

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Berdonasi Secara Online Melalui Platform Financial Technology Crowdfunding

Yulita Diyanti¹, Fathihani^{2*}

Fakultas Bisnis Dan Ilmu Sosial, Program Studi Manajemen
Universitas Dian Nusantara Jakarta, Indonesia

Email: yulitadiyanti38@gmail.com, fathihani@undira.ac.id*

Citation: Diyanti, Y., & Fathihani (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Untuk Berdonasi Secara Online Melalui Platform Financial Technology Crowdfunding. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 3(4), 593–601.

<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/268>

DOI: <https://doi.org/10.59889/embiss.v3i4.268>

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2023 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

*Koresponden: Fathihani@undira.ac.id

Abstract.

Technological developments in the financial industry today provide many new innovations, one of the fintech-based technological innovations utilized is crowdfunding. This study aims to analyze the factors that influence people's decisions to donate online through the crowdfunding financial technology platform. The data used is primary data in the form of questionnaires distributed to 95 respondents selected using random sampling. This research uses the Theory of Planned Behavior (TPB). The results of this study indicate that religious factors, trust, and convenience have a positive effect on online donation decisions.

Keywords: Religious Factors; Trust; Convenience, Online Donation Decisions.

Abstrak

Perkembangan teknologi di industri keuangan saat ini memberikan banyak inovasi-inovasi baru, salah satu inovasi teknologi berbasis fintech yang dimanfaatkan adalah crowdfunding. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berdonasi secara online melalui platform financial technology crowdfunding. Data yang digunakan adalah data primer yang berupa kuesioner yang disebar pada 95 responden yang dipilih menggunakan random sampling. Penelitian ini menggunakan Theory Planned Behavior (TPB). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa factor keagamaan, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi online.

Kata Kunci: Faktor Keagamaan; Kepercayaan, Kemudahan, Keputusan Berdonasi Online

PENDAHULUAN

Saat ini dunia sudah memasuki era globalisasi, dimana penyebaran informasi terjadi begitu cepat dan akses informasi yang sangat mudah, sehingga berbagai informasi dapat diperoleh dengan mudah dan tersebar secara real time ke seluruh dunia. Akibat dari kemajuan teknologi ini, maka dalam perspektif ekonomi muncul istilah ekonomi digital sebagai sebuah konsep aktivitas ekonomi berbasis teknologi digital. merupakan pencetus Ekonomi digital pertama di dunia. Salah satu

contohnya adalah aplikasi untuk berdonasi secara online (Sudrajat, 2020). Menurut (Yuliyanti, 2018) Donasi atau sumbangan atau derma (bahasa Inggris: donation yang berasal dari bahasa Latin: donum) adalah sebuah pemberian pada umumnya bersifat secara fisik oleh perorangan atau badan hukum, pemberian ini mempunyai sifat sukarela dengan tanpa adanya imbalan bersifat keuntungan, walaupun pemberian donasi dapat berupa makanan, pakaian, barang, mainan ataupun kendaraan akan tetapi tidak selalu demikian, pada peristiwa darurat bencana atau dalam keadaan tertentu lain misalnya donasi dapat berupa bantuan kemanusiaan atau bantuan dalam bentuk pembangunan, dalam hal perawatan medis donasi dapat pemberian transfusi darah dalam hal transplantasi dapat pula berupa pemberian penggantian organ. Sedangkan crowdfunding adalah suatu kegiatan penggalangan dana yang dapat digunakan untuk mengumpulkan uang dari masyarakat untuk kemudian disalurkan kepada pihak yang membutuhkan.

Menurut riset Ziegler dkk. (2020), volume transaksi dari crowdfunding secara global mengalami peningkatan yang signifikan dari USD11,06 miliar pada tahun 2013 menjadi USD418.52 miliar pada tahun 2017, dimana mayoritasnya dikontribusinya oleh crowdfunding berbasis investasi seperti P2P lending dan equity. Sementara itu volume transaksi dari crowdfunding berbasis non-investasi seperti donasi dan reward hanya sekitar 0.2% dari total volume crowdfunding global. Secara geografis, crowdfunding telah beroperasi setidaknya di 161 negara dengan tingkat perkembangan yang relatif jauh berbeda, dimana Amerika, China dan Eropa menjadi pemain utama dengan menguasai sekitar 97% dari total pasar crowdfunding global. Di Indonesia, crowdfunding pertama kali muncul pada tahun 2012, yaitu dengan berdirinya situs galang dana wujudkan.com yang berbasiskan reward (imbalan) yang bergerak pada proyek-proyek kreatif. Namun sayangnya, platform ini harus tutup pada tahun 2017 disebabkan biaya operasional yang terlalu besar. Kemudian, berbagai situs-situs lainnya bermunculan seperti kitabisa.com dan ayopeduli.id yang merupakan crowdfunding berbasis donasi, dan gandengtangan.co.id yang berbasis utang. Volume transaksi dari crowdfunding berbasis non-investasi lumayan menjanjikan sebagai sumber pendanaan bagi kegiatan sosial maupun usaha kreatif. Misalnya, platform kitabisa.com telah berhasil menggalang dana dari masyarakat mencapai sekitar Rp835 miliar semenjak berdiri tahun 2013. Sementara gandengtangan.co.id berhasil mengakumulasi pinjaman sejak berdiri sekitar 41 miliar rupiah untuk pembiayaan UMKM.

