



Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Akses Media Informasi Terhadap Minat Berwakaf Sukuk Wakaf

Adenia Rachma*, Mardiana

Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Jl. Gajayana No.50, Dinoyo, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia

Email: ^{1,*}adeniarch@gmail.com, ²dians.mardiana19@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: adeniarch@email.com

Submitted: 10/06/2022; Accepted: 05/07/2022; Published: 29/08/2022

Abstrak—Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan akses media informasi terhadap minat sukuk wakaf. Penelitian ini ialah penelitian jenis kuantitatif dengan menggunakan Smartpls sebagai alat analisis data, adapun populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa perguruan tinggi negeri di kota Malang dengan sampel sebanyak 120 mahasiswa. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat sukuk wakaf. Kemudian religiusitas memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat sukuk wakaf. Dan akses media informasi memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat sukuk wakaf.

Kata Kunci: Pengetahuan; Religiusitas; Akses media informasi; Minat; Sukuk wakaf

Abstract—This study aims to determine how the influence of knowledge, religiosity, and access to information media on interest in waqf sukuk. This research is a quantitative type of research using Smartpls as a data analysis tool, while the population in this study are state university students in the city of Malang with a sample of 120 students. The results of this study explain that knowledge has a positive and significant influence on interest in waqf sukuk. Then religiosity has a positive but not significant effect on interest in waqf sukuk. And access to information media has a positive and significant influence on interest in waqf sukuk.

Keywords: Knowledge; Religiosity; Access Media Information; Interest; Waqf Sukuk

1. PENDAHULUAN

Sukuk Wakaf atau bisa juga disebut dengan *cash waqf linked sukuk* (CWLS) salah satu inovasi baru pemerintah dibidang instrumen investasi dengan tujuan untuk memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam berwakaf uang yang aman serta produktif. Aman sebab dalam jaminan negara serta produktif sebab imbal hasilnya diperuntukkan bagi program-program sosial yang sudah ditetapkan. Sukuk wakaf memiliki dua macam pilihan bagi para investor yang ingin membeli sukuk wakaf, yang pertama yaitu dengan tenor dua tahun dimana setelah dua tahun tersebut uang yang kita belikan sukuk akan dikembalikan sedangkan imbal hasilnya di wakafkan. Kemudian yang kedua dengan tenor atau jangka waktu selamanya dimana uang yang telah kita belikan sukuk tidak akan dikembalikan dan akan diteruskan oleh pengelola wakaf untuk dikelola dan setiap imbal hasil dari dana awal kita akan diberikan untuk program-program sosial yang telah ditetapkan.

Sukuk wakaf bisa dikatakan sebagai instrumen investasi yang baru di Indonesia, karena baru diterbitkan pada saat *Annual Meeting IMF & World Bank* tanggal 14 Oktober 2018 di Bali. Sukuk wakaf dibentuk melalui kerjasama antara Lembaga Keuangan Syariah Penerima Wakaf Uang (LKS-PWU), Badan Wakaf Indonesia, serta Kementerian Keuangan. Peluncuran sukuk wakaf ini didasari oleh kurang optimalnya wakaf uang, menurut Badan Wakaf Indonesia pada tahun 2021 wakaf uang berpotensi menghasilkan Rp 180 triliun per tahunnya, namun sampai dengan bulan Februari 2021 hanya mampu menghimpun Rp 244 miliar saja. hal ini jelas menunjukkan potensi wakaf uang belum bisa dioptimalkan dengan baik (Budiarto, 2021).

Cash waqf linked sukuk memiliki dua seri yaitu SW (sukuk wakaf) dan SWR (sukuk wakaf ritel), pada tahun 2020 pemerintah mengeluarkan dua seri yaitu seri SW001 yang diterbitkan menggunakan metode *private placement* dan mampu mendapatkan dana sebesar Rp 50,849 miliar kemudian untuk seri SWR001 menggunakan metode *bookbuilding* dan mampu mendapatkan dana sebesar Rp 14,912 miliar dengan total 1041 investor di Indonesia (Otoritas Jasa Keuangan, 2020: 58). Kemudian pada tahun 2021 pemerintah mengeluarkan seri SWR002 dan mampu mendapatkan dana sebesar Rp 24,141 miliar dengan total investor 588 yang didominasi oleh 44.96% dari generasi X kemudian 37,69% dari generasi milenial dan tidak ada investor dari generasi Z (Fitri, 2021). Seperti yang kita ketahui terdapat peningkatan pembelian sukuk wakaf sebesar 62% dari seri SWR001 namun nominal tersebut belum mampu mencukupi seluruh pembiayaan program-program sosial yang telah diajukan. Oleh sebab itu *nazhir* atau pengelola wakaf harus memilah kembali program-program sosial apa saja yang sebaiknya di realisasikan terlebih dahulu (Yasin, 2021: 105).

