MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

PENGARUH PEER INFLUENCE, RELIGIUSITAS, DAN KEPERCAYAAN TRANSPARANSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBAYARAN ZIS MELALUI PLATFORM DIGITAL GENERASI Z DI KOTA JAMBI

Melyna Susila Rosalinda
Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi
melynasrrosalinda@gmail.com

Abstract

This study is entitled The Influence of Peer Influence, Religiosity, and Trust in Digital Transparency on the Decision to Pay Zakat, Infaq, and Alms (ZIS) through Digital Platforms among Generation Z in Jambi City. This study aims to analyze the influence of peer influence, religiosity, and trust in digital transparency on the decision to pay Zakat, Infaq, and Alms (ZIS) through digital platforms among Generation Z in Jambi City. This study uses a quantitative method with primary data obtained through distributing questionnaires to 100 respondents. Data analysis was carried out using SPSS version 26 through validity and reliability tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination. The results show that religiosity and trust in digital transparency have a positive and significant effect on the decision to pay ZIS through digital platforms. Meanwhile, peer influence does not have a significant effect on the decision to pay ZIS through digital platforms. Simultaneously, peer influence, religiosity, and trust in digital transparency have a significant effect on the decision to pay ZIS through digital platforms. The most dominant variable influencing the decision to pay ZIS is trust in digital transparency. The coefficient of determination (R^2) value of 0.765 shows that 76.5% of the variation in ZIS payment decisions can be explained by these three variables, while the remainder is influenced by other factors outside the research.

Kata Kunci: *Peer Influence, Religiusitas, Kepercayaan Transparansi Digital, Keputusan Pembayaran ZIS, Platform Digital, Generasi Z*

Article history
Received: Juny 2026
Reviewed: July 2026
Published: July 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

Abstrak

Penelitian ini berjudul Pengaruh Peer Influence, Religiusitas, dan Kepercayaan Transparansi Digital terhadap Keputusan Pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) melalui Platform Digital pada Generasi Z di Kota Jambi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *peer influence*, religiusitas, dan kepercayaan transparansi digital terhadap keputusan pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) melalui platform digital pada Generasi Z di Kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 26 melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas dan kepercayaan transparansi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. Sementara itu, *peer influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. Secara simultan, *peer influence*, religiusitas, dan kepercayaan transparansi digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. Variabel yang paling dominan memengaruhi keputusan pembayaran ZIS adalah kepercayaan transparansi digital. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,765 menunjukkan bahwa 76,5% variasi keputusan pembayaran ZIS dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: *Peer Influence*, Religiusitas, Kepercayaan Transparansi Digital, Keputusan Pembayaran ZIS, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam praktik filantropi Islam. Pemanfaatan platform digital dalam pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk menunaikan kewajiban maupun ibadah sosial secara lebih cepat, praktis, dan efisien. Berbagai lembaga pengelola zakat telah mengembangkan layanan pembayaran digital melalui aplikasi, *mobile banking*, dompet elektronik, QRIS, serta *marketplace* guna meningkatkan aksesibilitas dan efektivitas penghimpunan dana ZIS. Perkembangan tersebut menjadi peluang untuk mengoptimalkan potensi penghimpunan ZIS, terutama di kalangan generasi muda yang memiliki tingkat literasi digital tinggi.

Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital sehingga memiliki karakteristik yang adaptif terhadap penggunaan layanan berbasis internet. Kebiasaan menggunakan pembayaran non-tunai dalam aktivitas sehari-hari menjadikan generasi ini sebagai segmen potensial dalam pengembangan ZIS digital. Di sisi lain, peningkatan penggunaan platform digital belum sepenuhnya diikuti oleh optimalisasi pembayaran ZIS karena keputusan individu masih dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat sosial, spiritual, maupun teknologi.

