



## PERAN KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI MELALUI KEPUASAN DONATUR DI LAZISMU JAWA TENGAH

Mohammad Wildan<sup>1\*</sup>, Yanuar Rachmansyah Djoko Waluyo<sup>2</sup>, Mohammad Ridwan<sup>3</sup>, Sulistyو Suharto<sup>4</sup>, dan Affiyatut Tafshiila<sup>5</sup>

<sup>1, 2, 5</sup> Program Studi Magister Manajemen, STIE Bank BPD Jateng, Semarang, Indonesia

<sup>3</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Semarang, Semarang, Indonesia

<sup>4</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Sultan Agung, Semarang, Indonesia

<sup>(\*)</sup>Corresponding Author

### Abstrak

Penelitian ini membahas peran kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap keputusan berdonasi melalui kepuasan donatur di Lazismu Jawa Tengah.. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana kualitas sistem, kualitas informasi, dan kepuasan donatur memengaruhi keputusan berdonasi di platform digital fundraising Lazismu Jawa Tengah. Metode penelitian ini menggunakan kuesioner online yang disebar kepada masyarakat umum yang pernah berdonasi di Lazismu Jawa Tengah. Data yang dikumpulkan diolah menggunakan aplikasi Smart PLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap keputusan berdonasi secara langsung. Namun, kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan donatur, demikian pula kualitas informasi. Kepuasan donatur kemudian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi, menjelaskan bahwa kepuasan donatur memediasi pengaruh kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap keputusan berdonasi.

Kata Kunci: Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kepuasan Donatur dan Keputusan Berdonasi

### Article Information

Received: 19 Januari 2024

Revised: 10 Maret 2024

Accepted: 05 April 2024

\*Corresponding Author:  
[gambuzclimak@gmail.com](mailto:gambuzclimak@gmail.com)

### PENDAHULUAN

Zakat sebagai salah satu rukun Islam merupakan *farḍlu'ain*. Allah SWT mewajibkan zakat kepada seluruh umat Islam atas kekayaan yang mencapai nisab. Zakat merupakan sumber keuangan yang mempunyai potensi besar dan dapat dimanfaatkan untuk mencapai kesejahteraan masyarakat (Ridwan et al., 2023). Kewajiban mengeluarkan Zakat, Infaq dan

Sedekah (ZIS) diatur dalam UU No. 38 tahun 1999 yang diperbaharui dengan Undang-Undang No. 23 tahun 2011 kemudian dengan diterbitkannya Instruksi Presiden (Inspres) No. 3 Tahun 2014 yang berisi untuk mengatur optimalisasi penghimpunan zakat di kementerian/ lembaga, Sekretariat Jenderal Lembaga Negara, Sekretariat Jenderal Komisi Negara, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah melalui Badan Amil Zakat Nasional (Baznas). Di lain sisi, kualitas pertumbuhan zakat di Indonesia luar biasa, dengan rata-rata tingkat pertumbuhan zakat sekitar 24% per tahun (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2019). Berdasarkan data statistik Zakat Indonesia, total pendanaan (Zakat, Infaq, CSR dan dana lainnya) pada tahun 2020 mencapai lebih dari Rp 12,4 triliun. Angka tersebut mengalami selisih sebesar Rp 2,2 triliun, lebih besar dibandingkan tahun lalu yang berkisar Rp 10,2 triliun. Data rinci dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1 Jumlah Penghimpunan Dana ZIS secara Nasional**

Tahun	Jumlah Penghimpunan Dana ZIS (dalam Milyar Rupiah)	Pertumbuhan (%)
2016	5.017,29	
2017	6.224,37	24,06
2018	8.117,60	30,42
2019	10.227,94	26,00
2020	12.429,25	42,12

