

PENGARUH UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT) DAN LITERASI WAKAF TERHADAP NIAT UNTUK BERWAKAF UANG SECARA DIGITAL DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI: STUDI KASUS GENERASI MILLENIAL DI KOTA BANDUNG

Sulthan Thariq Al Farras, Faoziah Ulfah Fatmawati

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran

Email: sulthan22003@mail.unpad.ac.id, faoziah.ulfah@unpad.ac.id

ABSTRAK

Wakaf uang secara digital memiliki potensi besar sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi umat Islam, namun tingkat partisipasi generasi milenial terhadap platform wakaf digital di Indonesia masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas yang mendukung, literasi wakaf, dan kepercayaan terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring terhadap 115 responden generasi milenial berusia 28 hingga 40 tahun yang berdomisili di Kota Bandung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas yang mendukung, dan literasi wakaf berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwakaf uang secara digital, sedangkan ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan. Kepercayaan ditemukan berpengaruh signifikan namun dengan arah negatif sehingga hipotesisnya ditolak. Pada pengujian mediasi, kepercayaan terbukti memediasi hubungan ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan fasilitas yang mendukung terhadap niat berwakaf digital dengan arah negatif, sementara kepercayaan tidak terbukti memediasi hubungan ekspektasi kinerja dan literasi wakaf terhadap niat berwakaf digital.

Kata kunci: Wakaf Uang Digital, Niat Berwakaf, UTAUT, Literasi Wakaf, Kepercayaan, Generasi Milenial

ABSTRACT

Digital cash waqf holds significant potential as an instrument for Muslim economic empowerment; however, millennial participation in digital waqf platforms in Indonesia remains relatively low. This study aims to analyze the influence of performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, waqf literacy, and trust on the intention of millennials in Bandung City to perform digital cash waqf, with trust as a mediating variable.

This research employs a quantitative approach using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through SmartPLS 4 software. Data were collected via an online questionnaire administered to 115 millennial respondents aged 28 to 40 years residing in Bandung City.

The findings reveal that effort expectancy, social influence, facilitating conditions, and waqf literacy have a positive and significant effect on the intention to perform digital cash waqf, while performance

Article history

Received: Juni 2026

Reviewed: Juni 2026

Published: Juni 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

expectancy shows no significant effect. Trust was found to exert a significant but negative influence on waqf intention, leading to the rejection of its hypothesis. In terms of mediation, trust significantly mediates the relationships between effort expectancy, social influence, and facilitating conditions on digital waqf intention in a negative direction, while trust does not mediate the relationships between performance expectancy and waqf literacy on digital waqf intention.

Keywords: Digital Cash Waqf, Waqf Intention, UTAUT, Waqf Literacy, Trust, Millennials

PENDAHULUAN

Wakaf sebagai instrumen filantropi Islam memiliki kedudukan strategis dalam mendorong kesejahteraan umat secara berkelanjutan. Berbeda dengan instrumen sosial lainnya, wakaf bersifat permanen dalam pokoknya namun terus mengalirkan manfaat bagi penerima, sehingga menjadikannya sebagai salah satu pilar penting dalam arsitektur ekonomi Islam. Di Indonesia, potensi wakaf nasional diperkirakan mencapai Rp180 triliun per tahun, namun realisasi penghimpunan wakaf uang hingga tahun 2025 baru mencapai sekitar Rp3,4 triliun. Data tersebut menunjukkan adanya sebuah kesenjangan yang mencerminkan masih besarnya ruang untuk akselerasi partisipasi masyarakat. Kondisi ini mendorong Badan Wakaf Indonesia (BWI) untuk menggencarkan transformasi wakaf melalui inovasi digital, dengan menargetkan segmen generasi milenial yang melek teknologi sebagai motor penggerak utama pertumbuhan wakaf uang di era modern.

Penetrasi internet yang tinggi di Indonesia menjadi fondasi yang kuat bagi pengembangan wakaf digital. Data APJII tahun 2025 mencatat jumlah pengguna internet Indonesia telah mencapai 229,4 juta jiwa dengan tingkat penetrasi sebesar 80,66%, sementara platform wakaf digital yang terintegrasi di bawah BWI telah mencatat lebih dari 1,7 juta wakif terdaftar. Angka ini menunjukkan bahwa ekosistem digital untuk wakaf telah mulai terbentuk, namun potensi partisipasi yang sesungguhnya masih jauh dari optimal. Pertanyaan mendasar yang muncul adalah: faktor-faktor apa yang secara nyata membentuk kesiapan dan kemauan generasi milenial untuk mengadopsi wakaf uang melalui platform digital?

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini mengintegrasikan dua kerangka teoritis yang saling melengkapi. Pertama, *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003), yang menjelaskan adopsi teknologi melalui empat konstruk utama: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan fasilitas yang mendukung. Kedua, literasi wakaf sebagai basis kognitif yang menentukan sejauh mana individu memahami, mempercayai, dan merasa mampu berpartisipasi dalam ekosistem wakaf. Integrasi kedua kerangka ini dalam satu model terpadu merupakan kebaruan yang belum banyak dieksplorasi dalam literatur wakaf digital yang ada. Studi terdahulu seperti Loke et al. (2025) menunjukkan bahwa konstruk UTAUT berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi layanan keuangan digital, sementara Masrizal et al. (2023) dan Maulina et al. (2025) menegaskan pentingnya literasi wakaf dalam mendorong partisipasi berwakaf. Namun demikian, kedua pendekatan tersebut masih berjalan secara terpisah dan belum terintegrasi dalam satu model struktural yang utuh.

Selain itu, penelitian ini menempatkan kepercayaan (*trust*) sebagai variabel mediasi, bukan sekadar variabel independen sebagaimana lazim dalam penelitian wakaf sebelumnya. Penempatan ini didasarkan pada logika bahwa konstruk UTAUT dan literasi wakaf tidak serta-merta mendorong niat berwakaf digital secara langsung, melainkan bekerja melalui mekanisme pembangunan kepercayaan terhadap lembaga dan platform wakaf digital terlebih dahulu. Studi Loke et al. (2025) mendukung peran mediasi kepercayaan dalam jalur pengaruh sosial dan fasilitas yang mendukung, sementara penelitian Tang et al. (2021) menemukan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh ekspektasi usaha terhadap niat penggunaan pembayaran seluler. Posisi kepercayaan sebagai mediator dalam model ini memberikan kerangka penjelasan yang lebih nuansa dan realistis terhadap kompleksitas perilaku berwakaf digital.

Penelitian ini dilakukan terhadap generasi milenial di Kota Bandung, yang dipilih berdasarkan karakteristik demografis dan tingginya tingkat pemanfaatan teknologi digital di wilayah tersebut. Data BPS mencatat bahwa 97,92% rumah tangga di Kota Bandung merupakan pengguna smartphone dan 84,39% merupakan pengguna internet aktif, menjadikannya lokasi yang representatif untuk mengkaji adopsi wakaf digital. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan model perilaku filantropi Islam berbasis digital, sekaligus menyediakan rekomendasi praktis bagi lembaga wakaf, regulator, dan pemangku kepentingan dalam mempercepat transformasi wakaf menuju visi Indonesia Emas 2045.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Ekspektasi Kinerja dan Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Ekspektasi kinerja didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan efektivitas kinerjanya dalam melakukan suatu aktivitas (Venkatesh et al., 2003). Dalam konteks wakaf digital, ekspektasi kinerja mencerminkan sejauh mana individu meyakini bahwa platform wakaf digital mampu memberikan manfaat nyata, seperti kemudahan pengelolaan donasi, efisiensi transaksi, dan kejelasan pelaporan penggunaan dana. Penelitian Loke et al. (2025) mengkonfirmasi bahwa ekspektasi kinerja berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi layanan keuangan digital, sementara Alimusa et al. (2025) menemukan hal serupa dalam konteks adopsi wakaf online di kalangan pemuda Muslim Indonesia. Berdasarkan argumen tersebut, dirumuskan hipotesis berikut:

H1: Ekspektasi kinerja berpengaruh positif terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.