Dalam perspektif perilaku konsumen, keputusan menggunakan layanan digital dipengaruhi oleh lingkungan sosial, keyakinan pribadi, dan tingkat kepercayaan terhadap sistem yang digunakan. *Peer influence* dapat mendorong individu mengikuti perilaku kelompok atau teman sebaya dalam mengadopsi layanan digital. Religiusitas berperan sebagai motivasi internal yang mendorong seseorang melaksanakan kewajiban keagamaan, sedangkan kepercayaan transparansi digital berkaitan dengan keyakinan bahwa dana yang disalurkan dikelola secara aman, akuntabel, dan transparan. Ketiga faktor tersebut diperkirakan berkontribusi terhadap keputusan Generasi Z dalam melakukan pembayaran ZIS melalui platform digital.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *peer influence*, religiusitas, dan kepercayaan transparansi digital terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital pada Generasi Z di Kota Jambi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur mengenai perilaku pembayaran ZIS digital sekaligus menjadi masukan bagi lembaga pengelola zakat dalam merumuskan strategi penghimpunan dana ZIS berbasis digital yang lebih efektif, khususnya bagi Generasi Z.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital

Keputusan pembayaran Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS) melalui platform digital merupakan keputusan individu untuk memanfaatkan teknologi digital, seperti *mobile banking*, dompet digital, QRIS, maupun aplikasi pembayaran zakat, dalam menunaikan kewajiban dan ibadah sosial. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan, antara lain persepsi kemudahan penggunaan, manfaat yang diperoleh, tingkat kepercayaan terhadap platform, serta faktor sosial dan keagamaan. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), keputusan seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang kemudian membentuk niat untuk melakukan suatu tindakan.

Peer Influence

Peer influence merupakan pengaruh yang berasal dari teman sebaya terhadap sikap, perilaku, maupun proses pengambilan keputusan seseorang. Pada Generasi Z, interaksi melalui lingkungan pertemanan maupun media sosial dapat membentuk kecenderungan untuk mengikuti perilaku kelompok, termasuk dalam penggunaan layanan pembayaran digital. Semakin tinggi intensitas interaksi dan rekomendasi dari teman sebaya, semakin besar peluang seseorang untuk mengadopsi suatu inovasi atau teknologi digital.

Religiusitas

Religiusitas menggambarkan tingkat keyakinan, penghayatan, dan pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ekonomi Islam, religiusitas menjadi faktor yang mendorong individu untuk melaksanakan kewajiban keagamaan, termasuk membayar zakat, infak, dan sedekah. Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memiliki kesadaran yang lebih besar dalam menunaikan kewajiban tersebut, baik melalui mekanisme konvensional maupun platform digital.

Kepercayaan Transparansi Digital

Kepercayaan transparansi digital merupakan keyakinan pengguna bahwa platform digital mampu mengelola dana ZIS secara aman, transparan, dan akuntabel. Transparansi pelaporan, keamanan sistem, serta kemudahan memperoleh informasi mengenai penyaluran dana menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan ZIS digital. Semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap platform, semakin besar kemungkinan seseorang memutuskan untuk melakukan pembayaran ZIS secara digital.

Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa faktor religiusitas dan kepercayaan memiliki peran penting dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan layanan ZIS digital. Penelitian terdahulu juga menemukan bahwa transparansi pengelolaan dana mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pengelola zakat. Di sisi lain, hasil penelitian mengenai *peer influence* masih menunjukkan temuan yang beragam. Beberapa penelitian menyatakan bahwa pengaruh teman sebaya berperan dalam mendorong adopsi teknologi digital, sedangkan penelitian lain menunjukkan bahwa keputusan pembayaran ZIS lebih banyak dipengaruhi oleh faktor internal, seperti religiusitas dan tingkat kepercayaan terhadap platform digital. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih adanya ruang penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembayaran ZIS digital, khususnya pada Generasi Z di Kota Jambi.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh *peer influence*, religiusitas, dan kepercayaan transparansi digital terhadap keputusan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital pada Generasi Z di Kota Jambi. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Jambi dan pernah menggunakan platform digital untuk pembayaran ZIS. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria responden berusia sesuai kategori Generasi Z, berdomisili di Kota Jambi, beragama Islam, dan pernah melakukan pembayaran ZIS melalui platform digital.

