). Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh dengan model  $R^2$  *Mc Fadden*, dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat dalam membayar wakaf kepada lembaga dapat dijelaskan oleh variabel bebas dimana 82,4% motivasi berasal dari pendapatan, agama, jarak, pendidikan, dan akses ke informasi. Sisanya 17,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini terletak pada analisis datanya, dimana penelitian sebelumnya menggunakan analisis regresi probit, sedangkan penelitian saat ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Yuliana Ismawati dan M. Khoirul Anwar dengan judul: “Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Wakaf Uang Terhadap Minat Berwakaf Uang di Kota Surabaya”. Variabel yang digunakan adalah Persepsi Masyarakat (X1) terhadap minat berwakaf uang (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi masyarakat terhadap wakaf uang berpengaruh signifikan terhadap variabel minat berwakaf uang di Kota Surabaya. Sedangkan berdasarkan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel persepsi mempunyai pengaruh sebesar 36,9% terhadap variabel minat berwakaf uang. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini terletak pada analisis datanya, dimana penelitian sebelumnya menggunakan analisis statistik dan hubungan sebab akibat variabel, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

## 2. Landasan Teori

### 2.1. Minat

#### 2.1.1. Pengertian Minat

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.<sup>16</sup> Minat merupakan suatu atensi yang kuat serta mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap suatu kegiatan, sehingga hal tersebut mendorong seseorang untuk melakukan suatu kegiatan dengan kemauannya sendiri.<sup>17</sup> Minat dapat berupa aktivitas psikis yang muncul karena adanya perasaan (*afektif*) dan pikiran (*kognitif*) terhadap suatu barang atau jasa yang diinginkan.<sup>18</sup>

Jadi dapat dikatakan bahwa minat merupakan daya dorong yang kuat bagi seseorang untuk melakukan sesuatu agar tujuan atau cita-cita yang menjadi keinginannya dapat terwujud, termasuk dorongan orang untuk melakukan wakaf uang.

### 2.1.2. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat

Minat yang muncul dalam diri seseorang dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor dalam diri seseorang (faktor internal) maupun faktor yang berasal dari luar seseorang tersebut (faktor eksternal).

Menurut Cupian dan Najmi memaparkan bahwa minat berwakaf uang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: pendapatan, pendidikan, pemahaman, persepsi kesejahteraan, akses media informasi, religiusitas, keaktifan dalam organisasi Islam, persepsi kemudahan berwakaf uang.<sup>19</sup>

### 2.1.3. Indikator Minat

Terdapat suatu konsep dalam menggambarkan indikator minat beli konsumen yang dikenal dengan konsep AIDA, diantaranya<sup>20</sup>:

1. Perhatian (*attention*) yakni tahap awal seseorang dalam menilai dan mempelajari suatu produk/ jasa yang dibutuhkannya.
2. Ketertarikan (*interest*) yakni reaksi yang timbul setelah seseorang mendapatkan informasi yang lebih terperinci setelah mengamati produk/jasa.
3. Keinginan (*desire*) yakni hasrat yang kuat dari seseorang untuk mencoba/membeli suatu produk.
4. Tindakan (*action*) yakni pengambilan keputusan yang pasif atas penawaran yang dilakukan dengan cara membeli atau menggunakan suatu produk yang ditawarkan.

## 2.2. Wakaf Uang

### 2.2.1. Pengertian Wakaf Uang

Wakaf uang disebut juga dengan wakaf tunai. Dalam bahasa Inggris, kata *cash* memiliki beberapa arti, yaitu 1) uang; 2) tunai. Sedangkan secara bahasa *waqf* atau wakaf berarti mencegah atau menahan. Dengan demikian, jika diterjemahkan istilah wakaf uang sama dengan wakaf tunai, namun jika dilihat dari objek wakafnya adalah uang.

<sup>16</sup> KBBI, "Minat", <https://kbbi.web.id/minat> (Diakses pada 25 Januari 2022)

<sup>17</sup> Carlos Kambuaya, "Pengaruh motivasi, minat, kedisiplinan dan adaptasi diri terhadap prestasi belajar siswa peserta program afirmasi pendidikan menengah asal papua dan papua barat di kota bandung", *Social Work Jurnal*, Vol. 5 No. 2, (2015), 160.

<sup>18</sup> Sukanto dalam Muhammad Ash-Shiddiqy, "Pengaruh pendapatan, Religiusitas, Jarak lokasi, Tingkat pendidikan dan Akses informasi terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di badan wakaf uang/tunai MUI daerah istimewa yogyakarta", *Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, Vol. 2 No. 2, (2017), 250.

<sup>19</sup> Cupian dan Nurun Najmi, *Analisis Faktor-Faktor.....*, 154.

<sup>20</sup> Andrew Gustnest Binalay, dkk, "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado.", *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1 No. 4, (Maret, 2016), 398.

Wakaf uang adalah salah satu bentuk wakaf yang diserahkan oleh seorang wakif kepada nadzir dalam bentuk uang tunai.<sup>21</sup> Wakaf tunai adalah wakaf berupa uang yang kemudian dikelola oleh nadzir secara produktif, yang hasilnya akan digunakan untuk *mauquf 'alaih*. Dengan demikian, uang yang dihibahkan tidak boleh langsung diberikan kepada *mauquf 'alaih*, tetapi harus diinvestasikan terlebih dahulu oleh nadzir, baru kemudian hasil investasinya diberikan kepada *mauquf 'alaih*.

### 2.2.2. Dasar Hukum Wakaf Uang

#### ▪ Al-Qur'an

Dalam Al-Qur'an tidak ada ayat yang secara tegas menyebutkan atau mewajibkan adanya wakaf secara umum atau wakaf tunai pada khususnya. Namun, ada beberapa ayat yang memberikan petunjuk dan sampai saat ini dijadikan landasan hukum wakaf, baik wakaf langsung maupun wakaf produktif. Salah satu ayat tersebut tertulis dalam QS. Ali-Imran berikut.

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ<sup>22</sup>

Artinya: “Kalian sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kalian menafkahkan sebagian harta yang kalian cintai. Dan apa saja yang kalian nafkahkan maka sesungguhnya Allah mengetahuinya.”

Dalam ayat di atas, wakaf tidak disebutkan secara eksplisit. Ayat tersebut menggunakan kata nafkah/menafkahkan (*anfiqū/tunfiqū*). Nafkah sendiri memiliki arti yang luas, biasanya diartikan sebagai sedekah. Dalam hal ini nafkah dalam ayat di atas juga dapat diartikan sebagai wakaf. Imam Al-Qurtubi menafsirkan QS. Ali-Imran ayat 92 sebagai petunjuk kesempurnaan amal melalui infaq harta yang dicintai (wakaf).

#### ▪ Sunnah

Sedangkan hadits yang dapat dijadikan dasar wakaf adalah sebagai berikut:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَنْهُ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثَةٍ؛ إِلَّا مِنْ صَدَقَةٍ جَارِيَةٍ، أَوْ عِلْمٍ يُنْتَفَعُ بِهِ، أَوْ وَالدِّ صَالِحٍ يَدْعُو لَهُ (رواه مسلم)

Artinya: “Dari Abu Hurairah, bahwa Rasulullah saw bersabda: Apabila salah seorang manusia meninggal dunia, maka terputuslah segala amalannya kecuali tiga perkara; *ṣadaqah jāriyah*, ilmu yang bermanfaat baginya dan anak saleh yang selalu mendoakannya.” (HR. Muslim)

Sebagian besar ulama menafsirkan *ṣadaqah jāriyah* dalam hadis tersebut sebagai ulasan mengenai wakaf.<sup>23</sup> Karena sifat *ṣadaqah jāriyah* dengan sifat wakaf merupakan dua hal yang serupa. Sehingga wakaf dapat dikiasakan sebagai *ṣadaqah jāriyah* yang disebutkan dalam hadis tersebut.