Menurut Sasongko et al. (2021) minimnya pengetahuan masyarakat dan religiusitas merupakan kendala dalam mengimplementasikan sukuk wakaf. Padahal pengetahuan masyarakat ialah hal yang sangat penting sebelum memutuskan untuk berwakaf, dan tingkat pengetahuan masyarakat dapat dikatakan masih rendah. Selanjutnya tingkat religiusitas masyarakat sangat mempengaruhi minat dalam berwakaf, apabila tingkat religiusitas masyarakat rendah maka minat dalam berwakaf juga rendah. Sukmadilaga et al (2021) juga berpendapat bahwa faktor kurangnya edukasi serta sosialisasi terkait sukuk wakaf yang menyebabkan terhambatnya laju pertumbuhan serta partisipasi calon investor terhadap sukuk wakaf. Padahal jika dibandingkan dengan instrumen investasi syariah lainnya yang ada di



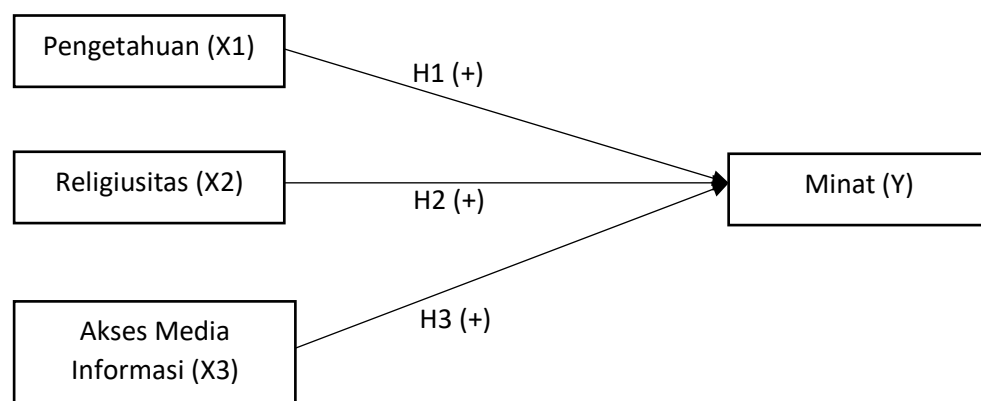
pasar modal, sukuk wakaf memiliki potensi cakupan yang lebih luas dalam hal pemanfaatan dan potensi kegiatan investasinya.

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan minat seperti (Rahayu et al, 2021) yang berpendapat bahwa pengetahuan serta *subjective norm* memiliki pengaruh positif akan wakaf uang sedangkan media informasi memiliki pengaruh negatif terhadap wakaf uang. Kemudian (Setyawan, 2021) berpendapat bahwa pengetahuan dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif akan wakaf uang sedangkan religiusitas memiliki pengaruh negatif terhadap wakaf uang. Selanjutnya (Pramudia & Syarief, 2020) berpendapat bahwa pengetahuan, religiusitas, dan akses media informasi memiliki pengaruh positif terhadap wakaf uang. Selanjutnya (As-Shiddiqy, 2018) berpendapat bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat wakaf uang sedangkan jarak lokasi, pendapatan, pendidikan, dan akses media informasi tidak memiliki pengaruh terhadap wakaf uang. Dan (Ladamay dkk, 2021) berpendapat bahwa media sosial, resiko, dan religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap sukuk sedangkan literasi keuangan dan imbal hasil memiliki pengaruh negatif terhadap sukuk. Dari beberapa penelitian terdahulu dapat dikatakan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas dan akses media informasi dapat mempengaruhi minat. Dan berdasarkan beberapa penelitian diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar penelitian membahas mengenai wakaf uang, sedangkan pada penelitian ini akan membahas mengenai sukuk wakaf. Penelitian terkait minat sukuk wakaf juga masih cukup sulit ditemukan, dikarenakan instrumen investasi tersebut tergolong masih baru dan belum banyak informasi serta literatur yang memuat. Dengan demikian peneliti tertarik untuk melihat bagaimana pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan akses media informasi terhadap minat sukuk wakaf.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Kerangka dasar penelitian merupakan sebuah gambaran dalam bentuk konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya. Kerangka dasar penelitian bisa dikatakan sebagai rumusan-rumusan masalah yang telah dibuat dengan proses deduktif dalam rangka memudahkan seorang peneliti merumuskan hipotesis penelitiannya (Hardani dkk, 2020: 321). Berikut ini ialah kerangka dasar penelitian mengenai pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan akses media informasi terhadap minat sukuk wakaf.