Teknik Pengambilan Sampel

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Variabel independen dalam penelitian ini meliputi *peer influence* (X_1), religiusitas (X_2), dan kepercayaan transparansi digital (X_3), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital (Y). Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26. Tahapan analisis meliputi uji kualitas instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji *t*), uji simultan (uji *F*), serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
X1.1	0,627	0,195	Valid
X1.2	0,606	0,195	Valid
X1.3	0,701	0,195	Valid

X1.4	0,627	0,195	Valid
X1.5	0,606	0,195	Valid
X1.6	0,657	0,195	Valid
X2.1	0,306	0,195	Valid
X2.2	0,398	0,195	Valid
X2.3	0,354	0,195	Valid
X2.4	0,357	0,195	Valid
X2.5	0,557	0,195	Valid
X2.6	0,606	0,195	Valid
X3.1	0,662	0,195	Valid
X3.2	0,590	0,195	Valid
X3.3	0,593	0,195	Valid
X3.4	0,682	0,195	Valid
X3.5	0,805	0,195	Valid
X3.6	0,740	0,195	Valid
Y1.1	0,698	0,195	Valid
Y1.2	0,786	0,195	Valid
Y1.3	0,813	0,195	Valid
Y1.4	0,734	0,195	Valid
Y1.5	0,735	0,195	Valid
Y1.6	0,645	0,195	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian validitas, seluruh item pernyataan pada variabel Peer Influence (X1), Religiusitas (X2), Transparansi Digital (X3), dan Keputusan Pembayaran ZIS Digital (Y) memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada nilai r tabel (0,195). Nilai r hitung berkisar antara 0,306 hingga 0,813. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

VARIABEL	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
Peer Influence	0,835	0,6	Realibel
Religiusitas	0,776	0,6	Realibel
Kepercayaan Transparansi Digital	0,849	0,6	Realibel
Keputusan pembayaran ZIS	0,888	0,6	Realibel

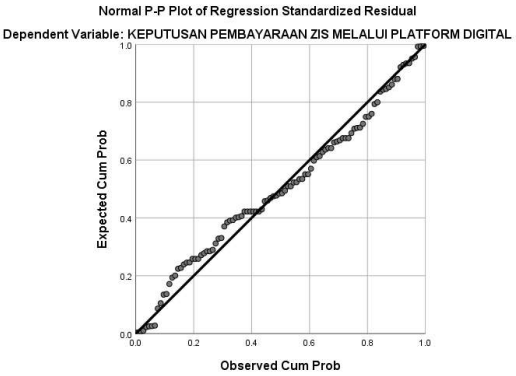
Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, diketahui bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Variabel Peer Influence memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,835, variabel

Religiusitas sebesar 0,776, variabel Kepercayaan Transparansi Digital sebesar 0,849, dan variabel Keputusan Pembayaran ZIS sebesar 0,888. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memenuhi kriteria reliabilitas karena memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimum 0,60.

Uji Normalitas

Gambar 1 Normal Probability plot



Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Gambar di atas terlihat bahwa titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Selain itu, tidak terdapat penyimpangan yang signifikan maupun pola tertentu yang menjauh dari garis diagonal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa distribusi data residual telah mengikuti pola distribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

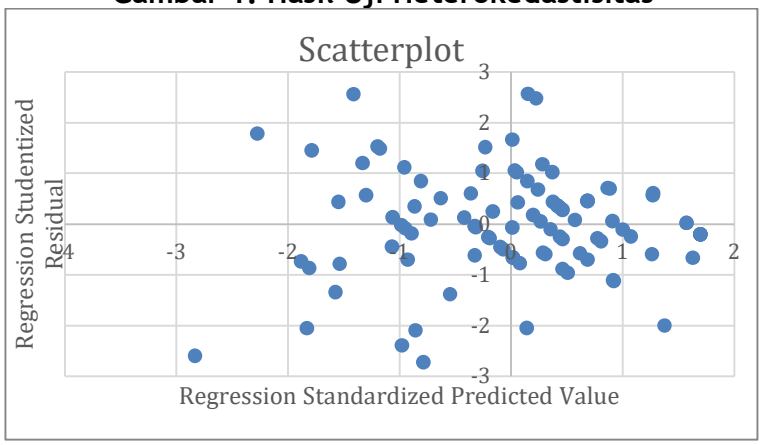
Coefficients[a]								
Model				Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
				Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.045	1.776		-0.588	0.558		
	PEER INFLUENCE	0.064	0.057	0.075	1.129	0.262	0.553	1.807
	RELIGIUSTAS	0.210	0.065	0.172	3.214	0.002	0.853	1.173
	KEPRERCAYAAN TRANSPARANSI DIGITAL	0.772	0.070	0.744	11.063	0.000	0.541	1.850
a.Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBAYARAAN ZIS MELALUI PLATFORM DIGITAL								