#### ▪ Peraturan Perundang-undangan

Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa tentang wakaf uang pada tanggal 11 Mei 2002 sebagai berikut:

- Wakaf uang (*cash wakaf / waqf al-nuqud*), adalah wakaf yang dilakukan oleh orang, sekelompok, atau badan hukum dalam bentuk wakaf tunai.
- Yang termasuk dalam pengertian uang adalah surat berharga.
- Wakaf uang hukumnya *jawaz* (boleh)

<sup>21</sup> Sudirman Hasan, *Wakaf Uang perspektif .....*, hlm. 21

<sup>22</sup> QS. Ali-Imran (3): 92

<sup>23</sup> Lembaga Fatwa Mesir (Mesir: 2015)



- d) Wakaf uang hanya boleh disalurkan dan digunakan untuk hal-hal yang diperbolehkan secara syar'i.
- e) Nilai pokok wakaf yang harus dijamin kelestariannya, tidak boleh dijual, dihibahkan, atau diwariskan.

Fatwa MUI tersebut kemudian diperkuat dengan UU No. 41 Tahun 2004 tentang perwakafan. Undang-undang tersebut menjelaskan bahwa wakaf tidak hanya berupa benda tidak bergerak, tetapi juga dapat berupa benda bergerak seperti uang. Undang-undang tersebut juga mengatur kebijakan perwakafan di Indonesia, mulai dari pembentukan nadzir hingga pengelolaan harta benda wakaf.<sup>24</sup> Selain itu, beberapa peraturan perundang-undangan yang mengatur masalah wakaf uang di Indonesia, antara lain sebagai berikut:

- a) Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2009 tentang Penyelenggaraan Pendaftaran Wakaf Uang.
- b) Peraturan BWI Nomor 01 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengelolaan dan Pengembangan Barang Wakaf Bergerak yang Berbentuk Uang.<sup>25</sup>
- c) Inpres No. 1 Tahun 1991 Tentang Kompilasi Hukum Islam (KHI).

### 2.2.3. Hukum Berwakaf dengan Uang

Para ulama berbeda pandangan tentang hukum wakaf dengan uang. Perbedaannya terletak pada perlunya prinsip abadi wakaf. Sebagian ulama berpendapat bahwa hal ini tidak ada dalam wakaf tunai karena jika uang tersebut digunakan, maka benda (uang) tersebut akan hilang.

Menurut pendapat yang membolehkan wakaf tunai, wakaf dengan menggunakan uang dapat mempertahankan bentuk materinya jika digunakan atau diinvestasikan dalam bentuk materi yang sama dengan uang. Dengan mengubah bentuk materi, dimungkinkan untuk mempertahankan bentuk materi (uang). Hal ini menunjukkan prinsip kekekalan harta dalam wakaf tunai.<sup>26</sup>

Al-Ansari berkata, "Wakaf Dinar hanya bermanfaat bila zat uangnya habis (hilang bila digunakan) dan tidak ada gunanya kecuali jika benda (uang) itu hilang." Yang penting dengan lenyapnya substansi fisik uang, keuntungan dari uang tersebut akan terwujud. Dengan kata lain, bahkan jika substansinya hilang secara fisik, nilai uang yang disumbangkan akan bertahan selamanya. Berbeda dengan wakaf selain uang yang secara fisik masih utuh pada saat digunakan.<sup>27</sup>

## 2.3. Kognisi

### 2.3.1. Pengertian Kognisi

Istilah kognisi berasal dari bahasa Latin *cognoscere* yang artinya mengetahui. Kognisi adalah suatu proses yang dilakukan oleh manusia untuk memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan itu melalui kegiatan seperti mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, membayangkan, dan berbicara.<sup>28</sup>

<sup>24</sup> Fahmi Medias, "Wakaf Produktif Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *La\_Riba* Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 4 No. 1, (Juli, 2010), 82.

<sup>25</sup> Badan Wakaf Indonesia (BWI), "Hukum Wakaf Uang", <https://www.bwi.or.id> (Diakses pada 20 April 2022)

<sup>26</sup> Ahmad Furqon, "Praktek Perwakafan Uang di Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU)" (IAIN Walisongo Semarang, 2010), hlm. 16

<sup>27</sup> Badan Wakaf Indonesia (BWI), <https://www.bwi.go.id/in/publikasi/artikel/815-wakaf-uang-perspektifhukum-dan-ekonomi-islam.html> (Diakses pada 20 April 2022)

<sup>28</sup> Andika Pratama, "Perkembangan Kognisi, Proses dan Fungsi", <https://ilmusaku.com/kognisi-adalah-perkembangan-kognisi-proses-dan-gejala/amp/>, (Diakses pada 24 April 2022)

Selain itu, beberapa ahli memiliki pendapat yang berbeda dalam memaknai makna kognisi, seperti beberapa pendapat para ahli berikut ini<sup>29</sup>:

- Menurut **Salso**, kognisi berkaitan dengan bagaimana kita memperhatikan dan memperoleh informasi, bagaimana informasi disimpan dan diproses di otak, dan bagaimana otak kita memecahkan suatu masalah.
- Menurut **Naisser**, kognisi adalah kegiatan manusia untuk mengetahui, memperoleh, mengorganisasikan, dan menggunakan pengetahuan.
- Menurut **Myers**, kognisi adalah semua aktivitas mental yang berkaitan dengan berpikir, memahami, dan mengingat.
- Menurut **Drever**, kognisi adalah istilah yang mencakup semua model pemahaman. Istilah-istilah tersebut adalah persepsi, imajinasi, penangkapan makna, penilaian, dan proses penalaran.
- Menurut **Margaret W. Matlin**, kognisi adalah aktivitas mental yang melibatkan pencarian, perolehan, penyimpanan, dan penggunaan pengetahuan.

Dalil mengenai ilmu pengetahuan dan kewajiban menuntut ilmu tertera dalam banyak ayat Al-Qur'an, salah satunya tertuang pada QS. At-Taubah Ayat 122:

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ<sup>30</sup>

Artinya: “Dan tidak sepatutnya bagi mukminin itu pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa tidak pergi dari tiap-tiap golongan di antara mereka beberapa orang untuk memperdalam pengetahuan mereka tentang agama dan untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali kepadanya, supaya mereka itu dapat menjaga dirinya.” (QS. At-Taubah [9]: 122).

### 2.3.2. Jenis Kognisi

Sudijono berpendapat bahwa domain kognitif terdiri dari 6 jenis perilaku, yaitu<sup>31</sup>:

#### 1) Pengetahuan (*knowledge*)

Yaitu kemampuan seseorang untuk mengingat atau mengenali nama, istilah, gagasan, gejala, rumus dan sebagainya tanpa kemampuan untuk menggunakannya. Dengan indikator berupa mampu menyatakan kembali apa yang telah dipelajari dari guru, buku, dan sumber lain sebagai aslinya tanpa melakukan perubahan.

#### 2) Pemahaman (*comprehension*)

Yaitu kemampuan seseorang untuk memahami atau mengerti setelah mempelajari sesuatu. Dengan indikator berupa mampu mengolah dari bentuk aslinya tanpa mengubah arti kata, istilah, tulisan, grafik, tabel, gambar, dan foto.