Sumber : Outlook Zakat Indonesia 2022

Tabel di atas menunjukkan peningkatan penggalangan dana Nasional dari tahun ke tahun. Tahun 2016 sampai tahun 2017 mengalami pertumbuhan 24,06%, tahun 2017 sampai tahun 2018 tumbuh sebesar 30,42%, 2018 ke 2019 bertumbuh sebesar 26% dan di tahun 2019 ke 2020 mengalami pertumbuhan sebesar 42,12%. Lazismu mengelola dana Zakat, Infaq, dan Sedekah secara profesional, dengan fokus pada pemberdayaan masyarakat melalui berbagai program, seperti Beasiswa Sang Surya, *Save Our School*, Pemberdayaan UMKM, *Indonesian Mobile Clinic* (IMC), dan lainnya, yang mencakup pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial kemanusiaan, dakwah, dan lingkungan hidup. Lazismu Jawa Tengah berperan sebagai koordinator wilayah layanan di area Provinsi Jawa Tengah (Ridwan et al., 2024);(Samsudin, 2022).

Kemajuan teknologi informasi, khususnya dalam digital fundraising, membuka peluang baru bagi organisasi amal seperti Lazismu Jawa Tengah untuk meningkatkan cakupan dan efektivitas penggalangan dana. Digital fundraising memungkinkan donatur berpartisipasi dengan cepat dan mudah melalui platform online (Ninglasari & Muhammad, 2021). Kualitas sistem, kualitas informasi, dan kepuasan donatur menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan donatur untuk memberikan sumbangan.

Dalam penelitian sebelumnya tentang kualitas sistem, kualitas informasi, dan kepuasan donatur pada keputusan berdonasi masih terdapat perbedaan hasil. Menurut Azy Athoillah Yazid (2017), kualitas sistem dan kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap keputusan muzaki dalam membayar zakat (Yazid, 2017). Namun, Hanifah Nur'aini dan M. Rasyid Ridla (2015) menyimpulkan bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan membayar zakat (Nur & Ridla, 2015). Dalam penelitian lain juga terdapat *research gap* yang menunjukkan bahwa Muzaki yang memutuskan untuk membayar zakat melalui *platform crowdfunding* dipengaruhi oleh persepsi kemudahan pengguna. Persepsi kemudahan pengguna memiliki pengaruh positif terhadap intensi berperilaku. Hal ini karena pengguna merasa tidak perlu usaha berlebih untuk menggunakan sistem dengan benar, dan sistem mudah dipelajari, sehingga intensi untuk menggunakan sistem lebih tinggi. Pengguna juga meyakini bahwa kualitas sistem yang baik dapat

memudahkan mereka, sehingga tingkat kegunaan *platform crowdfunding* dapat dirasakan. Hasil studi Bernadeta Asri Rejeki Tulodo dan Achmad Solichin (2019) disimpulkan bahwa kualitas sistem tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Tulodo & Solichin, 2019). Oleh karena itu perlu untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kualitas sistem terhadap keputusan berdonasi dengan menggunakan mediasi kepuasan pengguna.

Berdasarkan permasalahan yang dijabarkan di atas, penulis tertarik untuk meneliti terkait manajemen lembaga zakat khususnya tentang *fundraising* dan judul penelitian ini adalah “PERAN KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN BERDONASI MELALUI KEPUASAN DONATUR DI LAZISMU JAWA TENGAH”.

## **TINJAUAN TEORI**

### ***Technology Acceptance Model***

TAM merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dirancang khusus untuk memodelkan penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap sistem informasi. *Technology Acceptance Model* (TAM) –Model Penerimaan Teknologi– diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. Model TAM diperkenalkan untuk menjawab (1) mengapa pengguna menerima atau menolak teknologi informasi dan (2) bagaimana penerimaan pengguna (*user*) dipengaruhi oleh fitur desain sistem (Berakon et al., 2023).

Dalam konteks layanan *digital fundraising*, keputusan donasi dapat dipengaruhi oleh penerimaan teknologi (TAM) yang berdampak juga pada kualitas informasi, kualitas sistem, dan tingkat kepuasan donatur. Jika donatur puas dengan pengalaman digital fundraising dan memiliki persepsi positif terhadap kualitas sistem dan informasi, mereka mungkin lebih cenderung akan melakukan donasi.

