

BAB V

Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis menggunakan Smart PLS, penelitian ini menemukan bahwa layanan digital, brand image, dan literasi keuangan syariah secara positif dan signifikan memengaruhi keputusan membayar zakat melalui platform digital, dengan religiositas sebagai variabel moderasi yang tidak efektif. Layanan digital berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan pengguna, terutama melalui aspek privasi, sedangkan *brand image* yang baik mendorong keyakinan masyarakat untuk menyalurkan zakat. Literasi keuangan syariah yang memadai membantu masyarakat mengevaluasi platform secara kritis dan rasional, sehingga meningkatkan keputusan membayar zakat. Sebaliknya, religiositas tidak menunjukkan peran moderasi terhadap hubungan antara ketiga faktor tersebut dan keputusan membayar zakat, menunjukkan bahwa pengaruh langsung variabel-variabel ini lebih dominan. Dengan demikian, untuk meningkatkan keputusan membayar zakat melalui platform digital maka, platform digital harus memiliki layanan digital dan *brand image* yang baik, serta literasi keuangan syariah masyarakat yang tinggi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang terletak pada banyaknya variabel yang digunakan, yang hanya mencakup tiga faktor utama, yaitu layanan digital, *brand image*, dan literasi keuangan syariah. Meskipun ketiga variabel ini relevan, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi keputusan membayar zakat melalui platform digital, terutama dengan religiositas tidak berpengaruh sebagai variabel moderator. Selain itu, cakupan penelitian ini terbatas pada masyarakat yang tinggal di wilayah DKI Jakarta. Oleh karena itu, hasil penelitian hanya merefleksikan kondisi dan perilaku masyarakat di wilayah tersebut dan belum dapat digeneralisasikan ke wilayah lain yang mungkin memiliki karakteristik sosial, ekonomi, atau budaya yang berbeda.

5.3 Saran

Penelitian ini memberikan sejumlah saran baik dari sisi akademik maupun praktis. Dari perspektif akademik, studi lanjutan disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti kepercayaan terhadap teknologi, kemudahan penggunaan platform, atau pengaruh sosial, guna memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan membayar zakat melalui platform digital. Selain itu, cakupan wilayah penelitian perlu diperluas agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasikan. Metode longitudinal dan pendekatan kualitatif juga dapat digunakan untuk memahami perubahan perilaku masyarakat serta menggali motivasi mereka secara mendalam. Dari sisi praktis, pengelola platform digital zakat disarankan untuk meningkatkan layanan mereka, terutama pada aspek keamanan, privasi, dan kepercayaan pengguna, serta memperkuat *brand image* melalui promosi yang mencerminkan nilai religius dan kredibilitas lembaga. Edukasi masyarakat tentang literasi keuangan syariah juga perlu ditingkatkan melalui kampanye dan pelatihan, sehingga dapat mendorong lebih banyak orang untuk memanfaatkan platform digital sebagai media pembayaran zakat.