2. Ekspektasi Usaha dan Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Ekspektasi usaha merujuk pada persepsi individu mengenai tingkat kemudahan yang terkait dengan penggunaan suatu sistem atau teknologi (Venkatesh et al., 2003). Semakin rendah usaha yang dibutuhkan untuk mengoperasikan platform wakaf digital, semakin besar kemungkinan individu untuk berniat menggunakannya. Dalam konteks wakaf digital, ekspektasi usaha mencakup kemudahan navigasi platform, kesederhanaan proses transaksi, serta kecepatan dalam menyelesaikan pembayaran wakaf. Kasmon et al. (2025) menemukan bahwa ekspektasi usaha merupakan satu-satunya konstruk UTAUT yang berpengaruh signifikan terhadap niat digitalisasi kegiatan wakaf, sementara Loke et al. (2025) mengkonfirmasi relevansinya dalam

konteks adopsi layanan keuangan digital Islam secara lebih luas. Berdasarkan argumen tersebut, dirumuskan hipotesis berikut:

H2: Ekspektasi usaha berpengaruh positif terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.

3. Pengaruh Sosial dan Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Pengaruh sosial didefinisikan sebagai sejauh mana individu mempersepsi bahwa orang-orang penting di sekitarnya mendukung penggunaan suatu teknologi baru (Venkatesh et al., 2003). Dalam konteks wakaf digital, pengaruh sosial mencerminkan dorongan dari keluarga, teman, komunitas keagamaan, dan tokoh agama yang mendorong individu untuk berwakaf melalui platform digital. Dimensi ini sangat relevan dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia yang memiliki ikatan komunitas keagamaan yang kuat, di mana keputusan filantropi seringkali dipengaruhi oleh norma sosial dan rekomendasi dari lingkungan terdekat. Loke et al. (2025) dan Maulina et al. (2025) secara konsisten menemukan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap niat berpartisipasi dalam instrumen keuangan Islam berbasis digital. Berdasarkan argumen tersebut, dirumuskan hipotesis berikut:

H3: Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.

4. Fasilitas yang Mendukung dan Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Fasilitas yang mendukung merujuk pada persepsi individu bahwa infrastruktur teknis dan organisasional yang memadai tersedia untuk mendukung penggunaan suatu teknologi (Venkatesh et al., 2003). Dalam konteks wakaf digital, konstruk ini mencakup ketersediaan konektivitas internet, beragam metode pembayaran digital, serta dukungan teknis dari lembaga wakaf. Asyari et al. (2024) menemukan bahwa ketersediaan fasilitas pendukung berkontribusi signifikan terhadap kesiapan individu dalam mengadopsi layanan wakaf berbasis digital. Tingginya penetrasi internet dan kepemilikan smartphone di Kota Bandung memperkuat relevansi konstruk ini dalam konteks penelitian. Berdasarkan argumen tersebut, dirumuskan hipotesis berikut:

H4: Fasilitas yang mendukung berpengaruh positif terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.

5. Literasi Wakaf dan Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Literasi wakaf didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran individu mengenai konsep, hukum, mekanisme, dan manfaat wakaf, khususnya wakaf uang dalam konteks digital (Rohmana et al., 2024). Individu dengan literasi wakaf yang tinggi cenderung memiliki keyakinan yang lebih kuat terhadap legitimasi dan manfaat berwakaf secara digital, sehingga lebih terdorong untuk berniat berpartisipasi. Masrizal et al. (2023) menemukan bahwa literasi wakaf berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf uang, sementara Maulina et al. (2025) menegaskan bahwa pemahaman substantif tentang wakaf merupakan prasyarat kognitif yang esensial dalam mendorong partisipasi filantropi Islam. Berdasarkan argumen tersebut, dirumuskan hipotesis berikut:

H5: Literasi wakaf berpengaruh positif terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.

6. Kepercayaan dan Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan individu bahwa pihak yang dipercaya. Dalam hal ini lembaga dan platform wakaf digital akan bertindak jujur, kompeten, dan tidak merugikan kepentingan pihak lain (Asyari et al., 2024). Kepercayaan menjadi konstruk yang sangat krusial dalam ekosistem filantropi digital mengingat sifat transaksi yang tidak tatap muka dan melibatkan penyerahan aset secara permanen. Kasri & Chaerunnisa (2022) menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf uang secara digital, sementara Maulina et al. (2025) mengkonfirmasi peran sentralnya dalam mendorong partisipasi wakaf produktif. Berdasarkan argumen tersebut, dirumuskan hipotesis berikut:

H6: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.

7. Peran Mediasi Kepercayaan

Kepercayaan dalam penelitian ini tidak hanya diposisikan sebagai variabel independen, tetapi juga sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh konstruk UTAUT dan literasi wakaf terhadap niat berwakaf digital. Loke et al. (2025) menemukan bahwa kepercayaan memediasi pengaruh performance expectancy dan social influence terhadap niat adopsi layanan keuangan digital, sementara Tang et al. (2021) mengkonfirmasi peran mediasi kepercayaan dalam hubungan ekspektasi usaha terhadap niat penggunaan pembayaran seluler. Asyari et al. (2024) juga menemukan bahwa kepercayaan memediasi sebagian hubungan antara pengetahuan wakaf dan niat berwakaf daring. Berdasarkan argumen-argumen tersebut, dirumuskan hipotesis mediasi sebagai berikut:

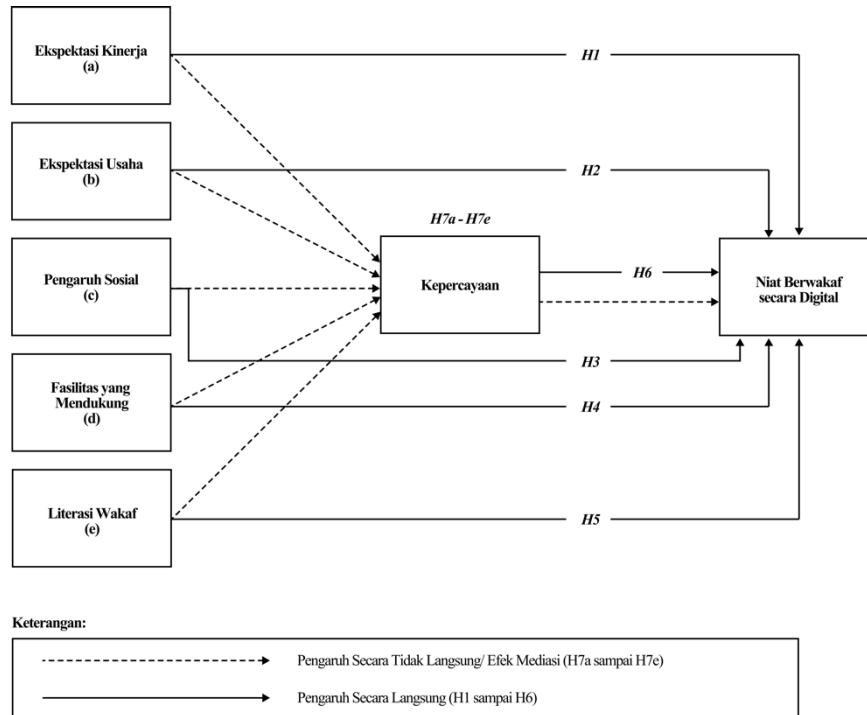
H7a: Kepercayaan memediasi hubungan antara ekspektasi kinerja terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.

H7b: Kepercayaan memediasi hubungan antara ekspektasi usaha terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.

H7c: Kepercayaan memediasi hubungan antara pengaruh sosial terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.

H7d: Kepercayaan memediasi hubungan antara fasilitas yang mendukung terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.

H7e: Kepercayaan memediasi hubungan antara literasi wakaf terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital.