## **KONSEP VARIABEL**

### **Kualitas Sistem**

Kualitas sistem mengacu pada bagaimana suatu sistem mampu berfungsi dengan baik dan optimal serta menghasilkan keluaran (*output*) yang memenuhi harapan pengguna sistem. DeLone & McLean (2003) mendefinisikan kualitas sistem sebagai indikasi atau acuan kualitas yang diharapkan dari sistem dan informasi yang sesuai tentang karakteristik produk. Kualitas sistem dalam sistem informasi adalah kombinasi fungsi perangkat lunak dan perangkat keras dalam sistem.

### **Kualitas Informasi**

Kualitas informasi adalah cara informasi disajikan secara lengkap dan jelas sehingga pengguna dapat teredukasi. Jika Anda ingin membeli produk tersebut. Integritas informasi menjadi dasar terpenting dalam pengambilan keputusan konsumen saat membeli produk. Seddon (1997), mendefinisikan manfaat yang dicapai adalah manfaat yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pengguna layanan informasi. Bagi konsumen, kualitas informasi merupakan ukuran terpenuhinya kebutuhan dan harapan pihak yang membutuhkan informasi untuk mengambil keputusan. Di sisi lain, menurut Seddon (1997), kualitas informasi mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Kualitas informasi mengacu pada kemudahan pengguna sistem dalam mencerna dan mengambil manfaat dari informasi. Adapun indikator pengukuran kualitas informasi menurut Jogiyanto (2009), yaitu: (1) akurat; (2) relevan; (3) kelengkapan; (4) mudah dimengerti.

## **Kepuasan Pengguna**

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (baik, pantas) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat memiliki arti “memiliki perasaan yang baik ketika kita berhasil meraih sesuatu yang kita inginkan”, “suatu cara untuk pemenuhan kebutuhan”, dan “perbuatan yang dilakukan untuk menyelesaikan masalah”. Hornby, (2015) menyebut Kotler & Keller (2009), mendefinisikan kepuasan pengguna sebagai melibatkan perasaan senang dan kecewa karena perbandingan antara kinerja yang diharapkan dan kenyataan. Jika hasilnya sesuai dengan yang diharapkan maka pengguna akan puas. Kepuasan pengguna terjadi ketika harapan pengguna sesuai dengan harapan awal sebelum menggunakan produk (Lupioadi & Hamdani, 2006).

## **Keputusan Berdonasi**

Dalam konteks penelitian ini membahas tentang pengambilan keputusan dalam berdonasi yang didefinisikan sebagai langkah seseorang dalam melakukan suatu Tindakan donasi (Faradilah et al., 2022). Menurut Kotler dan Keller (2019), Keputusan adalah suatu perilaku konsumen dalam berkeinginan untuk membeli melakukan sesuatu (Azizah et al., 2021). Kotler mengemukakan beberapa hal yang menjadi indikator suatu keputusan, yaitu : Kemantapan terhadap suatu produk, Kebiasaan dalam membeli suatu produk, Memberikan rekomendasi kepada orang lain dan Melakukan pembelian kembali.

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Hubungan Kualitas Sistem terhadap Keputusan Berdonasi**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Adika, L. Ayu (2021), menyatakan kualitas sistem memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pengguna. Maka dapat disimpulkan semakin baik persepsi kualitas sistem akan semakin meningkatkan keputusan pengguna Shopee Paylater (Adika, 2021).

H<sub>1</sub> : Bila kualitas sistem semakin baik, maka keputusan pengguna untuk berdonasi semakin tinggi.

### **Hubungan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Berdonasi**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fuad dan Monika (2020), menyatakan terdapat pengaruh positif pada variabel kualitas informasi terhadap keputusan (Maulana & Tiarawati, 2020).

H<sub>2</sub> : Bila kualitas informasi semakin baik, maka keputusan pengguna untuk berdonasi semakin tinggi.