Berdasarkan data pra survey yang penulis lakukan ke 20 orang di DKI Jakarta Khususnya Jakarta Utara, terkait variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk berdonasi secara online melalui platform financial technology crowdfunding yaitu faktor keagamaan, faktor kepercayaan, dan faktor kemudahan. Oleh karena itu, dari ke tiga variabel ini akan penulis jadikan sebagai bahan penelitian.

Variabel pertama adalah Keagamaan merupakan faktor internal dari donatur yang memberikan pengaruh atas donasi yang diberikan, karena baik dalam agama Islam maupun agama lainnya mengajarkan untuk saling tolong menolong (Linardi & Nur, 2021). Sejalan dengan hal tersebut menurut penelitian yang dilakukan oleh (Zulfian, 2020) dengan latar belakang masyarakat Indonesia yang mayoritas memeluk agama Islam, tingkat religiusitas seseorang akan menjadi salah satu pertimbangan para donatur untuk memprioritaskan platform yang berjalan berbasis religious ataupun islami karena dalam pengelolaan dana donasi serta dana operasional sudah menggunakan prinsip-prinsip sesuai Syariah. Penelitian tersebut menyatakan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan berdonasi. Variabel kedua adalah kepercayaan, kepercayaan sendiri memiliki arti yaitu energi yang terkumpul karena terbukanya perasaan; ada keinginan, ada ketidakeinginan, ingatan terasa lebih kuat, energi percaya bertambah

berubah menjadi energi keyakinan, dan ada dorongan memilih rasa tertentu ataupun cara tertentu. Ingatan terasa lebih kuat (ingatan yang enak ataupun yang tidak enak, tidak selalu harus dirasakan).. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Amalina, 2021) menunjukkan bahwa variable kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berdonasi online. Hal ini sesuai dengan data per Mei 2020 jumlah penggalangan dana yang sudah memfasilitasi sebanyak 63,964 ribu penggalang dana dan 3,8 juta pengguna (baik penggalang dana maupun donatur). Faktor terakhir adalah kemudahan, kemudahan penggunaan berarti keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan (Achmad Ali Fikri, Syamsul Arifin, 2022). Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan variable Persepsi Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat berdonasi pada platform crowdfunding. Hal tersebut ditunjukkan dengan diperolehnya nilai t-hitung sebesar 4.722 dengan p-value sebesar 0.036 (Linardi & Nur, 2021). Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh (Brier & lia dwi jayanti, 2020) menyatakan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa berdonasi online.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian dalam penyusunan proposal skripsi ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Kuantitatif yaitu seluruh informasi yang dikumpulkan dari lapangan yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka-angka (Moshinsky, 2018). Penelitian kuantitatif adalah Suatu penelitian yang menggunakan pendekatan deduktif verifikatif. Dengan kata lain, dalam penelitian kuantitatif peneliti berangkat dari paradigma teoretik yang berupa hipotesis menuju data, dan berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap hipotesis yang di ajukan. (Sari, 2018). Skala pengukuran yang dipakai menggunakan skala likert. Pada penelitian ini, penentuan nilai sampel dipilih dari nilai tengah antara 5-10, sehingga jumlah indikator dikali 5. Maka sampel pada penelitian ini adalah 95 responden yang didapatkan dari 19 indikator x 5 = 95 sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta. Untuk memperoleh data dari berbagai keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tehnik pendekatan survey. Survey dilakukan dengan tujuan mendapatkan kepastian informasi yang diberikan oleh sampel dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data (Sugiyono, 2018: 165). Teknik Survei dipergunakan untuk mendapatkan data opini individu, dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Menurut Sugiyono (2018:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Item Pernyataan	Pearson's Correlations	Sig.	Ket.
Keagamaan (X1)	Keagamaan (1)	1	0,000	Valid
	Keagamaan (2)	0,597	0,000	Valid
	Keagamaan (3)	0,436	0,000	Valid
	Keagamaan (4)	0,547	0,000	Valid
	Keagamaan (5)	0,485	0,000	Valid
	Keagamaan (6)	0,382	0,000	Valid
	Keagamaan (7)	0,427	0,000	Valid
	Keagamaan (8)	0,42	0,000	Valid
	Keagamaan (9)	0,625	0,000	Valid
	Keagamaan (10)	0,364	0,000	Valid
Kepercayaan (X2)	Kepercayaan (1)	1	0,000	Valid
	Kepercayaan (2)	0,597	0,000	Valid