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausal-eksplanatori yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel independen, mediasi, dan dependen dalam satu model struktural yang terintegrasi. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang berorientasi pada pengujian hipotesis secara sistematis dan terukur. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu generasi milenial yang berdomisili di Kota Bandung, yakni mereka yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996 dan telah menggunakan layanan internet secara aktif. Populasi penelitian ini bersifat tidak terbatas (*infinite population*) mengingat tidak tersedianya data pasti jumlah milenial pengguna platform wakaf digital di Kota Bandung, sehingga penentuan ukuran sampel mengacu pada formula Hair et al. (2017) dalam konteks PLS-SEM, dengan mempertimbangkan jumlah indikator terbanyak yang mengarah pada satu konstruk dikalikan sepuluh. Berdasarkan perhitungan tersebut, ditetapkan jumlah sampel minimum sebesar 115 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: berusia 28 hingga 40 tahun dan berdomisili di Kota Bandung. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring yang disebarakan selama periode penelitian menggunakan skala Likert empat poin, mulai dari angka 1 yang menyatakan sangat tidak setuju hingga angka 4 yang menyatakan sangat setuju.

Penelitian ini melibatkan tujuh variabel yang terdiri dari enam variabel independen yakni ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas yang mendukung, literasi wakaf, dan kepercayaan, satu variabel mediasi yakni kepercayaan, serta satu variabel dependen yakni niat berwakaf uang secara digital. Seluruh konstruk diukur menggunakan indikator reflektif yang diadaptasi dari instrumen penelitian terdahulu yang telah tervalidasi, sebagaimana dirangkum dalam Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Sumber
Ekspektasi Kinerja (X1)	Efisiensi waktu pengerjaan	Platform digital wakaf membantu saya membayar wakaf di mana saja	Ordinal	(Aman Shah Siraj et al., 2022; Ivanova & Yeon KIM, 2022; Loke et al., 2025; Venkatesh et al., 2003)
	Persepsi Kegunaan	Platform digital wakaf membantu saya untuk menyelesaikan kegiatan berwakaf saya lebih cepat		
	Peningkatan Produktivitas	Platform digital wakaf meningkatkan produktivitas saya		
Ekspektasi Usaha (X2)	Persepsi Kemudahan Penggunaan	- Saya dapat dengan mudah dan jelas memahami fitur platform digital wakaf - Saya pikir platform digital wakaf mudah untuk digunakan	Ordinal	(Ivanova & Yeon KIM, 2022; Loke et al., 2025; Venkatesh et al., 2003)
	Kemudahan Mempelajari Sistem	Bagi saya, mempelajari pengoperasian platform wakaf digital adalah hal yang mudah		
Pengaruh Sosial (X3)	Pengaruh Orang Terdekat	- Teman dan keluarga saya menganggap platform digital wakaf bermanfaat - Orang-orang yang penting (keluarga dan teman) bagi saya berpikir bahwa saya harus menggunakan platform digital wakaf	Ordinal	(Ivanova & Yeon KIM, 2022; Loke et al., 2025; Venkatesh et al., 2003)
	Pengaruh Orang Penting	Orang-orang yang memengaruhi perilaku (ustadz, atasan, dosen, tokoh masyarakat) saya berpikir bahwa saya harus menggunakan platform digital wakaf.		
Fasilitas yang Mendukung (X4)	Dukungan Teknis dan Sosial	Saya memiliki orang-orang yang dapat saya hubungi jika saya mengalami kesulitan dalam menggunakan platform digital wakaf.	Ordinal	(Ivanova & Yeon KIM, 2022; Loke et al., 2025; Venkatesh et al., 2003)
	Sumber Daya Mendukung	Saya memiliki akses internet dan perangkat yang mendukung untuk berwakaf secara digital		
Literasi Wakaf (X5)	Pengetahuan Konsep Dasar	- Saya memahami secara umum konsep wakaf termasuk wakaf uang. - Saya mengetahui perbedaan wakaf dengan instrumen sosial lainnya seperti zakat, infaq, shadaqah	Ordinal	(Masrizal et al., 2023)
	Pemahaman Ekosistem dan Tata Kelola	Saya mengetahui bahwa pengelolaan wakaf harus dikelola		

		oleh nazhir (pihak yang mengelola wakaf) • Saya mengetahui bahwa pengelolaan wakaf uang harus dikelola secara produktif		
	Pengetahuan Prosedural	• Saya mengetahui prosedur untuk menjadi wakif (orang yang berwakaf)		
Niat Berwakaf Uang Secara Digital (Y)	Keinginan Berwakaf Uang Secara Digital	• Saya berniat melakukan wakaf uang secara digital	Ordinal	(Kasri & Chaerunnisa, 2022)
	Komitmen dan Frekuensi Berwakaf Uang Secara Digital	• Saya berencana melakukan wakaf uang secara digital di masa depan • Saya akan melakukan wakaf uang secara digital sesering mungkin		
Kepercayaan (Z)	Kredibilitas dan Integritas Lembaga	• Saya percaya pada informasi yang diberikan oleh lembaga wakaf digital • Saya percaya bahwa lembaga wakaf digital akan menyalurkan dana wakaf kepada penerima wakaf (mauquf alaih) dengan tepat	Ordinal	(Asyari et al., 2024; Kasri & Chaerunnisa, 2022; Loke et al., 2025)
	Persepsi Keamanan dan Keandalan Sistem	• Platform digital wakaf tampak aman dan dapat diandalkan		
	Kepercayaan Transaksional	• Saya sepenuhnya percaya pada penggunaan platform digital wakaf dalam transaksi saya.		

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Pemilihan PLS-SEM didasarkan pada kemampuannya dalam menangani model yang kompleks dengan ukuran sampel yang relatif kecil, serta kesesuaiannya untuk menguji model prediktif yang melibatkan variabel mediasi. Evaluasi model dilakukan dalam dua tahap: pertama, pengujian *outer model* yang mencakup uji validitas konvergen melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) $\geq 0,50$ dan *factor loading* $\geq 0,70$, serta uji reliabilitas melalui nilai *Composite Reliability* (CR) $\geq 0,70$ dan *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$. Kedua, pengujian *inner model* yang mencakup uji koefisien determinasi (*R-Square*), relevansi prediktif (*Q-Square*), dan pengujian hipotesis melalui prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel. Signifikansi hipotesis ditentukan berdasarkan nilai T-statistik $\geq 1,645$ dan *p-value* $\leq 0,05$ pada tingkat kepercayaan 95%. Pengujian efek mediasi dilakukan menggunakan metode *Bootstrapping Confidence Interval* (BCI), di mana mediasi dinyatakan signifikan apabila interval kepercayaan tidak mencakup angka nol.

HASIL DAN PEMBAHASAN**A. Karakteristik Responden**

Karakteristik responden yakni generasi milenial di Kota Bandung yang selanjutnya dinyatakan sebagai sampel. Dalam analisis ini dilakukan pula analisis mengenai profil partisipan menurut karakteristik demografi.

Tabel 2. Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Frekuensi	Presentase
1.	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	53	46,09%
	Perempuan	62	53,91%
2.	Usia		
	28	14	12,17%
	29	8	6,95%
	30	23	20%
	31	13	11,3%
	32	28	24,35%
	33	10	8,7%
	34	7	6,09%
	35	7	6,09%
	36	1	0,87%
	37	2	1,74%
	38	1	0,87%
	40	1	0,87%
3.	Pengalaman Berwaka		
	Sudah Pernah	93	80,87%
	Belum Pernah	22	19,13%
4.	Pendidikan Terakhir		
	SMA/ sederajat	24	20,87%
	Diploma I/II/III	5	4,35%
	Diploma IV/Sarjana	78	67,82%
	S2	7	6,09%
	S3	1	0,87%
5.	Pekerjaan		
	Wiraswasta	45	39,13%
	Karyawan Swasta	51	44,35%
	PNS	17	14,78%
	Lainnya	2	1,74%
6.	Penghasilan Per Bulan		
	> Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000	44	38,26%
	> Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	59	51,31%
	> Rp 10.000.000	12	10,43%
	Wilayah Domisili		
	Bandung Utara	27	23,49%
	Bandung Timur	43	37,39%

	Bandung Selatan	30	26,08%
	Bandung Barat	15	13,04%

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

B. Evaluasi Pengukuran Model (Outer Model)

1. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen dinilai melalui dua parameter utama, yaitu nilai *outer loadings* serta AVE. Validitas indikator ditunjukkan oleh nilai *outer loading* $\geq 0,70$, sedangkan validitas konvergen konstruk ditunjukkan oleh nilai AVE $> 0,50$ (Hair et al., 2017).