Sumbe: Data diolah oleh peneliti,2026

Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, dengan kriteria bahwa model dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil Scatterplot pada Gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Selain itu, penyebaran titik-titik tidak membentuk pola tertentu seperti pola bergelombang, mengerucut, maupun melebar. Titik-titik juga tampak tersebar secara merata pada berbagai nilai prediksi sehingga tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]								
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.045	1.776		-0.588	0.558		
	PEER INFLUENCE	0.064	0.057	0.075	1.129	0.262	0.553	1.807
	RELIGIUSTAS	0.210	0.065	0.172	3.214	0.002	0.853	1.173
	KEPRERCAYAAN TRANSPARANSI DIGITAL	0.772	0.070	0.744	11.063	0.000	0.541	1.850
a.Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBAYARAAN ZIS MELALUI PLATFORM DIGITAL								

Sumber: Data diolah peneliti,2026

Berdasarkan nilai koefisien regresi, variabel Kepercayaan Transparansi Digital memiliki pengaruh paling besar terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital dibandingkan dengan variabel lainnya. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,772 yang merupakan nilai terbesar dibandingkan koefisien *Peer Influence* dan Religiusitas. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat kepercayaan terhadap transparansi digital yang dimiliki Generasi Z, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembayaran ZIS melalui platform digital.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 6.Hasil Uji T(Uji Parsial)

Coefficients[a]						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	-1.045	1.776		-0.588	0.558
	PEER INFLUENCE	0.064	0.057	0.075	1.129	0.262
	RELIGIUSITAS	0.210	0.065	0.172	3.214	0.002
	KEPERCAYAAN TRANSPARANSI DIGITAL	0.772	0.070	0.744	11.063	0.000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBAYARAN ZIS						

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan data diatas dapat dijelaskan secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t, variabel Peer Influence memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,064 dengan nilai t hitung sebesar 1,129 dan nilai signifikansi sebesar 0,262. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa Peer Influence memiliki hubungan searah dengan Keputusan Pembayaran ZIS. Artinya, setiap peningkatan Peer Influence sebesar satu satuan akan meningkatkan Keputusan Pembayaran ZIS sebesar 0,064 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,262 lebih besar dari 0,05 (0,262 > 0,05), sehingga menunjukkan bahwa Peer Influence tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital.
2. Berdasarkan hasil uji t, variabel Reigiusitas memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,210 dengan nilai t hitung sebesar 3,214 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa Religiusitas memiliki hubungan searah dengan Keputusan Pembayaran ZIS. Artinya, setiap peningkatan Religiusitas sebesar satu satuan akan meningkatkan Keputusan Pembayaran ZIS sebesar 0,210 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 (0,002 < 0,05), sehingga menunjukkan bahwa Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital.
3. Berdasarkan hasil uji t, variabel Kepercayaan Transparansi Digital memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,772 dengan nilai t hitung sebesar 11,063 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa Kepercayaan Transparansi Digital memiliki hubungan searah dengan Keputusan Pembayaran ZIS. Artinya, setiap peningkatan Kepercayaan Transparansi Digital sebesar satu satuan akan meningkatkan Keputusan Pembayaran ZIS sebesar 0,772 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga menunjukkan bahwa Kepercayaan Transparansi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 7. Hasil Uji F (Uji Parsial)

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	954.307	3	318.102	104.206	.000[b]
	Residual	293.053	96	3.053		
	Total	1247.360	99			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBAYARAN ZIS						
b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN TRANSPARANSI DIGITAL, RELIGIUSITAS, PEER INFLUENCE						

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 104,206 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan. Dengan demikian, variabel Peer Influence, Religiusitas, dan Kepercayaan Transparansi Digital secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875[a]	0.765	0.758	1.747
a. Predictors: (Constant), Kepercayaan Transparansi Digital, Religiusitas, Peer Influence				

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh nilai R Square sebesar 0,765 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,758. Nilai R Square sebesar 0,765 menunjukkan bahwa variabel Peer Influence, Religiusitas, dan Kepercayaan Transparansi Digital mampu menjelaskan variasi Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital sebesar 76,5%.