#### 3) Penerapan atau aplikasi (*application*)

Yaitu kemampuan seseorang untuk menerapkan atau menerapkan ide-ide umum, prosedur, metode, prinsip, rumus, teori, dan sebagainya dalam situasi baru dan nyata. Dengan indikator berupa mampu menggunakan informasi, konsep, prosedur, prinsip, hukum, dan teori yang telah dipelajari untuk sesuatu yang baru atau belum dipelajari.

#### 4) Analisis (*analysis*)

<sup>29</sup> Guru IPS, “Pengertian Kognisi, Ciri, Jenis, dan Contohnya”, <https://ipsterpadu.com/kognisi/>, (Diakses pada 2 Juni 2022)

<sup>30</sup> QS. At-Taubah (9): 122

<sup>31</sup> Anas Sudijono, “Pengantar Statistik Pendidikan”, (Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada, 2015), hlm. 62

Yaitu kemampuan seseorang untuk menggambarkan atau merinci suatu materi dan memahami hubungan antara satu bagian dengan bagian lainnya. Dengan indikator berupa mampu menggunakan keterampilan yang telah dipelajarinya atas informasi yang belum diketahuinya dalam mengklasifikasikan informasi.

5) Sintesis (*synthesis*)

Yaitu kemampuan berpikir logis dengan menggabungkan bagian-bagian sehingga membentuk pola yang terstruktur atau membentuk pola baru. Dengan indikatornya berupa mampu menciptakan sesuatu yang baru dari yang sudah ada sehingga hasilnya merupakan satu kesatuan yang utuh dan berbeda dari komponen-komponen yang digunakan untuk membentuknya.

6) Penilaian atau evaluasi (*Evaluation*)

Artinya, kemampuan seseorang untuk membuat penilaian tentang situasi, nilai, atau ide dengan memutuskan pilihan terbaik menurut kriteria yang ada. Dengan indikator berupa mampu menentukan nilai suatu objek atau informasi berdasarkan suatu kriteria.

### 2.3.3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kognisi

Beberapa faktor yang memengaruhi kognisi (pengetahuan), yaitu<sup>32</sup>:

1) Umur

Bertambahnya usia seseorang menyebabkan terjadinya perubahan pada aspek fisik dan psikis. Pertumbuhan fisik mengakibatkan perubahan baik aspek ukuran maupun proporsi yang terjadi akibat pematangan fungsi organ. Sedangkan pada aspek psikis (mental) terjadi perubahan dari segi tingkat berpikir seseorang yang semakin dewasa dan matang.

2) Tingkat pendidikan

Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin mudah menerima informasi dan menambah pengetahuannya. Sebaliknya jika seseorang memiliki tingkat pendidikan yang rendah akan menghambat perkembangan sikap seseorang terhadap penerimaan, informasi, dan nilai-nilai yang baru diperkenalkan.<sup>33</sup>

3) Pekerjaan

Lingkungan kerja dapat membuat seseorang memperoleh pengalaman dan pengetahuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Semakin lama seseorang bekerja maka semakin banyak pula ilmu yang didapatnya.

4) Sumber informasi

Informasi yang diperoleh dari pendidikan formal dan nonformal dapat memberikan efek jangka pendek yang mengakibatkan peningkatan pengetahuan atau bahkan perubahan. Adanya informasi baru tentang suatu hal memberikan landasan kognitif baru bagi pembentukan pengetahuan tentangnya.

## 2.4. Religiusitas

### 2.4.1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas ialah melakukan suatu perbuatan ibadah yang dilandasi dengan keikhlasan, ketulusan, kepasrahan diri, kerendahan diri, dan mengharap rahmat serta ridhonya yang dilakukan secara berulang-ulang (*istiqomah*), konsisten, dan tanpa adanya suatu keterpaksaan dari orang lain.

<sup>32</sup> Wahit Iqbal Mubarak, "Promosi Kesehatan sebuah pengantar proses belajar mengajar dalam pendidikan", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), hlm. 53

<sup>33</sup> Soerjono Soekanto, "Sosiologi Suatu Pengantar", (Jakarta: Rajawali Pers, 2002), hlm. 78

Religiusitas diidentikkan dengan keberagaman dan kerukunan dalam menjalankan ibadah dalam agama yang dianutnya. Religiusitas muncul karena cara pandang pikiran seseorang terhadap agamanya dan bagaimana individu tersebut menggunakan kepercayaan atau agamanya dalam kehidupan sehari-hari.

Ancok dan Suroso mengungkapkan bahwa religiusitas adalah keragaman yang artinya mencakup berbagai aspek atau dimensi yang tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (ibadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuasaan Allah.<sup>34</sup> Sumber jiwa religius itu adalah rasa ketergantungan mutlak, adanya ketakutan akan larangan, dan keyakinan individu tentang segala keterbatasan dan kelemahannya.

Dalam Islam, umat Islam diminta untuk beragama secara penuh, maksudnya disini adalah tidak setengah-setengah baik dalam meyakini maupun mengamalkan ajaran agama Islam. Hal ini sebagaimana tercantum dalam QS. Al-Baqarah Ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ<sup>35</sup>

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam secara keseluruhannya, dan janganlah kamu turut langkah-langkah setan. Sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu.” (QS. Al-Baqarah [2]: 208).

#### 2.4.2. Dimensi Religiusitas

Menurut CY Glock dan R. Stark dalam Ancok membagi dimensi atau aspek religiusitas menjadi 5 aspek, yaitu<sup>36</sup>:

##### 1) *Religious Belief (The Ideological Dimension)*

*Religious Belief (The Ideological Dimension)* atau dimensi keyakinan adalah sejauh mana seseorang menerima hal-hal dogmatis dalam agamanya. Dimensi keyakinan dalam Islam diwujudkan dalam pengakuan (syahadat) yang diwujudkan dengan membaca dua kalimat syahadat. Dengan indikatornya antara lain:

- a) Percaya kepada Allah
- b) Pasrah pada Allah
- c) Percaya kepada Malaikat, Rasul, dan Kitab suci.
- d) Percaya akan takdir Allah

##### 2) *Religious Practice (The Ritual Dimension)*

*Religious Practice (The Ritual Dimension)* yaitu sejauh mana seseorang melakukan kewajiban ritual dalam agamanya. Dimensi amalan dalam Islam dapat dilakukan dengan melaksanakan shalat, puasa, zakat, haji, atau amalan muamalah lainnya. Dengan indikatornya antara lain:

- a) Selalu menjalankan sholat lima waktu dengan tertib
- b) Membaca Al-Qur'an
- c) Melakukan puasa dan sholat sunnah sesuai ajaran rasul.
- d) Melakukan kegiatan keagamaan seperti mendengarkan pengajian, berdakwah, beramal, dan bersedekah.