### **Hubungan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Donatur**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah dan Yunanto (2018), menyatakan bahwa kualitas sistem dinyatakan dapat mempengaruhi serta meningkatkan kepuasan pengguna (Khairunnisa & Yunanto, 2018).

H<sub>3</sub> : Bila kualitas sistem semakin baik, maka kepuasan donatur semakin tinggi.

### **Hubungan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Donatur**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Shanaz dan Tri (2021), menyatakan bahwa kualitas informasi memiliki hubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Alasan yang membuat kualitas informasi dinilai baik adalah kualitas informasi dari aplikasi Berrybenka memberikan kelengkapan informasi produk yang mendetail sehingga konsumen merasa mudah mencari produk yang diinginkan (Amarin & Wijaksana, 2021).

H<sub>4</sub> : Bila kualitas informasi semakin baik, maka kepuasan donatur semakin tinggi.

### **Hubungan Kepuasan Donatur terhadap Keputusan Berdonasi**

Niat mengukur seberapa keras orang mau mencoba dan seberapa besar usaha yang mereka lakukan untuk melakukan sesuatu (Ajzen, 1991). Dengan demikian definisi dari

keputusan berdonasi pada penelitian ini yaitu sejauh mana pengguna berencana untuk memanfaatkan teknologi berupa digital fundraising dalam kegiatan berzakat.

H<sub>5</sub> : Bila kepuasan donatur baik, maka keputusan untuk berdonasi semakin tinggi.

### **Pengaruh kualitas sistem melalui kepuasan terhadap keputusan berdonasi**

Semakin konsumen mendapatkan apa yang mereka harapkan ketika membeli atau menerima suatu layanan, semakin besar kemungkinan mereka untuk membeli lagi pada tingkat yang sama. Semakin tinggi kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula loyalitas terhadap produk atau jasa tersebut (Wong dan Sohal, 2003). Penelitian mengenai pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan beli ulang dilakukan oleh Budi dan Sihombing, 2010. Terdapat hubungan positif antara kepuasan dan keputusan pelanggan.

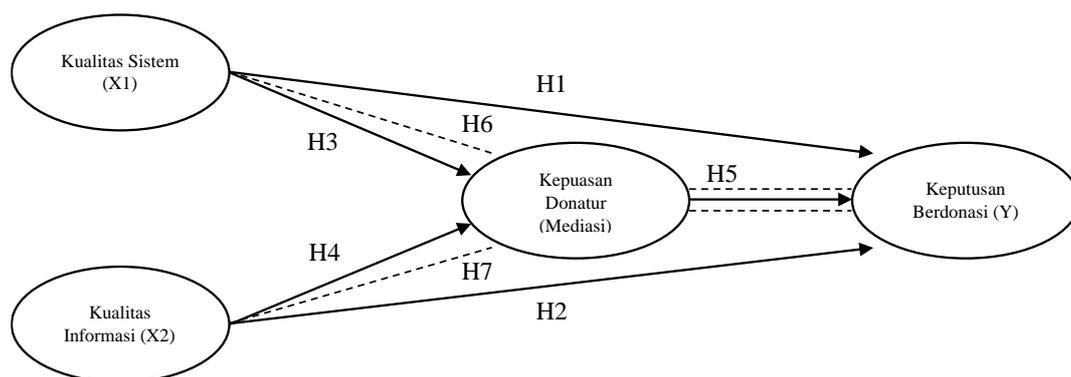
H<sub>6</sub> : Kualitas Sistem berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi melalui kepuasan donatur sebagai mediasi.

### **Pengaruh kualitas informasi melalui kepuasan terhadap keputusan berdonasi**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Kusumadewi et al., 2020) memberikan hasil bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan beli ulang. Hal sejenis juga dapat ditemukan pada penelitian (Maharani Purbasari & Aini, 2019) bahwa kepuasan nasabah dan keputusan beli ulang saling mempengaruhi secara signifikan satu sama lain.

H<sub>7</sub> : Kualitas Informasi berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi melalui kepuasan donatur sebagai mediasi.