Gambar 1. Kerangka dasar penelitian

Berdasarkan gambar diatas, variabel pengetahuan diasumsikan memiliki pengaruh positif terhadap minat sukuk wakaf yang ditunjukkan oleh H1, kemudian variabel religiusitas diasumsikan memiliki pengaruh positif terhadap minat sukuk wakaf yang ditunjukkan oleh H2, dan variabel akses media informasi diasumsikan memiliki pengaruh positif terhadap minat sukuk wakaf yang ditunjukkan oleh H3. Variabel pengetahuan pada penelitian ini diartikan sebagai seluruh hal yang diketahui oleh individu tersebut yang terjadi melewati seluruh indera pada manusia Nursalam (2015: 91). Sedangkan variabel religiusitas pada penelitian ini diartikan sebagai kondisi suatu individu dalam mengamalkan ajaran-ajaran agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-harinya (Jamil dkk, 2020: 8-9). Kemudian variabel akses media informasi diartikan sebagai penggunaan sarana informasi agar mendapatkan informasi yang diinginkan oleh individu tersebut Ati dkk (2014: 9). Dan variabel minat diartikan sebagai terpusatnya perhatian suatu individu pada objek yang membuat timbul rasa senang (Wardany, 2016: 71).

2.3 Metode Analisis

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, ialah penelitian yang runtut, telah direncanakan dengan baik dari pertama sampai dengan pembentukan desain penelitiannya (Siyoto & Sodik, 2015: 17). Penelitian ini dilakukan di perguruan tinggi negeri kota Malang, dan dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Mei 2022. Populasi pada penelitian ini ialah para mahasiswa aktif perguruan tinggi negeri di kota Malang yang terdaftar dalam Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti), dan di kota Malang hanya terdapat tiga perguruan tinggi negeri yang mencakup UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Brawijaya, dan Universitas Negeri Malang. Adapun mahasiswa aktif



menurut Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI) pada Universitas Brawijaya yaitu sejumlah 58,996 mahasiswa, kemudian untuk mahasiswa Universitas Negeri Malang sejumlah 25,441 mahasiswa, dan mahasiswa aktif Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berjumlah 19,533 mahasiswa. Sehingga total keseluruhan mahasiswa aktif untuk perguruan tinggi negeri di kota Malang sebanyak 103,970 mahasiswa aktif. Terkait pengambilan sampel, digunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria yaitu mahasiswa aktif yang menganut agama islam. Untuk menentukan sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sehingga didapat jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{103,970}{1 + 103,970(0,1)^2}$$

$$n = \frac{103,970}{1 + 1039,7}$$

$$n = \frac{1040,7}{1040,7}$$

$$n = 99,90$$

Berdasarkan perhitungan diatas, sampel yang dibutuhkan untuk seluruh populasi adalah 99,90 sampel. Namun agar pembagian setiap universitas sama rata, maka disesuaikan menjadi 120 sampel. Adapun pembagiannya sebagai berikut:

Tabel 1. Sampel penelitian

No	Nama Universitas	Sampel
1	UIN Malang	40
2	Universitas Brawijaya	40
3	Universitas Negeri Malang	40
Total		120

Setelah menentukan jumlah sampel pada masing-masing universitas, maka dilakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner atau dapat disebut juga dengan angket ialah salah satu cara dalam mengumpulkan data yang berisikan berbagai macam pertanyaan tertulis dengan maksud untuk mendapatkan informasi mengenai apa yang dialami serta diketahui oleh responden (Siyoto & Sodik, 2015: 79). Kemudian dilakukan analisis data menggunakan Smartpls dengan rangkaian sebagai berikut:

1. Uji validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas termasuk kedalam golongan model pengukuran, dimana fungsinya untuk melihat apakah item pernyataan dari masing-masing valid dan reliabel. Dan untuk menentukan uji validitas apakah valid atau tidak, maka peneliti harus melihat nilai *average variance extracted (AVE)*. Nilai *average variance extracted (AVE)* yang dapat diterima yaitu $\geq 0,5$. Sedangkan untuk melihat nilai reliabilitas, maka peneliti bisa melihat nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* nya. Apabila nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* $\geq 0,7$ maka item pernyataan dari tiap variabel menunjukkan reliabel (Latan & Noonan, 2017:30).

2. R square

R square termasuk ke dalam golongan model pengukuran, dimana fungsinya untuk melihat seberapa besar pengaruh yang dapat diberikan pada keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependennya. Tingginya nilai r square menandakan tinggi pula pengaruh variabel eksogen tersebut terhadap variabel endogennya.

3. F square

F square termasuk ke dalam golongan model pengukuran juga, dimana fungsinya untuk melihat seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independen. Menurut (Hair et al, 2017: 201) nilai f square dibagi kedalam tiga golongan, golongan pertama bernilai 0,2 yang berarti lemah, kemudian golongan kedua bernilai 0,15 yang berarti sedang dan golongan terakhir bernilai 0,35 yang berarti kuat.

4. Uji hipotesis

Uji hipotesis merupakan rangkaian terakhir dan untuk menentukan hasil dari penelitian kita, dimana pada uji hipotesis kita dapat melihat seberapa besar pengaruh antar variabel serta signifikansinya. Penelitian dapat dikatakan berpengaruh apabila memiliki nilai p value kurang dari dari 0,05 dan dapat dikatakan signifikan apabila nilai t statistik nya diatas 1,96 (Riyanto & Hatmawan, 2020: 232).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0,814	0,865	0,520
X2	0,896	0,924	0,710



Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X3	0,803	0,881	0,712
Y	0,790	0,858	0,555

Menurut data diatas, nilai keseluruhan *cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada variabel pengetahuan (X1), religiusitas (X2), akses media informasi (X3), dan minat (Y) sudah berada diatas 0,7. Sedangkan nilai keseluruhan *average variance extracted* (AVE) pada variabel variabel pengetahuan (X1), religiusitas (X2), akses media informasi (X3), dan minat (Y) juga sudah berada diatas 0,5. Oleh sebab itu item pernyataan pada setiap variabel pada penelitian ini telah valid dan reliabel.

Tabel 3. Uji R Square

Variabel	R Square
Y	0,528

Menurut data diatas, variabel minat (Y) dipengaruhi sebesar 0,528 atau 52,8% oleh variabel pengetahuan, religiusitas, dan akses media informasi. Sedangkan 47,2% minat dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

Tabel 4. Uji F Square

Variabel	X1	X2	X3	Y
X1				0,349
X2				0,030
X3				0,201
Y				

Berdasarkan data diatas, nilai f square untuk variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,349 atau dapat dibulatkan menjadi 0,35 yang artinya variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang kuat pada minat sukuk wakaf, kemudian untuk variabel religiusitas (X2) sebesar 0,030 yang artinya variabel religiusitas mempunyai pengaruh yang lemah pada minat sukuk wakaf, dan yang terakhir variabel akses media informasi (X3) sebesar 0,201 yang artinya variabel akses media informasi memiliki pengaruh sedang pada minat sukuk wakaf.

Tabel 5. Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics	P Values
X1 -> Y	0,460	0,461	0,083	5,512	0,000
X2 -> Y	0,121	0,133	0,070	1,730	0,084
X3 -> Y	0,350	0,349	0,076	4,578	0,000

Berdasarkan data diatas, dapat ditarik kesimpulan dengan lebih terperinci seperti dibawah ini:

H1: Pengetahuan berpengaruh terhadap minat sukuk wakaf

Pada Tabel 5 diketahui nilai p value untuk pengaruh pengetahuan terhadap minat sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 kemudian untuk nilai t statistic sebesar 5,512 yang artinya lebih besar dari 1,92 maka dapat dikatakan pengetahuan mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap minat sukuk wakaf. Hasil ini didukung oleh (Rahayu et al, 2021) (Setyawan, 2021) dan (Yulianti, 2020) yang menerangkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif terhadap minat. Dimana dengan bertambahnya pengetahuan terkait sukuk wakaf maka minat untuk membeli sukuk wakaf juga akan bertambah. Sebab dengan banyaknya pengetahuan terkait sukuk wakaf yang didapatkan individu tersebut maka akan semakin banyak mengetahui manfaat dari sukuk wakaf dan berminat untuk membeli sukuk wakaf. Namun hasil pada penelitian ini memiliki keterbedaan dengan penelitian yang telah dilaksanakan oleh (Hadiyati et al, 2020) yang berpendapat bahwa pengetahuan mempunyai pengaruh yang negatif akan minat. Hal ini disebabkan oleh pengetahuan yang diterima oleh masyarakat belum sepenuhnya meningkat sehingga belum dapat meningkatkan minat dalam berwakaf.

H2: Religiusitas berpengaruh terhadap minat sukuk wakaf

Pada Tabel 5 diketahui nilai p value untuk pengaruh religiusitas terhadap minat sebesar 0,084 dimana lebih kecil dari 0,05 kemudian untuk nilai t statistic nya sebesar 1,730 yang artinya kurang dari 1,92 maka dapat dikatakan religiusitas mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan akan minat sukuk wakaf. Hasil ini didukung oleh (As-Shiddiqy, 2018) dan (Ladamay dkk, 2021) yang menerangkan bahwa religiusitas mempunyai pengaruh positif akan minat. Hal ini dikarenakan individu yang memiliki nilai religiusitas yang tinggi akan lebih menyukai hal-hal yang telah sesuai dengan syariat agama, dalam hal ini sukuk wakaf merupakan salah satu instrumen investasi yang telah sesuai dengan ketentuan syariah. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho & Nurkhin, 2019) yang berpendapat bahwa religiusitas memiliki pengaruh negatif terhadap minat. Hal ini disebabkan oleh religiusitas tiap individu dalam melaksanakan ajaran agama yang berbeda-beda, oleh karena itu minat dalam sukuk wakaf tidak dapat ditentukan oleh religiusitas.

**H3: Akses media informasi berpengaruh terhadap minat sukuk wakaf**

Pada Tabel 5 diketahui nilai p value untuk pengaruh akses media informasi terhadap minat sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 kemudian untuk nilai t statistic nya sebesar 4,578 yang artinya lebih besar dari 1,92 maka dapat dikatakan akses media informasi mempunyai pengaruh positif serta signifikan akan minat sukuk wakaf. Hasil ini didukung oleh (Pramudia & Syarief, 2020) dan (Septiani dkk, 2020) yang menerangkan bahwa akses media informasi mempunyai pengaruh positif akan minat. Sebab semakin banyak informasi terkait sukuk wakaf yang didapatkan oleh suatu individu akan meningkatkan minat individu tersebut dalam membeli sukuk wakaf. Hasil yang berbeda disampaikan oleh (Rohman, 2021) yang berpendapat bahwa akses media informasi memiliki pengaruh negatif terhadap minat. Hal ini disebabkan karena masih sedikitnya informasi terkait sukuk wakaf sehingga belum mampu menimbulkan minat bagi masyarakat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat sukuk wakaf, hal ini ditunjukkan dengan nilai p value sebesar 0,000 dan t statistik sebesar 5,512. Kemudian religiusitas memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat sukuk wakaf, hal ini ditunjukkan dengan nilai p value sebesar 0,084 dan t statistik sebesar 1,730. Dan yang terakhir akses media informasi memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap sukuk wakaf, hal ini tunjukkan dengan nilai p value sebesar 0,000 dan t statistik sebesar 4,578. Pada penelitian ini, variabel pengetahuan, religiusitas, dan akses media informasi hanya berpengaruh sebanyak 52,8% terhadap minat sukuk wakaf, oleh karena itu masih terdapat 47,2% yang dapat mempengaruhi minat sukuk wakaf selain variabel yang dijelaskan pada penelitian ini. Dan untuk peneliti selanjutnya, bisa meneliti variabel lain seperti pendapatan masyarakat terhadap minat sukuk wakaf. Adapun keterbatasan pada penelitian ini ialah populasi penelitian yang hanya pada perguruan tinggi negeri malang saja serta sedikitnya literatur terkait sukuk wakaf yang membuat banyak keterbatasan pada penelitian ini.