##### 3) *Religious Feeling (The Experiential Dimension)*

<sup>34</sup> Djamaluddin Ancok & Fuad Nashori Suroso, “Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi”, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1995), hlm. 73

<sup>35</sup> QS. Al-Baqarah (2): 208

<sup>36</sup> Djamaluddin Ancok & Fuad Nashori Suroso, “Psikologi Islami: Solusi.....”, hlm. 77-78

*Religious Feeling (The Experiential Dimension)* atau dimensi pengalaman, adalah perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Dalam Islam dimensi ini dapat diwujudkan dalam perasaan kedekatan dengan Allah. Dengan indikatornya antara lain:

- a) Sabar dalam menghadapi cobaan
- b) Selalu bersyukur kepada Allah
- c) Mengambil hikmah dari setiap kegagalan (tawakkal)
- d) Takut ketika melanggar larangan Allah

4) *Religious Knowledge (The Intellectual Dimension)*

*Religious Knowledge (The Intellectual Dimension)* atau dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menjelaskan sejauh mana seseorang mengetahui ajaran agamanya, terutama yang ada di kitab sucinya. Dimensi ini dalam Islam mengacu pada tingkat pengetahuan dan pemahaman umat Islam tentang ajaran Islam, terutama mengenai ajaran utama Islam seperti yang terkandung dalam Al-Qur'an. Dengan indikatornya antara lain:

- a) Mengetahui agama Islam dengan membaca kitab suci (Al-Qur'an)
- b) Mendalami agama Islam dengan membaca Hadits
- c) Membaca buku-buku literatur tentang agama Islam
- d) Memahami perintah dan larangan dari Allah

5) *Religious Effect (The Consequential Dimension)*

*Religious effect (the consequential dimension)* yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran agamanya dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan indikatornya antara lain:

- a) Suka menolong
- b) Berlaku jujur dan pemaaf
- c) Menjaga amanat
- d) Bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukan

### 2.4.3. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Religiusitas

Thouless membedakan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap beragama menjadi 4 macam, yaitu<sup>37</sup>:

1) Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan agama, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan.

2) Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman keindahan, konflik moral, dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor-faktor tersebut umumnya berupa pengalaman spiritual yang dapat dengan cepat mempengaruhi perilaku individu.

3) Faktor kehidupan

Faktor ini secara garis besar dapat dikategorikan menjadi empat, yaitu:

- a) Kebutuhan akan keamanan atau rasa aman
- b) Kebutuhan akan cinta dan kasih sayang
- c) Kebutuhan akan harga diri
- d) Kebutuhan yang timbul dari ancaman kematian.

4) Faktor intelektual

---

<sup>37</sup> Thouless, R. H, "An introduction to the psychology of religion", (CUP Archive, 1971), hlm. 34

Faktor ini berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi dan sejauh mana pengetahuan seseorang tentang ajaran agamanya, terutama yang ada di kitab suci.

## 2.5. Persepsi Kemudahan

### 2.5.1. Pengertian Persepsi

Menurut Webster seperti dikutip Sutisna yang menyatakan bahwa persepsi adalah proses bagaimana rangsangan dipilih, diorganisasikan, dan diinterpretasikan. Persepsi seorang konsumen akan dipengaruhi oleh berbagai rangsangan yang diterimanya dan karakteristik yang dimilikinya. Stimulus dalam bentuk apapun dari komunikasi fisik atau verbal dapat mempengaruhi respon individu. Salah satu rangsangan penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya). Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda, oleh karena itu persepsi memiliki sifat subjektif.<sup>38</sup>

### 2.5.2. Pengertian Persepsi Kemudahan

*Perception of Ease of Use (PEOU)* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi membutuhkan sedikit usaha. Artinya tanpa kesulitan atau tidak memerlukan usaha yang besar saat menggunakan teknologi tersebut. Dengan demikian persepsi kemudahan penggunaan teknologi ini mengacu pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang digunakan tidak memerlukan usaha yang besar selama pengoperasiannya.<sup>39</sup>

Dalam Islam, persepsi/prasangka dibagi menjadi 2 yaitu persepsi baik (*husnudzon*) dan persepsi buruk (*suudzon*). Adapun dalil yang menjelaskan tentang persepsi/prasangka terdapat dalam QS. Al-Hujurat Ayat 12:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُم بَعْضًا<sup>40</sup>

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain.” (QS. Al-Hujurat [49]: 12).

### 2.5.3. Indikator Persepsi Kemudahan

Beberapa indikator persepsi kemudahan menurut Davis dan Venkatesh adalah sebagai berikut<sup>41</sup>:

- Sistem jelas dan mudah dimengerti
- Tidak perlu banyak usaha untuk menggunakan sistem
- Sistem yang mudah digunakan
- Sistem dapat digunakan sesuai keinginan pengguna

## 3. Kerangka Teori

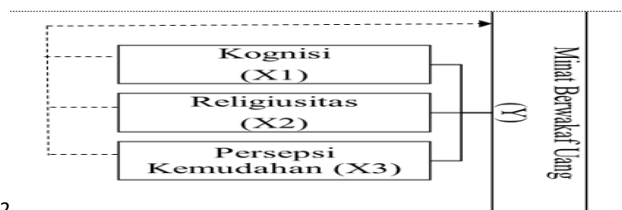
Kerangka teori untuk menggambarkan tingkat kognisi, religiusitas, persepsi kemudahan, dan minat berwakaf uang yang dapat dilihat pada gambar berikut:

<sup>38</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 68

<sup>39</sup> Martina Monisa, “Persepsi Kemudahan dan Kegunaan OPAC Perpustakaan Unair”, <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-Jurnal%20Martina.pdf> (Diakses pada 26 Maret 2022)

<sup>40</sup> QS. Al-Hujurat (49): 12

<sup>41</sup> Viswanath Venkatesh dan Fred D. Davis, “Perceived usefulness.....”, 329.



Sumber: Hasil Penelitian 2022

Ket:

- > Pengaruh Parsial
- - - - -> Pengaruh Simultan

#### 4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau ringkasan kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka.<sup>42</sup> Berdasarkan tujuan penelitian, maka hipotesis yang dapat dibuat sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Kognisi berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik berwakaf uang.

H<sub>2</sub>: Religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik berwakaf uang.

H<sub>3</sub>: Persepsi kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik berwakaf uang.

H<sub>4</sub>: Kognisi, Religiusitas, dan Persepsi kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap minat mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik berwakaf uang.

#### 5. Metodologi Penelitian

##### 5.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kec. Bungah, Kab. Gresik tepatnya di Kampus IAI Qomaruddin Gresik. Pemilihan lokasi dilakukan dengan dasar pertimbangan bahwa objek yang akan diteliti merupakan mahasiswa. Waktu penelitian ini berkisar antara Februari 2022 – Juni 2022.

##### 5.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, yaitu metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.<sup>43</sup> Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis variabel kognisi, religiusitas, dan persepsi kemudahan terhadap minat berwakaf uang.

##### 5.3. Teknik Pengambilan Sampel

###### 5.3.1. Populasi

Populasi yang menjadi objek penelitian ini adalah semua Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik tahun ajaran 2021/2022 yang terdiri dari 3 fakultas, yaitu: Fakultas Tarbiyah (476 mahasiswa), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (246 mahasiswa), dan Fakultas Syariah (70 mahasiswa). Jika ditotal secara keseluruhan, maka jumlah mahasiswa dari 3 fakultas tersebut berjumlah 792 mahasiswa.

###### 5.3.2. Sampel

Teknik *Sampling* (pengambilan sampel) dalam penelitian ini dengan menggunakan *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan pengambilan

<sup>42</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi*, (Depok: Rajawali Pers, 2014), hlm. 63

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D Edisi Ke-3*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm.23

anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam suatu populasi, dimana anggota populasi dianggap homogen.<sup>44</sup>

Perhitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dikarenakan jumlah populasinya diketahui. Adapun rumus slovin yang digunakan adalah<sup>45</sup> sebanyak 89 responden. Namun untuk memaksimalkan keakuratan data, maka peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden.

### 5.3.3. Sumber Data

#### 5.3.3.1. Data Primer

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang berupa angket atau kuisisioner yang disebarakan secara langsung kepada 100 responden penelitian.

#### 5.3.3.2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang didapat melalui studi literatur dari beberapa jurnal online serta website Badan Wakaf Indonesia (BWI) dan Badan Pusat Statistik (BPS).