Tabel 3. Hasil Uji Outer Loadings

Item Variabel	Loading Factor	R Kritis	Kriteria (Loading Factor $\geq 0,70$)
EK1	0.855	0.7	Valid
EK2	0.813	0.7	Valid
EK3	0.674	0.7	Tidak Valid
EU1	0.827	0.7	Valid
EU2	0.881	0.7	Valid
EU3	0.844	0.7	Valid
FM1	0.942	0.7	Valid
FM2	0.937	0.7	Valid
K1	0.806	0.7	Valid
K2	0.829	0.7	Valid
K3	0.839	0.7	Valid
K4	0.824	0.7	Valid
LW1	0.763	0.7	Valid
LW2	0.794	0.7	Valid
LW3	0.805	0.7	Valid
LW4	0.721	0.7	Valid
LW5	0.656	0.7	Tidak Valid
NBUD1	0.879	0.7	Valid
NBUD2	0.742	0.7	Valid
NBUD3	0.864	0.7	Valid
PS1	0.857	0.7	Valid
PS2	0.838	0.7	Valid
PS3	0.848	0.7	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Tabel 3 memperlihatkan bahwa mayoritas indikator yang diterapkan pada studi ini memenuhi ambang batas *loading factor* $\geq 0,70$. Di sisi lain, terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai *loading factor* di bawah 0,7, yaitu EK3 sebesar 0,674, dan LW5 sebesar 0,656 sehingga belum sepenuhnya memenuhi syarat validitas konvergen. Menurut Hair et al (2017), dalam analisis PLS-SEM indikator dengan nilai *loading factor* antara 0,4 sampai 0,7 masih dapat digunakan apabila konstruk penelitian tetap menunjukkan reliabilitas dan validitas yang baik. Oleh sebab itu, indikator dengan nilai di bawah 0,7 tersebut tetap dimasukkan ke dalam model karena masih mampu memberikan kontribusi yang cukup dalam menjelaskan konstruk penelitian tanpa menurunkan kualitas model secara keseluruhan.

Tabel 4. Hasil Uji AVE

Variabel	Nilai AVE	R Kritis	Kriteria (AVE > 0,50)
Ekspektasi Kinerja (X1)	0.616	0.5	VALID
Ekspektasi Usaha (X2)	0.724	0.5	VALID
Fasilitas yang Memadai (X3)	0.883	0.5	VALID
Pengaruh Sosial (X4)	0.719	0.5	VALID
Literasi Wakaf (X5)	0.562	0.5	VALID
Kepercayaan (Z)	0.680	0.5	VALID
Niat Berwakaf Uang secara Digital (Y)	0.690	0.5	VALID

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Nilai AVE pada seluruh variabel melampaui batas minimal 0,50. Artinya, setiap konstruk dapat menjelaskan lebih dari setengah varians indikatornya sehingga memenuhi validitas konvergen.

2. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan diuji menggunakan dua pendekatan, yaitu *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) dan kriteria Fornell-Larcker. Konstruk dianggap mempunyai validitas diskriminan yang baik jika nilai HTMT < 0,90 (Hair et al., 2017).

Tabel 5. Hasil Uji HTMT

	EK	EU	FM	K	LW	NBUD	PS
EK							
EU	0.513						
FM	0.296	0.165					
K	0.435	0.430	0.375				
LW	0.591	0.269	0.418	0.390			
NBUD	0.428	0.347	0.341	0.207	0.428		
PS	0.390	0.117	0.168	0.288	0.143	0.506	

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Hasil HTMT pada Tabel 5 memperlihatkan bahwa seluruh pasangan konstruk mempunyai nilai $<0,90$. Kondisi ini mengindikasikan bahwasannya setiap variabel dalam model pada studi ini menggambarkan konsep yang secara empiris berbeda satu sama lain.

Tabel 6. Hasil Uji Fornell-Larcker

	EK	EU	FM	K	LW	NBUD	PS
EK	0.785						
EU	0.398	0.851					
FM	0.249	0.136	0.940				
K	0.349	0.365	0.325	0.824			
LW	0.437	0.248	0.360	0.345	0.750		
NBUD	0.357	0.294	0.302	0.167	0.386	0.831	
PS	0.292	0.088	0.141	0.240	0.101	0.400	0.848

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Tabel 5 mengindikasikan bahwa akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar dibanding hubungan antar-konstruk di baris atau kolom yang bersangkutan. Hal ini membuktikan bahwa masing-masing variabel memiliki korelasi lebih erat dengan indikatornya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain dalam model, sehingga validitas diskriminan terpenuhi secara keseluruhan.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dijalankan menggunakan dua parameter, yaitu *Cronbach's Alpha* (CA) serta *Composite Reliability* (CR). Kedua nilai tersebut harus mencapai $\geq 0,70$ agar suatu konstruk dapat dinyatakan reliabel (Hair et al., 2017).

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
EK	0.700	0.765	Reliabel
EU	0.811	0.825	Reliabel
FM	0.868	0.869	Reliabel
K	0.843	0.846	Reliabel
LW	0.813	0.829	Reliabel
NBUD	0.778	0.817	Reliabel
PS	0.805	0.807	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Hasil pada Tabel 7 menunjukkan bahwa variabel EU, FM, K, LW, NBUD, dan PS memiliki nilai CA dan CR yang jauh melampaui ambang batas 0,70. Sementara itu, variabel EK memiliki nilai CA tepat 0,7, namun nilai CR sebesar 0,765 yang dimana sudah memenuhi kriteria

reliabilitas sehingga variable tersebut tetap dinyatakan reliabel. Oleh karena itu, instrumen pengukuran penelitian ini terbukti reliabel serta konsisten pada variabel yang diukur.

C. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

1. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan memastikan bahwa estimasi koefisien jalur (*path coefficients*) dalam model struktural tidak terdistorsi akibat hubungan linear yang terlalu kuat antara variabel-variabel prediktor. Dalam prosedur multikolinearitas dinilai melalui nilai VIF dengan ambang batas $< 3,3$ sebagai syarat terpenuhinya asumsi bebas multikolinearitas dalam model PLS-SEM (Hair et al., 2017).

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Item Variabel	VIF	R Kritis	Kriteria (Loading Factor < 3.3)
EK1	1.337	3.3	VALID
EK2	1.528	3.3	VALID
EK3	1.331	3.3	VALID
EU1	1.891	3.3	VALID
EU2	2.039	3.3	VALID
EU3	1.584	3.3	VALID
FM1	2.422	3.3	VALID
FM2	2.422	3.3	VALID
K1	1.756	3.3	VALID
K2	2.055	3.3	VALID
K3	2.040	3.3	VALID
K4	1.801	3.3	VALID
LW1	1.459	3.3	VALID
LW2	2.324	3.3	VALID
LW3	2.230	3.3	VALID
LW4	1.301	3.3	VALID
LW5	1.620	3.3	VALID
NBUD1	1.721	3.3	VALID
NBUD2	1.448	3.3	VALID
NBUD3	1.799	3.3	VALID
PS1	1.746	3.3	VALID
PS2	1.749	3.3	VALID
PS3	1.716	3.3	VALID

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Hasil pada tabel 8 di atas, seluruh variabel telah memenuhi kriteria VIF yang baik, yaitu memiliki nilai $< 3,3$. Hasil ini membuktikan bahwa tidak terjadi gejala redundansi atau korelasi linier yang berlebihan di antara variabel independen maupun variabel mediasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model struktural dalam penelitian ini telah sepenuhnya terbebas dari masalah multikolinearitas, sehingga pengujian kekuatan prediksi model dan pengujian signifikansi hipotesis dapat dilakukan pada tahap berikutnya dengan hasil yang objektif dan valid.