4.2 Pembahasan

Pengaruh *Peer Influence* terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital

Berdasarkan hasil uji parsial (*uji t*), variabel *peer influence* memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,262 (>0,05), sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital pada Generasi Z di Kota Jambi. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa *peer influence* berpengaruh terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keputusan Generasi Z dalam melakukan pembayaran ZIS melalui platform digital lebih didasarkan pada kesadaran pribadi daripada pengaruh lingkungan pertemanan. Meskipun Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang aktif berinteraksi melalui media sosial dan komunitas digital, keputusan untuk menunaikan zakat, infak, dan sedekah merupakan bentuk ibadah yang cenderung dipengaruhi

oleh keyakinan individu. Oleh karena itu, rekomendasi atau ajakan dari teman sebaya belum tentu menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan pembayaran ZIS secara digital.

Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 (<0,05) dengan koefisien regresi bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk menunaikan zakat, infak, dan sedekah melalui platform digital. Individu yang memiliki pemahaman agama yang baik akan memandang pembayaran ZIS sebagai kewajiban yang harus dipenuhi, terlepas dari media yang digunakan. Platform digital dipandang sebagai sarana yang mempermudah pelaksanaan ibadah tanpa mengurangi nilai syariatnya. Oleh karena itu, religiusitas menjadi faktor internal yang mampu mendorong Generasi Z dalam memanfaatkan layanan pembayaran ZIS secara digital.

Pengaruh Kepercayaan Transparansi Digital terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel kepercayaan transparansi digital memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) dengan koefisien regresi positif sebesar 0,772. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan transparansi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap transparansi pengelolaan dana merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembayaran ZIS secara digital. Generasi Z cenderung memilih platform yang mampu memberikan informasi secara terbuka mengenai proses penghimpunan, pengelolaan, dan penyaluran dana ZIS. Selain itu, aspek keamanan transaksi, kemudahan mengakses laporan, serta akuntabilitas lembaga pengelola zakat turut meningkatkan keyakinan masyarakat dalam menggunakan platform digital sebagai media pembayaran ZIS.

Pengaruh *Peer Influence*, Religiusitas, dan Kepercayaan Transparansi Digital terhadap Keputusan Pembayaran ZIS melalui Platform Digital

Hasil uji simultan (*uji F*) menunjukkan bahwa *peer influence*, religiusitas, dan kepercayaan transparansi digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,765 menunjukkan bahwa sebesar 76,5% variasi keputusan pembayaran ZIS dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 23,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil interaksi antara faktor sosial, faktor religius, dan faktor kepercayaan terhadap teknologi digital. Walaupun *peer influence* tidak berpengaruh secara parsial, keberadaannya tetap memberikan kontribusi ketika dianalisis secara simultan bersama religiusitas dan kepercayaan transparansi digital. Oleh karena itu, strategi peningkatan penghimpunan ZIS digital perlu diarahkan pada penguatan nilai religius masyarakat serta peningkatan transparansi dan akuntabilitas lembaga pengelola zakat agar kepercayaan publik terhadap layanan digital semakin meningkat.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *peer influence*, religiusitas, dan kepercayaan transparansi digital terhadap keputusan pembayaran zakat, infak, dan sedekah (ZIS) melalui platform digital pada Generasi Z di Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *peer influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. Sebaliknya, religiusitas dan kepercayaan transparansi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan Generasi Z dalam membayar ZIS secara digital lebih dipengaruhi oleh kesadaran beragama dan tingkat kepercayaan terhadap transparansi serta akuntabilitas platform digital dibandingkan pengaruh dari lingkungan pertemanan.

Secara simultan, *peer influence*, religiusitas, dan kepercayaan transparansi digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,765 menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 76,5% variasi keputusan pembayaran ZIS melalui platform digital, sedangkan sisanya sebesar 23,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan transparansi digital, akuntabilitas lembaga pengelola zakat, serta penguatan nilai-nilai religius merupakan aspek penting dalam mendorong partisipasi Generasi Z dalam pembayaran ZIS melalui platform digital.