### 5.3.4. Teknik Pengumpulan Data

#### 5.3.4.1. Observasi

Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*. Sedangkan dari segi instrumentasi yang digunakan, observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur.<sup>46</sup>

#### 5.3.4.2. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas dan merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.<sup>47</sup>

#### 5.3.4.3. Dokumentasi

Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan kuisisioner dalam penelitian kuantitatif. Hasil penelitian dari observasi atau kuisisioner akan lebih kredibel/dapat dipercaya jika didukung oleh teori-teori yang sebelumnya telah ada.

### 5.3.5. Teknik Pengukuran Data

Secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah teknik *Skala Likert*. *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.<sup>48</sup>

### 5.3.6. Definisi Operasional Variabel

Peneliti mengemukakan definisi operasional variabel agar memudahkan pembaca dalam memahami variabel yang terkait.

**Tabel 3.1**  
Operasional Variabel

No.	Konsep	Rincian	Indikator
-----	--------	---------	-----------

<sup>44</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*....., hlm.140

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*....., hlm.149

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*....., hlm.229

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*....., hlm.225

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*....., hlm.158



Variabel			
1.	Wakaf Uang (X)	Kognisi (X1)	1. Mengetahui 2. Memahami 3. Mengaplikasikan 4. Menganalisis 5. Menggabungkan 6. Mengevaluasi
		Religiusitas (X2)	1. Meyakini <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Percaya kepada Allah</li> <li>b. Pasrah pada Allah</li> <li>c. Percaya kepada Malaikat, Rasul, dan Kitab suci.</li> <li>d. Percaya akan takdir Allah</li> </ul> 2. Melaksanakan <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Selalu menjalankan sholat lima waktu dengan tertib</li> <li>b. Membaca Al-Qur'an</li> <li>c. Melakukan puasa dan sholat sunnah sesuai ajaran rasul.</li> <li>d. Melakukan kegiatan keagamaan seperti mendengarkan pengajian, berdakwah, beramal, dan bersedekah.</li> </ul> 3. Merasakan <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Sabar dalam menghadapi cobaan</li> <li>b. Selalu bersyukur kepada Allah</li> <li>c. Mengambil hikmah dari setiap kegagalan (tawakkal)</li> <li>d. Takut ketika melanggar larangan Allah</li> </ul> 4. Mengetahui <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mengetahui agama Islam dengan membaca kitab suci (Al-Qur'an)</li> <li>b. Mendalami agama Islam dengan membaca Hadits</li> <li>c. Membaca buku-buku literatur tentang agama Islam</li> <li>d. Memahami perintah dan larangan dari Allah</li> </ul> 5. Memengaruhi <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Suka menolong</li> <li>b. Berlaku jujur dan pemaaf</li> <li>c. Menjaga amanat</li> <li>d. Bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukan</li> </ul>

		Persepsi Kemudahan (X3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistem jelas dan mudah dimengerti</li> <li>2. Tidak perlu banyak usaha untuk menggunakan sistem</li> <li>3. Sistem yang mudah digunakan</li> <li>4. Sistem dapat digunakan sesuai keinginan pengguna</li> </ol>
2.	Minat Berwakaf Uang (Y)		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perhatian (<i>attention</i>)</li> <li>2. Ketertarikan (<i>interest</i>)</li> <li>3. Keinginan (<i>desire</i>)</li> <li>4. Tindakan (<i>action</i>)</li> </ol>

### 5.3.7. Teknik Analisis Data

#### 5.3.7.1. Uji Instrumen Penelitian

##### 5.3.7.1.1. Uji Validitas

Validitas adalah mengukur keakuratan instrumen. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana ketelitian dan kecermatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsinya.<sup>49</sup>

Validitas instrumen diuji dengan menggunakan korelasi nilai poin dengan nilai total *Product Moment Person*. Analisis dilakukan pada semua poin instrumen dan kriteria pengujian dilakukan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf = 5% atau 0,05 sebagai berikut<sup>50</sup>:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka poin instrumen dianggap valid.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka poin instrumen dianggap tidak valid, sehingga hasil instrumen tidak dapat digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian.

##### 5.3.7.1.2. Uji Reliabilitas

Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui stabilitas alat ukur ketika digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda namun hasilnya tetap sama.<sup>51</sup>

Adapun dasar pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas (reliabel) adalah sebagai berikut<sup>52</sup>:

- Jika suatu variabel memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60; maka variabel tersebut dikatakan reliabel.
- Jika suatu variabel memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) < 0,60; maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

#### 5.3.7.2. Uji Asumsi Klasik

##### 5.3.7.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu uji yang berfungsi menilai suatu model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya (independen dan dependen) memiliki

<sup>49</sup> Etta Mamang S dan Sopiah, "Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian", (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2010), hlm. 248

<sup>50</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9", (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hlm. 51-52

<sup>51</sup> Etta Mamang S & Sopiah, *Metodologi Penelitian Pendekatan.....*, hlm. 252

<sup>52</sup> V. Wiratna Sujarweni, "SPSS untuk Penelitian", (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), hlm. 193

distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data menggunakan *kolmogorov smirnov test*, dengan membandingkan *Asymptotic Significance*<sup>53</sup>:

- Jika probabilitas  $< 0,05$  atau ( $p < \alpha$ ), artinya data *signifikan berbeda* dengan kurva normal sehingga data disebut data yang **tidak normal** distribusinya.
- Jika probabilitas  $> 0,05$  atau ( $p > \alpha$ ), artinya data *tidak signifikan* (tidak ada perbedaan antara data dengan kurva normal) yang berarti data tersebut mengikuti distribusi **normal**.

#### 5.3.7.2.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (independent) dalam sebuah model regresi berganda. Pengujian ini dapat diketahui dengan melihat nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Kriteria pengambilan keputusan terkait uji multikolinearitas adalah sebagai berikut<sup>54</sup>:

- Jika nilai VIF  $\leq 10$  atau nilai *Tolerance*  $\geq 0,01$ ; maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.
- Jika nilai VIF  $\geq 10$  atau nilai *Tolerance*  $\leq 0,01$ ; maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.
- Jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas  $> 0,8$  maka terjadi multikolinearitas. Tetapi jika koefisien korelasi masing-masing variabel bebas  $< 0,8$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

#### 5.3.7.2.3. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas. Namun, jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dasar analisis pengujian heteroskedastisitas adalah melihat pada tabel ANOVA dengan ketentuan<sup>55</sup>:

- Jika Sig.  $< \alpha$  (0,05) maka terdapat gejala heteroskedastisitas.
- Jika Sig.  $> \alpha$  (0,05) maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian (homoskedastisitas).

#### 5.3.7.3. Uji Regresi

Rumus persamaan **regresi linear berganda** digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Regresi linear berganda didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal beberapa variabel independen dengan satu variabel dependen. Tujuan digunakannya rumus ini untuk memperkirakan besaran nilai variabel dependen yang dipengaruhi oleh beberapa variabel independen. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut<sup>56</sup>:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + e$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel dependen.

$a$  = Nilai konstanta atau intersep (Nilai  $Y$  apabila  $X = 0$ )

$b$  = Koefisien regresi, bila (+) arah garis naik dan bila (-) arah garis turun.

$X$  = Variabel independen.

$e$  = Faktor pengganggu (*error term*).

<sup>53</sup> Yu Hongliang, et al. "Understanding user behaviour in large-scale video-on-demand systems", *Innovation together: Microsoft Research Asia academic research collaboration*, (2008), 138.