2. Uji R-Square

Uji R-Square bertujuan mengukur kemampuan prediktif model, yakni tingkat proporsi variansi variabel dependen yang bisa diuraikan oleh variabel-variabel independen di dalam model. Semakin tinggi nilai R^2 , semakin kuat kemampuan penjelas model tersebut (Hair et al., 2017).

Tabel 9. Hasil Uji R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted	Kategori
Niat Berwakaf Uang secara Digital (Y)	0,350	0,314	Lemah

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Nilai R^2 0,350 mengindikasikan bahwa 35% variasi Niat Berwakaf Uang secara Digital mampu dijelaskan secara bersama-sama oleh seluruh variable dalam model, sementara sisanya (65%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Berdasarkan kriteria (J. Hair et al., 2022) nilai ini berada pada kategori lemah (*weak*), tetapi tetap bermakna secara statistik dalam menggambarkan kontribusi seluruh variabel predictor dalam model terhadap Niat Berwakaf Uang secara Digital.

2. Uji Q-Square (Predictive Relevance)

Uji Q-Square bertujuan mengukur relevansi prediktif model terhadap data aktual, di mana nilai Q^2 positif menunjukkan kemampuan prediksi yang baik (Hair et al., 2017).

Tabel 10. Hasil Uji Q-Square

Variabel	Q^2 Predict
Niat Berwakaf Uang secara Digital (Y)	0,273

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Nilai Q^2 0,273 yang berada jauh di atas nol mengindikasikan bahwa model studi ini mempunyai relevansi prediktif yang baik.

3. Uji Effect Size (F-Square)

Uji *F-Square* mengukur besarnya kontribusi relatif tiap variabel independen pada dependen dalam model struktural, terlepas dari signifikansi statistiknya semata (Hair et al., 2017). Nilai f^2 dikategorikan sebagai kecil (0,02), sedang (0,15), serta besar (0,35).

Tabel 11. Hasil Uji F-Square

Hubungan Variabel	f-Square	Kategori
EK → NBUD	0.006	Lemah
EU → NBUD	0.050	Lemah
FM → NBUD	0.034	Lemah
K → NBUD	0.029	Lemah
LW → NBUD	0.077	Lemah
PS → NBUD	0.165	Sedang

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Hasil pada tabel 11 diatas menunjukkan bahwa variabel EK, EU, FM, K, dan LW terhadap variabel NBUD memiliki *effect size* yang termasuk dalam kategori lemah. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel EK, EU, FM, K, dan LW memiliki kontribusi pengaruh yang relatif kecil terhadap Niat Berwakaf Uang secara Digital. Sementara itu, variabel PS terhadap NBUD memperoleh nilai f-square sebesar 0.165, yang termasuk dalam kategori sedang, sehingga menunjukkan bahwa PS memiliki kontribusi pengaruh yang lebih kuat terhadap Niat Berwakaf Uang secara Digital generasi milenial di Kota Bandung.

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilaksanakan melalui prosedur *bootstrapping* pada SmartPLS 4.0 menerapkan uji satu arah (*one-tailed test*) pada tingkat signifikansi 5%. Hipotesis diterima jika nilai T-statistik > 1,65 dan P-value < 0,05 (Hair et al., 2017). Hasil pengujian tersaji pada Tabel 12 berikut.

Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Path Coefficient	T-Statistik	P-Value	Keterangan
H1: Ekspektasi Kinerja → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	0.074	0.705	0.240	Ditolak
H2: Ekspektasi Usaha → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	0.204	2.429	0.008	Diterima
H3: Pengaruh Sosial → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	0.349	4.423	0.000	Diterima
H4: Fasilitas yang Memadai → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	0.163	1.669	0.048	Diterima
H5: Literasi Wakaf → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	0.265	2.662	0.004	Diterima
H6: Kepercayaan → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	-0.162	1.731	0.042	Ditolak

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Tabel 12 memperlihatkan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak semua hubungan antar variabel memenuhi kriteria penerimaan hipotesis. Hipotesis yang diterima yaitu H2, H3, H4, dan H5 karena semuanya mampu melampaui nilai kritis t-statistik yaitu > 1,65 dan nilai p-value < 0,05. Lalu hipotesis H1 ditolak karena tidak memenuhi nilai kritis t-statistik maupun p-value yang ditetapkan. Sedangkan untuk hipotesis H6 memenuhi nilai kritis t-statistik maupun p-value akan tetapi nilai dari *path coefficient* pada hipotesis tersebut menunjukkan arah yang negatif sehingga hipotesis tersebut ditolak. Pengaruh Sosial mencatatkan koefisien jalur yang paling besar (0,349) dibandingkan variable lainnya, hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh sosial memberikan pengaruh yang paling kuat terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital.

5. Uji Mediasi

Uji mediasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *bias-corrected confidence interval* yang diperoleh dari hasil bootstrapping SmartPLS 4.0. Kriteria utama dalam pengujian ini adalah melihat rentang nilai antara *lower bound* (batas bawah) dan *upper bound* (batas atas) pada tingkat kepercayaan 95%. Suatu variabel dinyatakan berfungsi sebagai mediator (signifikan) apabila angka nol (0) tidak berada di antara rentang batas bawah dan batas atas tersebut. Hasil pengujian tersaji pada Tabel 13 berikut.

Tabel 13. Hasil Uji Mediasi

Hipotesis	Biased Corrected Interval Lower Limit (BCI LL)	Biased Corrected Interval Upper Limit (BCI UL)	Keterangan
H7a: Ekspektasi Kinerja → Kepercayaan → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	-0.065	0.008	Ditolak
H7b: Ekspektasi Usaha → Kepercayaan → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	-0.099	-0.004	Diterima
H7c: Pengaruh Sosial → Kepercayaan → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	-0.071	-0.001	Diterima
H7d: Fasilitas yang Memadai → Kepercayaan → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	-0.084	-0.004	Diterima
H7e: Literasi Wakaf → Kepercayaan → Niat Berwakaf Uang Secara Digital	-0.079	0.002	Ditolak

Sumber: Data Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 13, hasil pengujian mediasi menggunakan metode Bias Corrected Confidence Interval (BCI) 95% menunjukkan bahwa dari lima jalur mediasi yang diuji, terdapat dua hipotesis yang ditolak dan tiga hipotesis yang diterima. H7a dan H7e ditolak karena nilai BCI pada kedua jalur tersebut mencakup angka 0, yang berarti kepercayaan tidak terbukti memediasi pengaruh Ekspektasi Kinerja maupun Literasi Wakaf terhadap Niat Berwakaf Uang Digital.

Sementara itu, H7b, H7c, dan H7d seluruhnya diterima karena nilai BCI LL dan BCI UL pada ketiga jalur tersebut tidak mencakup angka 0. Walaupun ketiga hipotesis tersebut diterima, ketiganya menunjukkan BCI LL dan BCI UL yang sama-sama negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan terbukti memediasi pengaruh Ekspektasi Usaha, Pengaruh Sosial, dan Fasilitas yang Mendukung terhadap Niat Berwakaf Uang Digital, namun dengan pola *competitive mediation*, yakni kepercayaan berperan sebagai mediator yang meredam sebagian pengaruh positif ketiga variabel tersebut, bukan memperkuatnya. Fenomena ini terjadi karena path coefficient langsung kepercayaan terhadap NBUD bernilai negatif (-0,162), sehingga secara matematis seluruh efek tidak langsung yang melewati kepercayaan sebagai mediator otomatis menghasilkan nilai negatif pula.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf uang secara digital pada generasi milenial di Kota Bandung, sehingga hipotesis pertama ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap manfaat fungsional platform wakaf digital tidak cukup kuat untuk secara langsung membentuk niat berwakaf. Kondisi ini dapat dipahami melalui karakteristik responden yang mayoritas (80,87%) telah berpengalaman berwakaf sebelumnya, sehingga keputusan berwakaf lebih digerakkan oleh nilai religius dan kesadaran filantropi Islam dibandingkan kalkulasi manfaat teknologi.