DAFTAR PUSTAKA

Afiif, A., Ismail, W., & Nurdin, S. (2019). HUBUNGAN KECERDASAN EMOSIONAL DAN INTERAKSI TEMAN SEBAYA DENGAN PENYESUAIAN SOSIAL PADA MAHASISWA. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, *9*(1), 59–71. https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i1.853

Ahmad, K., & Yahaya, M. H. (2023). Islamic social financing and efficient z *akat* distribution: Impact of fintech adoption among the *asnaf* in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, *14*(9), 2253–2284. https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2021-0102

Al-Qudah, A. A., Al-Okaily, M., Shiyyab, F. S., Taha, A. A. D., Almajali, D. A., Masa'deh, R., & Warrad, L. H. (2024). Determinants of Digital Payment Adoption Among Generation Z: An Empirical Study. *Journal of Risk and Financial Management*, *17*(11), 521. https://doi.org/10.3390/jrfm17110521

Andira Tsaniya Al-Labiyah, Lusi Nurul Aulia, Najuwa Aurel Annisa, & Lili Puspita Sari. (2023). Peran ZIS Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Sosial di Indonesia. *Islamic Economics and Business Review*, *2*(2). https://doi.org/10.59580/iesbir.v2i2.6003

Apaut, V. A., & Suparman, S. (2021). Membangun Disiplin Rohani Siswa pada Generasi Milenial Melalui Jurnal Membaca Alkitab [Building Milenial Students' Spiritual Discipline through Bible Reading Journalling]. *Diligentia: Journal of Theology and Christian Education*, *3*(2), 110. https://doi.org/10.19166/dil.v3i2.2530

Aristyanto, E., & Edi, A. S. (2023). OPTIMIZATION OF ZAKAT RECEIVING THROUGH THE DIGITAL PLATFORM AT THE ZAKAT MANAGEMENT FOUNDATION IN SURABAYA. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, *6*(2), 11–39. https://doi.org/10.47532/jis.v6i2.790

Aziz, A. F. (2017). Analisis Istinbât? Hukum Akad Perkawinan melalui Media Elektronik dalam Perspektif Hukum Islam. *Tafáqquh: Jurnal Penelitian Dan Kajian Keislaman*, *5*(1), 102–117. https://doi.org/10.52431/tafaqquh.v5i1.85

Bahri, Bahri, E. S., Suhaeti, A., Bahri, Nasution, N., & Bahri. (2021). Trust, Religiousity, Income, Quality of Accounting Information, and Muzaki Decision to Pay Zakat. *JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN ISLAM*, *9*(1), 39–58. https://doi.org/10.35836/jakis.v9i1.217

Fadhil, M., & Sari, L. P. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MEMBAYAR ZIS MENGGUNAKAN GOPAY. *Veteran Economics, Management & Accounting Review*, *1*(1). https://doi.org/10.59664/vemar.v1i1.4829

IAIN Pontianak, Verdianti, V., Puja, P., & IAIN Pontianak. (2023). Pengaruh Penggunaan Digitalisasi Zakat Terhadap Efektivitas Pengumpulan Zakat Pada Baznas Kalbar. *AKTIVA: Journal of Accountancy and Management*, *1*(1), 43–53. https://doi.org/10.24260/aktiva.v1i1.992

Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: Lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, *12*(3), 362–379. https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258

Khotijah, V. S. (2025). *PENGARUH FINANCIAL LITERACY, PEER INFLUENCE, DAN FINANCIAL TECHNOLOGY PAYMENT TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI IKIP PGRI BOJONEGORO*.