<sup>54</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete.....*, hlm. 108

<sup>55</sup> Anwar Hidayat, "Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser", <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html> (Diakses pada 18 Mei 2022)

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis.....*, hlm. 305

#### 5.3.7.4. Uji Hipotesis

##### 5.3.7.4.1. Uji T

Adapun dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut<sup>57</sup>:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi  $< 0,05$ ; maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, variabel bebas Kognisi/Religiusitas/Persepsi Kemudahan memengaruhi variabel terikat minat berwakaf uang (untuk tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ).
- 2) Apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$ ; maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya, variabel bebas Kognisi/Religiusitas/Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat minat berwakaf uang (untuk tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ ).
- 3) Membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$

Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

##### 5.3.7.4.2. Uji F

Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut<sup>58</sup>:

- Jika nilai signifikan  $F < 0,05$ ; maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, minimal ada salah satu dari variabel bebas Kognisi/Religiusitas/Persepsi Kemudahan yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat minat berwakaf uang.
- Jika nilai signifikan  $F > 0,05$ ; maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya semua variabel bebas Kognisi/Religiusitas/Persepsi Kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat minat berwakaf uang.

##### 5.3.7.5. Koefisien Determinasi ( $R\text{-Square}/R^2$ )

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen dalam model regresi. Koefisien determinasi memiliki nilai diantara 0-100%. Semakin tinggi menandakan model semakin baik. Adapun ketentuannya<sup>59</sup>:

- Jika nilai  $R^2$  kecil, artinya kemampuan variabel-variabel independen amat terbatas dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen.
- Jika nilai  $R^2$  mendekati satu, artinya variabel-variabel independen hampir dapat menjelaskan semua informasi yang dibutuhkan untuk memperkirakan variabilitas variabel independen.

## 6. Pembahasan

### 6.1. Tanggapan Responden

Analisis Indeks Jawaban per variabel ini bertujuan mengetahui gambaran deskriptif mengenai jawaban atas item-item pertanyaan yang telah diajukan pada responden. Teknik skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skor minimal 1 dan maksimal 5, maka perhitungan indeks jawaban responden dengan rumus berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{(\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5)}{5}$$

Keterangan:

F1: frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

<sup>57</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate.....", hlm. 99

<sup>58</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate.....", hlm. 98

<sup>59</sup> Millah Zahrotul, skripsi "Pengaruh diferensiasi produk dan soul marketing terhadap kepercayaan shohibul qurban pada produk superqurban rumah zakat cabang Semarang", (Semarang: eprintwalisongo, 2011), hlm. 34

F2: frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3: frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4: frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5: frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

Total nilai indeks adalah 100 dengan menggunakan metode tiga kotak (*Three Box Method*). Penggunaan metode tiga kotak (*Three Box Method*) membagi nilai menjadi 3 kategori yaitu<sup>60</sup>:

10,00 – 40,00 = rendah

40,00 – 70,00 = sedang

70,01 – 100 = tinggi

### **6.1.1. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kognisi**

Rata-rata indeks skor jawaban variabel kognisi diperoleh sebesar 79,1. Berdasarkan kategori indeks skor berdasarkan *three box method*, maka rata-rata tersebut berada pada tingkatan skor tinggi. Kondisi ini memberikan bukti bahwa responden memiliki tingkat kognisi yang tinggi mengenai berwakaf uang.

### **6.1.2. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Religiusitas**

Rata-rata indeks skor jawaban variabel religiusitas diperoleh sebesar 94,45. Berdasarkan kategori indeks skor berdasarkan *three box method*, maka rata-rata tersebut berada pada tingkatan skor tinggi. Kondisi ini memberikan bukti bahwa responden memiliki tingkat religiusitas yang tinggi.

### **6.1.3. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Kemudahan**

Rata-rata indeks skor jawaban variabel persepsi kemudahan diperoleh sebesar 80,15. Berdasarkan kategori indeks skor berdasarkan *three box method*, maka rata-rata tersebut berada pada tingkatan skor tinggi. Kondisi ini memberikan bukti bahwa responden tidak merasa kesulitan dalam berwakaf uang.

### **6.1.4. Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Berwakaf Uang**

Rata-rata indeks skor jawaban variabel minat berwakaf uang diperoleh sebesar 81,75. Berdasarkan kategori indeks skor berdasarkan *three box method*, maka rata-rata tersebut berada pada tingkatan skor tinggi. Kondisi ini memberikan bukti bahwa minat responden untuk berwakaf uang tinggi.

## **6.2. Uji Instrumen Penelitian**

### **6.2.1. Uji Validitas**

Berdasarkan hasil perhitungan data penelitian, dapat diketahui masing-masing item pernyataan bernilai positif dan memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1966). Dengan demikian item pernyataan tersebut dinyatakan valid.

### **6.2.2. Uji Reliabilitas**

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$  yang berarti tinggi. Dengan demikian variabel (kognisi, religiusitas, persepsi kemudahan, dan minat berwakaf uang) dapat dikatakan reliabel.

<sup>60</sup> Ferdinan Augusty, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen Edisi V*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2019), hlm. 231

### 6.3. Uji Asumsi Klasik

#### 6.3.1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil olah data penelitian diketahui bahwa nilai *Asymptotic Significance* sebesar  $0,197 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan berdasarkan kriteria pengujian bahwa penyebaran data telah berdistribusi normal.

#### 6.3.2. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil olah data penelitian dapat diketahui bahwa semua variabel bebas (X1, X2, dan X3) yaitu Kognisi, Religiusitas, dan Persepsi Kemudahan mempunyai nilai Tolerance  $\geq 0,01$  dan nilai VIF  $\leq 10$ . Maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

#### 6.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil olah data penelitian dapat diketahui besarnya nilai Sig. sebesar  $0,102 > \alpha (0,05)$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian (homokedastisitas).

#### 6.3.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel independen  $X_1 = 0,211$  ;  $X_2 = 0,017$  ;  $X_3 = 0,501$  dan konstanta sebesar 4,651. Sehingga model persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + e$$

$$Y = 4,651 + 0,211x_1 + 0,017x_2 + 0,501 + e$$

Berdasarkan proses perhitungan maka diperoleh gambaran sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (Y) sebesar 4,651. Artinya jika variabel Kognisi (X1), Religiusitas (X2), dan Persepsi Kemudahan (X3) bernilai 0 (nol). Maka variabel Minat Berwakaf Uang (Y) bernilai 4,651.
2. Koefisien X1 (Kognisi) sebesar 0,211 menunjukkan bahwa variabel Kognisi berpengaruh positif terhadap minat berwakaf uang. Atau bisa dikatakan jika variabel Kognisi ditingkatkan sebesar satu satuan, maka minat berwakaf uang akan meningkat sebesar 0,211 dengan asumsi religiusitas dan persepsi kemudahan tetap.
3. Koefisien X2 (Religiusitas) sebesar 0,017 menunjukkan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh positif terhadap minat berwakaf uang. Atau bisa dikatakan jika variabel Religiusitas ditingkatkan sebesar satu satuan, maka minat berwakaf uang akan meningkat sebesar 0,017 dengan asumsi kognisi dan persepsi kemudahan tetap.
4. Koefisien X3 (Persepsi Kemudahan) sebesar 0,501 menunjukkan bahwa variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat berwakaf uang. Atau bisa dikatakan jika variabel Persepsi Kemudahan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka minat berwakaf uang akan meningkat sebesar 0,501 dengan asumsi kognisi dan religiusitas tetap.