Secara ringkas *conceptual framework* dari penelitian adalah sebagai berikut:



**Gambar 1 : Gambar Empirik Penelitian**

## **METODE PENELITIAN**

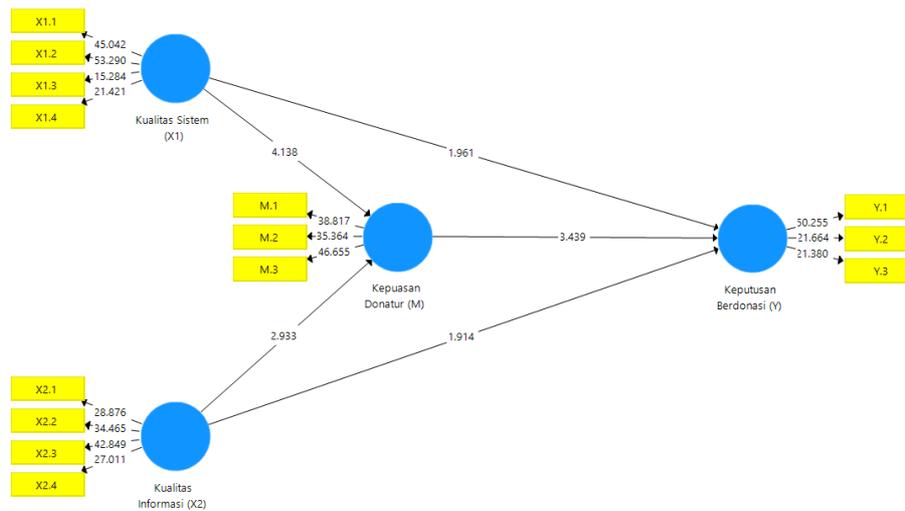
Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mendistribusikan kuesioner kepada masyarakat umum di wilayah Jawa Tengah (Ningsih et al., 2023). Dan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini yaitu menggunakan rumus *Infinite Population*. Sampel yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 75 responden. Pengumpulan pada penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner pada masyarakat umum yang berada di wilayah Jawa Tengah. Setelah jawaban responden didapat maka akan dilanjutkan dengan melakukan uji dengan aplikasi *Smart PLS*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengujian Hipotesis (*Bootstrapping*)**

Uji signifikansi hipotesis dapat dilakukan melalui menu *bootstrapping* pada *Smart PLS* dengan melihat tabel *Path Coefficients* dalam kolom *T-Statistics* dan *P-Values*. Pengujian hipotesis ini menggunakan kriteria signifikansi nilai *P-Value* lebih kecil dari 0,05 dan nilai signifikansi sebesar 5 persen. *Path Coefficient* dinilai signifikan bila *T-Statistics* lebih besar dari 1,96. Untuk melihat besar pengaruh hubungan bisa dilihat di koefisien jalur, dengan

kriteria apabila koefisien jalur *moderat* dibawah 0,30, kuat 0,30 – 0,60, sangat kuat lebih dari 0,60. Hasil uji secara rinci adalah:



Gambar 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian ditemukan bahwa terdapat pengaruh *moderat* ( $O = 0,249$ ) dengan  $P\text{-Values } 0,052 > 0,05$  maka bisa disimpulkan bahwa Kualitas Sistem tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berdonasi, oleh karena itu hipotesis yang diajukan tidak dapat diterima. Hal ini memberi arti bahwa bila Kualitas Sistem semakin baik, maka tidak akan mempengaruhi seseorang untuk berdonasi. Secara rinci olah data hasilnya sebagai berikut ini:

#### 1. Hubungan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Berdonasi

Hasil pengujian menemukan bahwa terdapat pengaruh yang *moderat* ( $O = 0,235$ ) dengan  $P\text{-Values } 0,065 > 0,05$  maka bisa disimpulkan bahwa Kualitas Informasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berdonasi, oleh karena itu hipotesis yang diajukan tidak dapat diterima. Hal ini mengartikan bahwa bila Kualitas Informasi semakin baik, maka tidak akan mempengaruhi seseorang untuk berdonasi.