Dalam kerangka TPB, temuan ini menunjukkan bahwa evaluasi kognitif atas manfaat teknologi (*behavioral beliefs*) tidak secara otomatis membentuk sikap positif (*attitude*) yang cukup kuat untuk memengaruhi niat berwakaf digital, khususnya ketika motivasi berwakaf sudah berakar pada keyakinan transendental. Hasil ini sejalan dengan temuan Kasmon et al. (2025) yang menemukan bahwa dari seluruh konstruk UTAUT, hanya ekspektasi usaha yang berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf digital, sementara ekspektasi kinerja tidak terbukti relevan dalam konteks adopsi wakaf berbasis teknologi.

2. Pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Ekspektasi usaha terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwakaf uang secara digital, sehingga hipotesis kedua diterima. Temuan ini menegaskan bahwa semakin mudah proses berwakaf melalui platform digital yang mencakup kemudahan navigasi, kesederhanaan transaksi, dan antarmuka yang intuitif maka semakin besar niat generasi milenial untuk berwakaf secara digital. Hal ini selaras dengan karakteristik generasi milenial yang terbiasa dengan pengalaman digital yang cepat dan tanpa hambatan, sehingga kerumitan prosedural menjadi penghalang psikologis yang nyata.

Dalam perspektif TPB, kemudahan yang dirasakan berkontribusi pada penguatan *perceived behavioral control* yang merupakan keyakinan individu bahwa mereka mampu dan memiliki kendali untuk melaksanakan perilaku berwakaf digital. Temuan ini konsisten dengan hasil Loke et al. (2025) dan Kasmon et al. (2025) yang sama-sama mengkonfirmasi bahwa ekspektasi usaha merupakan determinan signifikan dalam niat adopsi layanan keuangan digital berbasis Islam, menegaskan bahwa kemudahan penggunaan adalah prasyarat dasar yang tidak dapat diabaikan dalam pengembangan platform wakaf digital.

3. Pengaruh Sosial terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Pengaruh sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwakaf uang secara digital dengan koefisien jalur terbesar dalam model, sehingga hipotesis ketiga diterima. Dominasi variabel ini mencerminkan bahwa keputusan berwakaf digital pada generasi milenial Kota Bandung sangat dipengaruhi oleh rekomendasi, ajakan, dan norma sosial dari keluarga, teman, komunitas keagamaan, maupun tokoh agama. Temuan ini memperkuat dimensi kolektivitas yang kuat dalam perilaku filantropi Islam di kalangan Muslim Indonesia.

Dari sudut pandang TPB, pengaruh sosial beroperasi melalui mekanisme *subjective norms* yang merupakan tekanan normatif dari lingkungan sosial yang membentuk persepsi individu

mengenai apa yang seharusnya dilakukan. Semakin kuat tekanan normatif untuk berwakaf digital dari lingkungan terdekat, semakin besar niat individu untuk mengikutinya. Hasil ini konsisten dengan temuan Loke et al. (2025) dan Maulina et al. (2025) yang menegaskan bahwa pengaruh sosial merupakan prediktor dominan dalam pembentukan niat berwakaf, terutama dalam konteks masyarakat Muslim yang memiliki ikatan komunitas keagamaan yang kuat.

4. Pengaruh Fasilitas yang Mendukung terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Fasilitas yang mendukung terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwakaf uang secara digital, sehingga hipotesis keempat diterima. Ketersediaan infrastruktur digital yang memadai yang meliputi konektivitas internet, kepemilikan teknologi, dan dukungan teknis oleh individu lain secara nyata mengurangi hambatan struktural dalam proses berwakaf digital dan mendorong niat generasi milenial untuk berpartisipasi. Temuan ini relevan mengingat tingginya tingkat penetrasi internet dan kepemilikan smartphone di Kota Bandung yang mencapai 97,92%.

Dalam kerangka TPB, fasilitas yang mendukung memperkuat *perceived behavioral control* dengan cara meyakinkan individu bahwa sumber daya dan infrastruktur yang dibutuhkan untuk berwakaf digital tersedia dan dapat diakses. Berbeda dengan temuan Loke et al. (2025) yang mendapati fasilitas yang mendukung tidak berpengaruh signifikan terhadap niat adopsi layanan keuangan digital, penelitian ini justru mengkonfirmasi signifikansinya dalam konteks wakaf digital, yang kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik sampel dan kematangan ekosistem digital di Kota Bandung.

5. Pengaruh Literasi Wakaf terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Literasi wakaf terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwakaf uang secara digital, sehingga hipotesis kelima diterima. Temuan ini menegaskan bahwa pemahaman yang memadai mengenai konsep, hukum, mekanisme, dan manfaat wakaf uang merupakan fondasi kognitif yang esensial dalam mendorong niat generasi milenial untuk berpartisipasi dalam ekosistem wakaf digital. Individu dengan literasi wakaf yang tinggi cenderung memandang wakaf digital sebagai instrumen filantropi yang legitimate dan relevan dengan gaya hidup digital mereka.

Dari perspektif TPB, literasi wakaf bekerja dengan memperkuat *behavioral beliefs* yang positif terhadap wakaf digital, yang pada gilirannya membentuk *attitude toward behavior* yang mendukung partisipasi. Temuan ini sejalan dengan Masrizal et al. (2023) yang menemukan bahwa literasi wakaf berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf uang, serta Maulina et al. (2025) yang menegaskan bahwa pemahaman substantif tentang wakaf berperan penting dalam mendorong partisipasi filantropi Islam secara digital maupun konvensional.

6. Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Kepercayaan menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik namun dengan arah negatif terhadap niat berwakaf uang secara digital, sehingga hipotesis keenam ditolak. Fenomena ini tampak paradoksal namun dapat dijelaskan melalui profil responden: dengan 80,87% responden yang telah berpengalaman berwakaf sebelumnya, kepercayaan yang telah terbentuk secara penuh diduga tidak lagi berhenti pada tataran niat, melainkan telah mendorong langsung terwujudnya perilaku berwakaf aktual yang tidak diukur dalam penelitian ini. Akibatnya, individu dengan kepercayaan tinggi cenderung telah melampaui fase niat dan berada pada fase tindakan nyata.

Dalam perspektif TPB, kondisi ini menggambarkan fenomena di mana *perceived behavioral control* yang sangat kuat yang diperkuat oleh kepercayaan penuh terhadap lembaga

wakaf justru mengakselerasi transisi dari niat menuju perilaku aktual secara langsung, tanpa memperpanjang proses niat. Temuan ini berbeda dengan Asyari et al. (2024) dan Maulina et al. (2025) yang mendapati kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwakaf, namun perbedaan ini dapat dijelaskan oleh perbedaan mendasar dalam komposisi sampel penelitian terdahulu umumnya menggunakan responden yang belum berpengalaman berwakaf, sehingga kepercayaan masih berfungsi sebagai pendorong aktif niat.

7. Peran Mediasi Kepercayaan dalam Hubungan Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa kepercayaan tidak terbukti memediasi hubungan antara ekspektasi kinerja dan niat berwakaf digital, sehingga hipotesis ketujuh ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi manfaat fungsional platform wakaf digital tidak memberikan kontribusi yang berarti dalam membangun kepercayaan, dan karenanya kepercayaan tidak mampu menjadi mekanisme penghubung antara ekspektasi kinerja dengan niat berwakaf. Kepercayaan dalam konteks wakaf digital tampaknya lebih banyak dibangun melalui pengalaman langsung dan reputasi kelembagaan, bukan melalui evaluasi kognitif atas performa teknologi.