#### 6.3.5. Pengujian Hipotesis

##### 6.3.5.1. Uji T (Parsial)

Hasil uji T menunjukkan bahwa variabel Kognisi (X1) diperoleh  $T_{hitung} (2,288) > T_{tabel} (1,98525)$  dan nilai Sig.  $(0,024) < 0,05$ . Variabel Religiusitas (X2) diperoleh  $T_{hitung} (0,117) < T_{tabel} (1,98525)$  dan nilai Sig.  $(0,907) > 0,05$ . Variabel Persepsi Kemudahan (X3) diperoleh  $T_{hitung} (5,968) > T_{tabel} (1,98525)$  dan nilai Sig.  $(0,000) < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kognisi dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang, sedangkan variabel religiusitas berpengaruh tidak signifikan terhadap minat berwakaf uang.

### 6.3.5.2. Uji F (Simultan)

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} (21,541) > F_{tabel} (2,70)$  dan  $Sig. < \alpha (0,05)$ . Maka dapat dinyatakan minimal ada salah satu dari variabel bebas ( $X_1/X_2/X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen ( $Y$ ).

### 6.3.6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dengan melihat pada hasil tabel SUMMARY dapat diketahui besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) variabel bebas sebesar 0,402 atau 40,2%. Hal ini menunjukkan bahwa minat mahasiswa berwakaf uang dapat dijelaskan oleh variabel bebas dimana 40,2% berasal dari kognisi, religiusitas, dan persepsi kemudahan. Sedangkan sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### 6.3.7. Interpretasi Hasil Penelitian

#### 6.3.7.1. Analisis Pengaruh Kognisi terhadap Minat Berwakaf Uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien untuk variabel kognisi bernilai positif yang berarti variabel kognisi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik. Artinya semakin tinggi kognisi (pengetahuan/pemahaman) yang dimiliki oleh Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik mengenai wakaf uang, maka akan semakin besar peluang mahasiswa untuk berwakaf uang. Adapun berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  pada variabel kognisi memiliki nilai lebih besar daripada  $t_{tabel} (2,288 > 1,98525)$  dan nilai signifikansi berada dibawah tingkat 5% ( $0,024 < 0,05$ ) yang berarti tingkat kognisi memberi pengaruh yang signifikan dalam menentukan peluang mahasiswa untuk berwakaf uang.

Hasil penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Diana Yulianti dengan judul "Pengaruh Pengetahuan, Tingkat Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Uang" yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berwakaf uang, yang berarti semakin tinggi pengetahuan seseorang tentang wakaf uang maka minat masyarakat terhadap berwakaf uang akan meningkat.<sup>61</sup> Maka pengetahuan masyarakat sangat berpengaruh terhadap minat berwakaf uang.

Penelitian ini juga sesuai dengan teori Idris dalam bukunya yang mengatakan bahwa dengan pengetahuan yang dimiliki manusia tentunya mereka akan memahami apa saja pahala/ganjaran yang akan didapatkan ketika ia berwakaf, tentunya hal itu membuat manusia semakin terdorong dan semangat untuk berwakaf karena mengetahui besaran amal jariyyah yang didapatkan tidak akan pernah terputus hingga kita wafat.<sup>62</sup>

Dengan demikian, dari hipotesis ( $H_1$ ) yang diajukan di dalam penelitian ini yakni Kognisi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik Berwakaf Uang telah terbukti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima.

#### 6.3.7.2. Analisis Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Berwakaf Uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien untuk variabel religiusitas bernilai positif yang berarti variabel religiusitas memiliki pengaruh yang positif terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik. Akan tetapi

<sup>61</sup> Diana Yulianti, "Pengaruh Pengetahuan, Tingkat Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Uang". *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, Vol. 13 No. 2 (2020), 147.

<sup>62</sup> Idris, *Epistemologi Ilmu Pengetahuan, Ilmu Hadis, dan Ilmu Hukum Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2015), hlm.57

berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  pada variabel religiusitas memiliki nilai lebih kecil daripada  $t_{tabel}$  ( $0,117 < 1,98525$ ) dan nilai signifikansi berada diatas tingkat 5% ( $0,907 > 0,05$ ) yang berarti tingkat religiusitas tidak memberi pengaruh yang signifikan dalam menentukan peluang mahasiswa untuk berwakaf uang. Sehingga disimpulkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap minat Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik berwakaf uang.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa mahasiswa dengan tingkat religiusitas yang tinggi memiliki peluang untuk berwakaf uang sedikit lebih kecil dibandingkan mahasiswa dengan tingkat religiusitas yang lebih rendah dengan asumsi *ceteris paribus*. Berdasarkan kemungkinan alasan tersebut maka dalam penelitian ini peluang mahasiswa untuk berwakaf uang tidak dapat secara signifikan ditentukan dari tingkat religiusitasnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cupian dan Nurun Najmi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Uang di Kota Bandung” yang menyatakan bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi masyarakat mengenai wakaf uang.<sup>63</sup> Pemahaman yang dimiliki oleh masyarakat tentang wakaf uang beberapa diantaranya masih rendah meskipun memiliki tingkat religiusitas yang tinggi sedangkan masyarakat yang merasa religiusitasnya rendah beberapa diantaranya justru memiliki kecenderungan untuk menerima wakaf uang.

Akan tetapi hasil penelitian ini berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Ash-Shiddiqy dengan judul “Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan, dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat untuk Berwakaf Uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY” yang mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang.<sup>64</sup> Adapun pada penelitian tersebut terdapat teori yang mengatakan bahwa semakin religius seseorang (dengan ukuran akidah dan keyakinan) maka semakin besar peluang seseorang untuk berwakaf uang.

Dengan demikian, dari hipotesis ( $H_2$ ) yang diajukan di dalam penelitian ini yakni Religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap Minat Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik Berwakaf Uang tidak terbukti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  ditolak. Artinya variabel religiusitas tidak berhasil membuktikan keterkaitan antara X dan Y.

### **6.3.7.3. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Berwakaf Uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik**

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diketahui bahwa nilai koefisien untuk variabel persepsi kemudahan bernilai positif sehingga diketahui variabel persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik berwakaf uang. Artinya semakin tinggi kemudahan yang dirasakan mahasiswa dalam melakukan wakaf uang maka akan semakin besar peluang mahasiswa untuk berwakaf uang. Adapun berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  pada variabel persepsi kemudahan memiliki nilai lebih besar daripada  $t_{tabel}$  ( $5,968 > 1,985252$ ) dan nilai signifikansi berada dibawah tingkat 5% ( $0,000 < 0,05$ ) yang berarti tingkat persepsi memberi pengaruh yang signifikan dalam menentukan peluang mahasiswa untuk berwakaf uang.

<sup>63</sup> Cupian dan Nurun Najmi, *Analisis Faktor-Faktor.....*, 160.

<sup>64</sup> Muhammad Ash-Shiddiqy, “Pengaruh pendapatan, Religiusitas, Jarak lokasi, Tingkat pendidikan dan Akses informasi terhadap minat masyarakat untuk berwakaf uang di badan wakaf uang/tunai MUI daerah istimewa yogyakarta”, *Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, Vol. 2 No. 2, (2017), 260.



Hasil penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sholihah dan Fatmah dengan judul “Pengaruh Potensi, Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Wakaf Uang dengan Sikap sebagai Variabel *Intervening*” yang menyatakan bahwa variabel persepsi masyarakat terhadap sikap untuk berwakaf uang memiliki pengaruh positif.<sup>65</sup> Hal ini berdasarkan data dari masyarakat yang memberikan respon positif jika wakaf uang dapat mempermudah umat Islam untuk berwakaf dan menjalankan syariat Islam.