#### 2. Hubungan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Donatur

Dari pengujian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh kuat ( $O = 0,447$ ) dengan  $P\text{-Values } 0,000 < 0,05$  maka bisa disimpulkan bahwa Kualitas Sistem berpengaruh terhadap Kepuasan Donatur, oleh karena itu hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini mengartikan bahwa bila Kualitas Sistem semakin baik, maka Kepuasan Donatur semakin tinggi.

#### 3. Hubungan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Donatur

Dari pengujian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh kuat ( $O = 0,348$ ) dengan  $P\text{-Values } 0,004 < 0,05$  maka bisa disimpulkan bahwa Kualitas Informasi berpengaruh terhadap Kepuasan Donatur, oleh karena itu hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini mengartikan bahwa bila Kualitas Informasi semakin baik, maka Kepuasan Donatur semakin tinggi.

#### 4. Hubungan Kepuasan Donatur terhadap Keputusan Berdonasi

Dari pengujian ini ditemukan bahwa terdapat pengaruh kuat ( $O = 0,410$ ) dengan  $P\text{-Values } 0,001 < 0,05$  maka bisa disimpulkan bahwa Kepuasan Donatur berpengaruh terhadap Keputusan Berdonasi, oleh karena itu hipotesis yang diajukan dapat diterima. Hal ini mengartikan bahwa bila Kepuasan Donatur baik, maka Keputusan seseorang untuk Berdonasi semakin tinggi.

## Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Hasil uji hipotesis pengaruh tidak langsung melalui Kepuasan Donatur (M) sebagai *variabel intervening* atau mediasi menggunakan *software Smart PLS* dapat dilihat pada Tabel berikut :

**Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X1 -> M -> Y	0.183	0.172	0.069	2.638	0.009
X2 -> M -> Y	0.143	0.143	0.068	2.101	0.036

Sumber : Data Primer Diuji, 2024

Berdasarkan Tabel tersebut diketahui bahwa pengaruh Kualitas Sistem (X1) terhadap Keputusan Berdonasi (Y) melalui Kepuasan Donatur (M) sebagai *variabel intervening* atau mediasi mempunyai skor koefisien jalur 0,183 dengan P Values 0,009 < 0,05. Sedangkan pengaruh Kualitas Informasi (X2) terhadap Keputusan Berdonasi (Y) melalui Kepuasan Donatur (M) sebagai *variabel intervening* atau mediasi mempunyai skor koefisien jalur 0,143 dengan nilai P Values 0,036 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kepuasan Donatur (M) memediasi secara parsial hubungan Kualitas Sistem (X1) dan Kualitas Informasi (X2) dengan Keputusan Berdonasi (Y).

## KESIMPULAN

Dari pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh beberapa kesimpulan, diantaranya :

1. Kualitas Sistem tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berdonasi, hal ini memberikan pengertian bahwa semakin baik kualitas pada sebuah sistem belum tentu menjadikan donatur untuk memutuskan untuk berdonasi.
2. Kualitas Informasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Berdonasi, hal ini menunjukkan bahwa meskipun informasi yang diberikan baik, tapi tidak dapat membuat donatur untuk memutuskan untuk berdonasi.
3. Kualitas Sistem berpengaruh positif terhadap Kepuasan Donatur, hal ini memberikan pengertian bahwa semakin bagus kualitas pada sebuah sistem akan meningkatkan kepuasan pada donatur.
4. Kualitas Informasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Donatur, hal ini mengartikan bahwa semakin baik informasi yang diberikan akan semakin meningkatkan kepuasan donatur.
5. Kepuasan Donatur berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berdonasi, hal ini memberikan pengertian bahwa semakin tinggi kepuasan dari donatur akan semakin meningkatkan keputusan donatur untuk berdonasi. Kepuasan donatur ini memediasi secara lebih kuat atas kualitas sistem dan kualitas informasi untuk donatur memutuskan untuk berdonasi.