Hasil ini berbeda dengan temuan Loke et al. (2025) yang menemukan bahwa kepercayaan memediasi hubungan performance expectancy terhadap niat adopsi layanan keuangan digital. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh konteks yang berbeda: dalam penelitian wakaf, motivasi berwakaf yang lebih bersifat religius menyebabkan evaluasi performa teknologi tidak cukup kuat untuk membangun kepercayaan institusional yang diperlukan untuk mendorong niat berwakaf digital.

8. Peran Mediasi Kepercayaan dalam Hubungan Ekspektasi Usaha terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Kepercayaan terbukti memediasi secara signifikan hubungan antara ekspektasi usaha dan niat berwakaf digital dengan arah negatif, sehingga hipotesis kedelapan diterima. Walaupun kepercayaan terbukti memediasi secara signifikan, tetapi karena secara data menunjukkan arah yang negatif sehingga dapat diinterpretasikan bahwa kemudahan penggunaan platform memang membangun kepercayaan, namun kepercayaan yang terbentuk belum efektif dan bermakna dalam menjembatani niat secara statistik karena mendorong individu yang sudah percaya untuk langsung bertindak berwakaf tanpa memperpanjang fase niat. Temuan ini memperkuat argumen bahwa pada segmen milenial berpengalaman, kepercayaan berfungsi sebagai akselerator tindakan nyata.

Hasil ini memiliki nuansa yang berbeda dengan Tang et al. (2021) yang menemukan bahwa kepercayaan memediasi secara positif pengaruh ekspektasi usaha terhadap niat penggunaan pembayaran seluler. Perbedaan arah mediasi ini dapat dijelaskan oleh perbedaan pengalaman pengguna: dalam konteks pembayaran seluler, mayoritas responden masih dalam tahap adopsi awal, sementara dalam penelitian ini mayoritas responden sudah berpengalaman berwakaf sehingga kepercayaan yang terbangun langsung mendorong perilaku aktual.

9. Peran Mediasi Kepercayaan dalam Hubungan Pengaruh Sosial terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Kepercayaan terbukti memediasi secara signifikan hubungan antara pengaruh sosial dan niat berwakaf digital dengan arah negatif, sehingga hipotesis kesembilan diterima. Walaupun kepercayaan terbukti memediasi secara signifikan, tetapi karena secara data menunjukkan arah yang negatif sehingga dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh sosial memang membangun kepercayaan, namun kepercayaan yang terbentuk belum efektif dan bermakna dalam

menjembatani niat secara statistik. Temuan ini mengungkapkan bahwa tekanan dan rekomendasi dari lingkungan sosial tidak hanya mendorong niat secara langsung, tetapi juga membangun kepercayaan melalui mekanisme transfer kepercayaan sosial. Namun kepercayaan yang terbangun melalui jalur sosial ini pada individu yang sudah berpengalaman justru mengakselerasi tindakan berwakaf nyata, bukan sekadar memperkuat niat.

Hasil ini memperluas temuan Loke et al. (2025) yang mendapati kepercayaan memediasi secara positif pengaruh social influence terhadap niat adopsi layanan keuangan digital. Perbedaan arah mediasi yang ditemukan dalam penelitian ini memperkaya pemahaman bahwa dinamika mediasi kepercayaan dapat berbeda secara signifikan tergantung pada tingkat pengalaman dan kematangan perilaku responden dalam ekosistem filantropi digital.

10. Peran Mediasi Kepercayaan dalam Hubungan Fasilitas yang Mendukung terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Kepercayaan terbukti memediasi secara signifikan hubungan antara fasilitas yang mendukung dan niat berwakaf digital dengan arah negatif, sehingga hipotesis kesepuluh diterima. Walaupun kepercayaan terbukti memediasi secara signifikan, tetapi karena secara data menunjukkan arah yang negatif sehingga dapat diinterpretasikan bahwa ketersediaan infrastruktur digital yang handal tidak hanya mendorong niat berwakaf secara langsung, tetapi juga membangun kepercayaan institusional, namun kepercayaan yang terbentuk belum efektif dan bermakna dalam menjembatani niat secara statistik karena mendorong konversi langsung menuju perilaku berwakaf aktual. Hal ini menegaskan secara konsisten bahwa pada milenial berpengalaman, kepercayaan yang dibangun melalui berbagai jalur cenderung mengakselerasi tindakan nyata.

Temuan ini berbeda dengan Loke et al. (2025) yang mendapati kepercayaan tidak memediasi hubungan *facilitating conditions* terhadap niat adopsi layanan keuangan digital. Perbedaan ini menunjukkan bahwa dalam konteks wakaf digital, kualitas infrastruktur pendukung memiliki dampak yang lebih luas, tidak hanya memengaruhi niat secara langsung, tetapi juga berkontribusi dalam membangun kepercayaan yang akhirnya mendorong perilaku berwakaf aktual.

11. Peran Mediasi Kepercayaan dalam Hubungan Literasi Wakaf terhadap Niat Berwakaf Uang Secara Digital

Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa kepercayaan tidak terbukti memediasi hubungan antara literasi wakaf dan niat berwakaf digital, sehingga hipotesis kesebelas ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman substantif tentang wakaf memiliki kekuatan penjas yang mandiri dan tidak memerlukan kepercayaan sebagai perantara untuk mendorong niat berwakaf digital. Individu yang memahami dengan baik konsep, mekanisme, dan manfaat wakaf memiliki keyakinan internal yang cukup untuk berniat berwakaf tanpa harus terlebih dahulu melewati proses pembangunan kepercayaan institusional.

Temuan ini menambahkan dimensi baru dalam literatur wakaf digital, yakni bahwa literasi wakaf dan kepercayaan merupakan dua konstruk yang bekerja melalui jalur yang relatif independen dalam memengaruhi niat berwakaf. Implikasinya, program peningkatan literasi wakaf dapat memberikan dampak langsung terhadap niat partisipasi tanpa harus selalu diintegrasikan dengan strategi penguatan kepercayaan, meskipun keduanya tetap sama-sama penting dalam kerangka pengembangan ekosistem wakaf digital yang komprehensif dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh konstruk UTAUT yang terdiri dari ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan fasilitas yang mendukung serta literasi wakaf dan kepercayaan terhadap niat generasi milenial di Kota Bandung untuk berwakaf uang secara digital, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil pengujian PLS-SEM terhadap 115 responden, diperoleh beberapa kesimpulan utama sebagai berikut.

Pertama, ekspektasi kinerja tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat berwakaf uang secara digital, mengindikasikan bahwa keputusan berwakaf pada generasi milenial lebih didorong oleh nilai religius dan dimensi sosial dibandingkan pertimbangan manfaat teknologi semata. Kedua, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, fasilitas yang mendukung, dan literasi wakaf masing-masing terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwakaf uang secara digital. Di antara keempat variabel tersebut, pengaruh sosial mencatat koefisien jalur terbesar, yang menegaskan dominasi dimensi normatif dan komunal dalam pembentukan niat berwakaf digital di kalangan milenial Muslim perkotaan. Ketiga, kepercayaan menunjukkan pengaruh yang signifikan namun dengan arah negatif, sehingga hipotesisnya ditolak. Temuan ini diinterpretasikan sebagai indikasi bahwa pada segmen milenial yang telah berpengalaman berwakaf, kepercayaan yang telah matang tidak lagi berhenti pada tataran niat melainkan langsung mengakselerasi tindakan berwakaf aktual yang berada di luar cakupan pengukuran penelitian ini.