Kurniaputri, M. R., Dwihapsari, R., Huda, N., & Rini, N. (2020). INTENSI PERILAKU DAN RELIGIUSITAS GENERASI MILLENIALS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBAYARAN ZIS MELALUI PLATFORM DIGITAL. *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *7*(2), 15–22. https://doi.org/10.34308/eqien.v7i2.134

Manuain, L. M. M., Moru, O. O., Renda, T., & Naitboho, J. (2022). Persepsi Generasi Z Terhadap Toleransi Beragama di Media Sosial. *ASKETIK*, *6*(2), 213–224. https://doi.org/10.30762/asketik.v6i2.269

Masrurah, S. (2019). EFEKTIFITAS PENYALURAN ZAKAT, INFAK SEDEKAH MELAUI APLIKASI ONLINE. *Jurnal Andi Djemma | Jurnal Pendidikan*, *2*(1), 90–96. https://doi.org/10.35914/jad.v2i1.158

Nurul Aini, & Paksi, G. (2024). DETERMINAN KEPUTUSAN GENERASI Z DALAM MELAKUKAN PEMBAYARAN ZIS MELALUI DIGITAL PLATFORM. *Islamic Economics and finance in Focus*, *3*(4), 708–727. https://doi.org/10.21776/ieff.2024.03.04.04

Oktavendi, T. W., & Mua'ammal, I. (2021). The Role Of Risk, Trust, Social Influence On ZIS Online Payment Adoption: Generation-Z Perspectives. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, *11*(2), 430–446. https://doi.org/10.22219/jrak.v11i2.17400

Pulungan, S., & Zaenal, M. H. (2025). Pengaruh Religiositas, Literasi Keuangan Syariah, Transparansi, Reputasi Platform dan Sistem Keamanan terhadap Keputusan Gen Z dalam Membayar Zakat secara Online. *Journal of Economics and Management Scienties*, 367–373. https://doi.org/10.37034/jems.v7i3.143

Rafi Hendarman, M. N., & Andriani, M. (2024). PENGARUH SOCIAL MEDIA USAGE, PEER INFLUENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI ELECTRONIC WORD OF MOUTH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ONLINE MARKETPLACE. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, *2*(1), 291–304. https://doi.org/10.35384/jamie.v2i1.543

Rahimah, A., & Yani, P. (2023). THE EFFECTIVENESS OF QRIS PAYMENTS IN AN ISLAMIC PERSPECTIVE BASED ON PADG NO.24/1/PADG/2022. *AN NUQUD*, *2*(1), 34–39. https://doi.org/10.51192/annuqud.v2i1.426

Ramadhany, C., Isnaeni, N., & Rafiqi, R. (2021). Empowerment Of Muslim Entrepreneurs Community In Efforts To Optimize Zakat Collection Through Digital Fundraising Media. *Annual International Conference on Islamic Economics and Business (AICIEB)*, *1*, 95–106. https://doi.org/10.18326/aicieb.v1i0.11

Rokayah, Y., Kuswandi, K., Ismiyati, I., & Rusyanti, S. (2021). PERAN KONSELOR SEBAYA TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN DAN PERILAKU TANGGAP DARURAT BENCANA. *Jurnal Medikes (Media Informasi Kesehatan)*, *8*(1), 145–156. https://doi.org/10.36743/medikes.v8i1.276

Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, *2*(1), 59–72. https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812

Subiyanto, A., Boer, R., Aldrian, E., Perdinan, P., & Kinseng, R. (2018). Isu Perubahan Iklim Dalam Konteks Keamanan Dan Ketahanan Nasional. *Jurnal Ketahanan Nasional*, *24*(3), 287. https://doi.org/10.22146/jkn.37734

Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan: (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* (Cet. 6). Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Cetakan ke-19). ALFABETA, CV.

Susilowati, F. D., Ridlwan, A. A., Fikriyah, K., Yasin, A., Monoarfa, H., & Shikur, A. A. (2023). *Unveiling Zakat Decision: Exploring the Role of Religiosity, Moral Reasoning, Peer Influence, and System Fairness in Shaping Institutional Trust and Customer Zakat Intentions*. *10*.

Syafira, F. N., Ratnasari, R. T., & Ismail, S. (2020). THE EFFECT OF RELIGIOSITY AND TRUST ON INTENTION TO PAY IN ZISWAF COLLECTION THROUGH DIGITAL PAYMENTS. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, *6*(1), 98. https://doi.org/10.20473/jebis.v6i1.17293

Widiastuti, T., Wibowo, K., & Siregar, Y. (2021). Financial Technology And Zakat Management Effectiveness. Doi: Https://Doi.Org/10.20473/Vol8iss20214pp155-170