## Saran dan Keterbatasan

Pada penelitian mendatang perlu memperluas cakupan yang lebih luas lagi bukan hanya dari yang berdonasi online tapi bisa meluas ke yang berdonasi secara langsung (direct), dengan jumlah responden yang lebih besar dengan berbagai macam karakter dari responden. Pada penelitian mendatang sebaiknya menambah variabel penelitian agar dapat meningkatkan penelitian yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adika, L. A. (UMS). (2021). PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNA, PROMOSI, RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DAN KEPUTUSAN PENGGUNA SHOPEE PAYLATER KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL PERANTARA. *PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNA, PROMOSI, RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DAN KEPUTUSAN PENGGUNA SHOPEE PAYLATER KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL PERANTARA*, 3(2), 6.
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Azizah, N., Hasbi, S., & Yetty, F. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Transparansi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zis Di Kitabisa.Com. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 111–125. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.241>
- Faradilah, V., Arifah, U., & Lestari, N. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi melalui Platform Crowdfunding Yayasan Hubbul Wathon Kebumen. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 1(2), 106–239.
- Khairunnisa, U., & Yunanto, M. (2018). PENGARUH KUALITAS SISTEM TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DAN MANFAAT BERSIH PADA IMPLEMENTASI E-FAKTUR : VALI- DASI MODEL KESUKSESAN SISTEM INFORMASI Program Pasca Sarjana Sistem Informasi Akuntansi , Fakultas Manajemen Sistem In- ( DJP ) untuk meningkatkan ke. *Universitas Gunadarma*, 229–241.
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2019). INSIGHT Buletin Ekonomi Syariah: Pemerataan Zakat Untuk Kesejahteraan Masyarakat. *INSIGHT Edisi Ketiga*, 9, 1–24.
- Maulana, H. F., & Tiarawati, M. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Memilih Objek Wisata dengan Trust Sebagai Variabel Intervening. *Media Wisata*, 18(2), 170–184. <https://doi.org/10.36275/mws>
- Ninglasari, S. Y., & Muhammad, M. (2021). Zakat Digitalization: Effectiveness of Zakat Management During Covid-19 Pandemic. *Journal of Islamic Economic Laws*, 4(1), 26–44. <https://doi.org/10.23917/jjisel.v4i1.12442>
- Ningsih, A. M., Hardiwinoto, H., Ridwan, M., & Putri, A. P. r. . (2023). Analisis Rasio Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas Dan Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. *Kompartemen : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 21(1), 94. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v21i1.15829>
- Nur, H., & Ridla, M. R. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA LEMBAGA DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MUZAKKI UNTUK MENYALURKAN ZAKAT PROFESI. *Jurnal MD*, 01, 207–228.
- Ridwan, M., Sriyono, S., Suharto, S., & Putri, A. P. R. Z. (2024). Strategy for Collecting Zakat Infaq Shadaqah at The Amil Zakat Infaq Shadaqah Muhammadiyah Institution ( LAZISMU ) Central Java Post COVID-19 Pandemic. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01), 413–421. <http://dx.doi.org/10.29040/jjei.v10i1.12348>
- Ridwan, M., Sukamto, S., & Sriyono, S. (2023). Pendampingan Manajemen Penghimpunan Dana ZISKA pada LAZ dan UPZ di Kabupaten Semarang. *Jurnal Abdimas PHB*, 6(2), 470–479. <https://doi.org/https://doi.org/10.30591/japhb.v6i2.5147>
- Samsudin. (2022). *PERAN CUSTOMER BASED BRAND EQUITY TERHADAP LOYALITAS DONATUR DI LAZISMU JAWA TENGAH TESIS S-2 Program Magister Manajemen*.
- Tulodo, B. A. R., & Solichin, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Malacca Trust Wuwungan Insurance, Tbk.). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 25–43.
- Yazid, A. A. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Muzakki Dalam Menunaikan Zakat Di Nurul Hayat Cabang Jember. *Economic: Jurnal Ekonomi Dan Hukum Islam*, 8(2), 173–199.