Penelitian ini juga sesuai dengan teori yang dikemukakan dalam penelitian Ismawati dan Anwar yang mengatakan bahwa apabila seseorang memiliki persepsi yang baik terhadap wakaf uang maka terdapat kemungkinan bahwa akan timbul sebuah minat dalam diri seseorang untuk melakukannya dan sebaliknya apabila persepsi yang timbul dalam diri individu tersebut buruk terkait adanya wakaf uang, maka orang tersebut tidak akan berminat untuk melakukannya.<sup>66</sup>

Dengan demikian, dari hipotesis ( $H_3$ ) yang diajukan di dalam penelitian ini yakni Persepsi Kemudahan berpengaruh secara parsial terhadap Minat Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik Berwakaf Uang telah terbukti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima.

#### **6.3.7.4. Analisis Pengaruh Kognisi, Religiusitas, dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Berwakaf Uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik**

Berdasarkan analisis hasil uji F menunjukkan bahwa variabel Kognisi, Religiusitas, dan Persepsi Kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $F_{hitung}$  (21,541)  $> F_{tabel}$  (2,70) dengan tingkat signifikansi dibawah 5% ( $0,000 < 0,05$ ). Adapun nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh dari persamaan regresi linear berganda sebesar 0,402 atau 40,2% yang berarti minat Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik berwakaf uang dapat dijelaskan oleh variabel kognisi, religiusitas, dan persepsi kemudahan sebesar 40,2% sedangkan sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Dengan demikian, dari hipotesis ( $H_4$ ) yang diajukan di dalam penelitian ini yakni Kognisi, Religiusitas, dan Persepsi Kemudahan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik Berwakaf Uang telah terbukti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima.

### **7. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Kognisi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik. Artinya semakin tinggi pengetahuan/pemahaman mahasiswa tentang wakaf uang, maka akan semakin besar peluang mahasiswa untuk berwakaf uang.
2. Variabel Religiusitas secara parsial memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik. Artinya mahasiswa dengan tingkat religiusitas yang tinggi memiliki peluang untuk berwakaf uang sedikit lebih kecil dibandingkan mahasiswa dengan tingkat religiusitas yang lebih rendah

---

<sup>65</sup> Sholihah dan Fatmah, “Pengaruh Potensi, Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Wakaf Uang Dengan Sikap Sebagai Variabel *Intervening*”, *el-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, Vol. 7 No. 1 (2017), 1343.

<sup>66</sup> Yuliana Ismawati dan M. Khoirul Anwar. “Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Wakaf Uang Terhadap Minat Berwakaf Uang di Kota Surabaya.”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 2 No. 3 (2019), 136

- dengan asumsi *ceteris paribus*. Berdasarkan kemungkinan alasan tersebut maka dalam penelitian ini peluang mahasiswa untuk berwakaf uang tidak signifikan jika ditentukan dari tingkat religiusitasnya.
3. Variabel Persepsi kemudahan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik. Artinya semakin tinggi kemudahan yang dirasakan mahasiswa dalam melakukan wakaf uang, maka akan semakin besar peluang mahasiswa untuk berwakaf uang.
  4. Variabel Kognisi, Religiusitas, dan Persepsi Kemudahan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwakaf uang pada Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,402 yang berarti kognisi, religiusitas, dan persepsi kemudahan mempengaruhi minat Mahasiswa IAI Qomaruddin Gresik berwakaf uang sebesar 40,2% sedangkan sisanya 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D., Suroso, F. N., & Ardani, M. S. (2000). *Psikologi islami: Solusi Islam atas problem-problem psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, Suharsimi. 2011. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Edisi. Revisi VII*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azizah, N. (2016). Perilaku Moral dan Religiusitas Siswa Berlatar Belakang Pendidikan Umum dan Agama. *Jurnal Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Volume 33*, No. 2, 1 – 16.
- Binalay, A. G., Mandey, S. L., & Mintardjo, C. M. (2016). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1).
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan minat menabung di bank syariah melalui program office channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1).
- Cupian, C., & Najmi, N. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 151-162.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319-340.
- Ferdinand, Augusty. 2019. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Furqon, A. (2010). *Praktek Perwakafan Uang: di Lembaga Keuangan Syariah-Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU) Bank Syariah Mandiri*.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hasan, Sudirman. (2011). *Wakaf uang: Perspektif fiqih, hukum positif, dan manajemen*. UIN-Maliki Press.
- Hazami, Bashlul. (2016). Peran dan aplikasi wakaf dalam mewujudkan kesejahteraan umat di Indonesia. *Analisis: Jurnal Studi Keislaman*, 16(1), 173-204.
- Hidayat, A. T., Elita, F. M., & Setiawan, A. (2012). Hubungan antara atribut produk dengan minat beli konsumen. *Students e-Journal*, 1(1), 19.
- Iqbal, Hasan. 2002. *Pokok-pokok materi metodologi penelitian dan aplikasinya*. Jakarta: Ghia Indonesia.
- Ismawati, Y., & Anwar, M. K. (2019). Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Wakaf Uang Terhadap Minat Berwakaf Uang di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 2(3).
- Kambuaya, C. (2015). Pengaruh motivasi, minat, kedisiplinan dan adaptasi diri terhadap prestasi belajar siswa peserta program afirmasi pendidikan menengah asal papua dan papua barat di kota bandung. *SHARE: Social Work Journal*, 5(2).
- Khalil, Jafri. (2009). Social Investment Bank Limited (SIBL) di Bangladesh. *Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam AL-Awqaf: Badan Wakaf Indonesia*, 2(2).
- Lubis, Haniah. (2020). Potensi dan Strategi Pengembangan Wakaf Uang di Indonesia. *ISLAMIC BUSINESS and FINANCE (IBF)*, 1(1).
- Martono, Nanang. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi*, Depok: Rajawali pers.
- Mawadah, S., & Ratno, F. A. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Anggota KSPM UIN Walisongo Semarang dalam Perspektif Islam. *Jurnal Muqtasid*, 8(2), 141-153.
- Medias, F. (2010). Wakaf Produktif Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *La\_Riba*, 4(1), 71-86.
- Mubarak, W. I. 2007. *Promosi Kesehatan Sebuah Pengantar Proses Belajar Mengajar Dalam Pendidikan*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Nafis, M. C. (2009). Wakaf Uang Untuk Jaminan Sosial. *Jurnal Al-Awqaf*, 2(2).
- Shadiqy, M. A. (2019). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat untuk Berwakaf Uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, 2(2), 249-262.
- Sholihah, E. K. S., & Fatmah, F. (2017). Pengaruh Potensi, Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Wakaf Uang Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *el-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, 7(1), 1327-1343.
- Soekanto, S. 2002. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: CV. Rajawali.
- Sopiah, Sangadji, Etta Mamang. 2010. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D Edisi Ke-3*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya)
- Sudijono, Anas. 2015. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja. Grafindo Persada
- Thouless, R. H. (1971). *An introduction to the psychology of religion* (Vol. 526). CUP Archive.
- Yu, H., Zheng, D., Zhao, B. Y., & Zheng, W. (2008). Understanding user behaviour in large-scale video-on-demand systems. *Innovation together: Microsoft Research Asia academic research collaboration*, 125-147.
- Yulianti, D. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Tingkat Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Uang. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf dan Ekonomi Islam*, 13(2), 125-148.
- Zahrotul, Millah. 2011. Skripsi “*Pengaruh diferensiasi produk dan soul marketing terhadap kepercayaan shohibul qurban pada produk superqurban rumah zakat cabang Semarang*”. Semarang: eprint.walisongo.