REFERENCES

- As-Shiddiqy, M. (2018). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Jarak Lokasi, Tingkat Pendidikan dan Akses Informasi Terhadap Minat Masyarakat untuk Berwakaf Uang di Badan Wakaf Uang Tunai MUI DIY. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat*, 2(2), 249.
- Ati, S., Nurdien, Kristanto, & Taufik, A. (2014). *Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Budiarto, U. (2021). *Pengembangan Digitalisasi dan Integrasi Data Wakaf Nasional*. KNKS. Diakses melalui <https://knks.go.id/isuutama/29/pengembangan-digitalisasi-dan-integrasi-data-wakaf-nasional> tanggal 08 Februari 2022.
- Fitri, R. (2021). *Di Tengah Kondisi Pandemi CWLS Ritel Seri SWR002 Sukses Menarik 91,03% Wakif Baru*. Direktorat Jendral Pengelolaan Pembiayaan Dan Risiko Kementerian Keuangan. Diakses melalui <https://www.djppr.kemenkeu.go.id/page/load/3158#:~:text=Adapun beberapa catatan hasil penjualan,institusi sebesar Rp8%2C480 miliar tanggal 02 Maret 2022.>
- Hadiyati, P., Gladys, A. I., & Iqbal, M. (2020). Encourage People's Interest To Do Cash Waqf. *Islamicconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(2), 181–196.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. USA: Sage Publication.
- Hardani, Aulia, nur hikmatul, & Andriani, H. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Jamil, A., Asnawati, Kustini, Bulan, W. R., Hidayatullah, M. T., Suhanah, & Putro, Z. A. E. (2020). Peran Penyuluh Agama Islam Non-PNS Dalam Menjaga Nilai-Nilai Religiositas. Jakarta: Litbangdiklat Press.
- Ladamay, A. Z. F., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta. *Islamic Economics Journal*, 7(2), 161.
- Latan, H., & Noonan, R. (2017). *Partial Least Squares Path Modeling: Basic Concepts, Methodological Issues and Applications*. Switzerland: Springer Publishing.
- Nugroho, A. S., & Nurkhin, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Pengetahuan Zakat Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi Melalui Baznas Dengan Faktor Usia Sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 955–966.
- Nursalam. (2015). Metodologi Penelitian dan Ilmu Keperawatan. In *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Pramudia, R. A., & Syarief, M. E. (2020). Pengaruh Persepsi Pengetahuan, Informasi, Dan Religiusitas Terhadap Minat Berwakaf Uang. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 4(2).
- Rahayu, R. N. I., Pramuka, B. A., & Wahyudi. (2021). The Influence of Information Media, Knowledge, and Subjective Norms on Interest in Performing Cash Waqf. *Internationas Sustainable Competitiveness Advantage (SCA)*, 11(1), 638–647.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Rohman, A. A. (2021). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Perspsi, Pendapatan, dan Media Infomasi terhadap Minat Wakaf Uang Masyarakat Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 136–144.
- Sasongko, F. N., Widi Astuti, T., & Muttaqin, M. S. (2021). Cash Waqf Linked Sukuk: Potential and Challenges. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 4(1), 190–200.



- Septiani, A. T., Fauzi, A., Mardi, & Respati, D. K. (2020). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Wakaf Uang di Kabupaten Bogor: Muslim Society Perspective. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran Dan Akuntansi*, 7(4), 120–128.
- Setyawan, A. F. (2021). The Effect of Religiosity, Knowledge, and Service Quality To People’S Interest in Implementing Cash Waqf. *Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 432–439.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sukmadilaga, C., Padjajaran, U., Puspitasari, E., Padjajaran, U., Yunita, D., Padjajaran, U., Nugroho, L., Buana, U. M., Ghani, E. K., & Mara, U. T. (2021). Priority Factor Analysis on Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS) Utilization in Indonesian Shariah Capital Market. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 25(5), 1–14.
- Wardany, D. K. (2016). *Psikologi Pendidikan Islam*. Cirebon: Confident.
- Yasin, R. M. (2021). Cash Waqf Linked Sukuk: Issues, Challenges and Future Direction in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 7(1), 100–112.
- Yulianti, D. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Tingkat Pendapatan, dan Tingkat Pendidikan Terhadap Minat Masyarakat Berwakaf Uang. *AL-AWQAF : Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 13(2), 125–148.