Pada pengujian mediasi, kepercayaan terbukti memediasi secara signifikan hubungan ekspektasi usaha, pengaruh sosial, dan fasilitas yang mendukung terhadap niat berwakaf digital, seluruhnya dengan arah negatif yang konsisten dengan temuan pengaruh langsung kepercayaan. Walaupun kepercayaan terbukti memediasi signifikan secara statistik, tetapi karena arah yang negatif itu mengindikasikan bahwa kepercayaan belum efektif dan bermakna dalam menjembatani variabel ekspektasi usaha, pengaruh sosial, maupun fasilitas yang mendukung terhadap niat berwakaf digital. Sementara itu, kepercayaan tidak terbukti memediasi hubungan ekspektasi kinerja maupun literasi wakaf terhadap niat berwakaf digital, mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut bekerja secara independen tanpa memerlukan kepercayaan sebagai jembatan penghubung. Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan mengintegrasikan kerangka UTAUT dan literasi wakaf dalam satu model terpadu yang dimediasi kepercayaan, sekaligus memperkaya perspektif TPB dalam konteks perilaku filantropi Islam berbasis digital di Indonesia.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan temuan dan merancang penelitian selanjutnya. Pertama, cakupan geografis yang terbatas pada Kota Bandung menyebabkan hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi secara langsung kepada populasi milenial Muslim di kota lain, mengingat keunggulan infrastruktur digital dan tingkat pendidikan Kota Bandung yang relatif lebih tinggi dibandingkan rata-rata nasional. Kedua, penelitian ini hanya mengukur niat berwakaf digital tanpa mengukur perilaku aktual, sehingga mekanisme konversi kepercayaan menuju tindakan berwakaf nyata yang diduga menjelaskan temuan arah negatif pada variabel kepercayaan tidak dapat diverifikasi secara empiris. Ketiga, nilai R Square sebesar 35% mengindikasikan bahwa masih terdapat faktor-faktor penjelas lain yang belum tercakup dalam model, seperti motivasi religiusitas, persepsi risiko, dan norma subjektif berbasis nilai Islam, yang berpotensi

meningkatkan daya prediktif model secara substansial. Keempat, penggunaan kuesioner daring berpotensi menghasilkan *social desirability bias* yang dapat menyebabkan skor variabel niat dan kepercayaan lebih tinggi dari kondisi sesungguhnya. Kelima, penelitian ini tidak menerapkan variabel moderasi sebagaimana direkomendasikan model UTAUT orisinal, sehingga hubungan antarvariabel yang bersifat kondisional berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pengalaman berwakaf tidak dapat dideteksi secara penuh dalam model yang digunakan.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang ditujukan kepada berbagai pemangku kepentingan. Bagi lembaga pengelola wakaf dan platform wakaf digital, strategi mobilisasi berbasis komunitas perlu menjadi prioritas utama mengingat dominasi pengaruh sosial dalam model penelitian ini. Kolaborasi dengan tokoh agama, komunitas Muslim, dan *content creator* Muslim yang memiliki basis pengikut di kalangan milenial akan jauh lebih efektif dibandingkan kampanye iklan digital konvensional. Di samping itu, lembaga wakaf perlu secara konsisten meningkatkan kemudahan antarmuka platform digital dan mengembangkan program edukasi wakaf yang dikemas adaptif sesuai preferensi generasi milenial, mengingat signifikannya ekspektasi usaha dan literasi wakaf dalam membentuk niat berwakaf digital.

Bagi pemerintah dan Badan Wakaf Indonesia, penelitian ini merekomendasikan penguatan program literasi wakaf secara sistematis yang menjangkau generasi milenial melalui kanal digital secara masif dan berkelanjutan, serta penetapan standar nasional platform wakaf digital yang mencakup aspek keamanan, transparansi pelaporan, dan mekanisme audit independen guna membangun ekosistem kepercayaan publik yang solid terhadap pengelolaan wakaf digital di Indonesia.

Bagi peneliti selanjutnya, terdapat dua rekomendasi penting yang lahir dari keterbatasan penelitian ini. Pertama, penelitian mendatang disarankan untuk menambahkan variabel perilaku berwakaf aktual (*actual waqf behavior*) sebagai variabel dependen tambahan, mengingat temuan arah negatif kepercayaan dalam penelitian ini yang diduga berkaitan erat dengan konversi langsung kepercayaan menuju tindakan nyata yang tidak terukur dalam cakupan penelitian ini. Kedua, mengacu pada nilai *R Square* model sebesar 35%, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperkaya model dengan variabel-variabel penjelas tambahan seperti motivasi religiusitas (*religiosity*), persepsi risiko (*perceived risk*), dan kesadaran merek lembaga wakaf (*brand awareness*), serta memperluas cakupan geografis secara komparatif lintas kota untuk memperkuat validitas eksternal temuan dan menghasilkan model prediktif yang lebih komprehensif dalam menjelaskan perilaku wakaf digital generasi milenial Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Alimusa, L. O., Sukmana, R., Ratnasari, R. T., Machfud, S., & Latif, S. D. H. (2025). Determinants of online cash waqf behavioural intentions for micro enterprises financing: the case of Indonesian Muslim youth. *Journal of Islamic Marketing*, 16(6), 1623-1649. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0166>
- Aman Shah Siraj, Mohd Faisol Ibrahim, & Nuradli Ridzwan Shah Mohd Dali. (2022). Conceptual Framework: Determinant Factors for Paying Zakat Fitrah via FinTech. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 102-124. <https://doi.org/10.33102/jmifr.v19i1.465>

- Asyari, A., Hoque, M. E., Susanto, P., Begum, H., Awaluddin, A., Marwan, M., & Mamun, A. Al. (2024). Online cash waqf behavioral intention: the role of knowledge of cash waqf and trust. *Journal of Islamic Marketing*, 15(11), 2864-2890. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2023-0224>
- Hair, J. F. ., Hult, G. T. M. ., Ringle, C. M. ., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Ivanova, A., & Yeon KIM, J. (2022). Acceptance and Use of Mobile Banking in Central Asia: Evidence from Modified UTAUT Model. *Journal of Asian Finance*, 9(2), 217-0227. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2022.vol9.no2.0217>
- Kasmon, B., Ibrahim, S. S., Daud, D., Raja Hisham, R. R. I., & Ratnasari, R. T. (2025). Future behavior in waqf digitalization: integrating UTAUT and DIT theories. *Journal of Islamic Marketing*, 16(4), 1051-1072. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2024-0111>
- Kasri, R. A., & Chaerunnisa, S. R. (2022). The role of knowledge, trust, and religiosity in explaining the online cash waqf amongst Muslim millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1334-1350. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>
- Loke, Y. J., Chin, P. N., & Lee, H. S. H. (2025). Digital financial services adoption: the role of trust and government intervention as mediators. *Digital Policy, Regulation and Governance*. <https://doi.org/10.1108/DPRG-02-2024-0028>
- Masrizal, Huda, N., Harahap, A., Trianto, B., & Sabiu, T. T. (2023). INVESTIGATING THE DETERMINANTS OF CASH WAQF INTENTION: AN INSIGHT FROM MUSLIMS IN INDONESIA. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(1), 17-38. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i1.1607>
- Maulina, R., Dhewanto, W., & Fatur Rahman, T. (2025). Behaviour determinants of two Muslims classes towards cash waqf for productive purposes: explanation from Indonesia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 16(5), 990-1013. <https://doi.org/10.1108/JIABR-04-2023-0139>
- Rohmana, Y., Juliana, J., Utami, S. A., Ismail, S., & Marlina, R. (2024). FACTORS AFFECTING STUDENTS' INTENTION TO DONATE CASH WAQF: THE MEDIATING ROLE OF LITERACY IN INDONESIA. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 16(Special Issue 1), 46-70. <https://doi.org/10.55188/ijif.v16iS1.552>
- Tang, K. L., Aik, N. C., & Choong, W. L. (2021). A modified utaut in the context of m-payment usage intention in malaysia. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), 40-59. [https://doi.org/10.47263/JASEM.5\(1\)05](https://doi.org/10.47263/JASEM.5(1)05)
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View1. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>