	Kepercayaan (3)	0,436	0,000	Valid
	Kepercayaan (4)	0,547	0,000	Valid
	Kepercayaan (5)	0,485	0,000	Valid
	Kepercayaan (6)	0,382	0,000	Valid
	Kepercayaan (7)	0,427	0,000	Valid
	Kepercayaan (8)	0,42	0,000	Valid
	Kepercayaan (9)	0,625	0,000	Valid
	Kepercayaan (10)	0,364	0,000	Valid
Kemudahan (X3)	Kemudahan (1)	1	0,000	Valid
	Kemudahan (2)	0,597	0,000	Valid
	Kemudahan (3)	0,436	0,000	Valid
	Kemudahan (4)	0,547	0,000	Valid
	Kemudahan (5)	0,485	0,000	Valid
	Kemudahan (6)	0,382	0,000	Valid
	Kemudahan (7)	0,427	0,000	Valid
	Kemudahan (8)	0,42	0,000	Valid
	Kemudahan (9)	0,625	0,000	Valid
	Kemudahan (10)	0,364	0,000	Valid
Keputusan Berdonasi Online (Y)	KBO (1)	1	0,000	Valid
	KBO (2)	0,597	0,000	Valid
	KBO (3)	0,436	0,000	Valid
	KBO (4)	0,547	0,000	Valid
	KBO (5)	0,485	0,000	Valid
	KBO (6)	0,382	0,000	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa butir-butir pertanyaan pada variabel Keagamaan, Kepercayaan, Kemudahan dan Keputusan Berdonasi Online mempunyai hasil sig < 0,05 (5%) dan person's correlation diatas 0,2017. Berdasarkan tabel 1. disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan pada 4 variabel tersebut valid atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji reabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat diandalkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini diuji reabilitas untuk mengetahui kuesioner yang dibagikan kepada responden memenuhi syarat realible. Alat untuk mengukur reabilitas adalah Cronbach's Alpha, dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha (Ghozali 2018):

Hasil $\alpha > 0,60$ = Reliabel

Hasil $\alpha \leq 0,60$ = Tidak Reliabel

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Keagamaan (X1)	0,913	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,906	0,60	Reliabel
Kemudahan (X3)	0,951	0,60	Reliabel
Keputusan Berdonasi Online (Y)	0,818	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan pengujian pada Tabel 2. uji reliabilitas diketahui bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa semua butir-butir variabel penelitian tersebut reliabel dan dapat di gunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji normalitas dilakukan untuk menguji model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan uji statistik Kolmogorov-smirnov. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis unstandardized residual. Distribusi

data normal, apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05. Penelitian ini, uji normalitas menggunakan aplikasi SPSS Statistic 26. Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-smirnov dapat dilihat pada Tabel 3. di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.55550162
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.044
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Olah Data dengan SPSS 26

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar 3., dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi normal, karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yang dihasilkan yaitu 0,200 lebih besar dari 0,005, Maka model regresi ini layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali 2018). Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi berganda yang dihasilkan dapat dilakukan dengan menghitung nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai Tolerance dari masing-masing variabel bebas dalam model regresi. Tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi apabila $VIF < 10$. Uji multikolinearitas dan nilai tolerance > 0,1. Variabel penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS Statistic 26. Hasil uji multikolinearitas dilihat pada Tabel 4. di bawah ini :

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

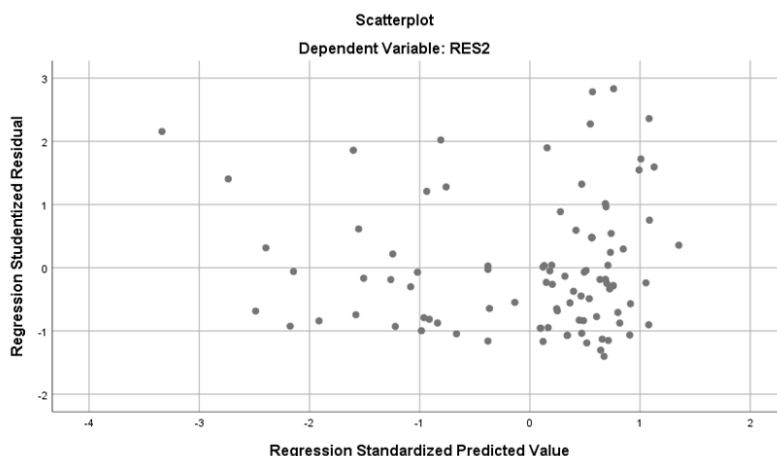
		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	4.126	.610		6.761	.000		
	Faktor Keagamaan	.176	.045	.210	3.899	.000	.601	1.664
	Faktor Kepercayaan	.456	.054	.612	8.499	.000	.335	2.984
	Faktor Kemudahan	.096	.037	.190	2.574	.012	.320	3.126

a. Dependent Variable: Keputusan Berdonasi Online

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa pada bagian collinierity statistic, nilai VIF pada seluruh variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance di atas 0.1. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa seluruh variabel independen pada penelitian ini tidak ada gejala multikolinieritas.

Gejala heteroskedastisitas terjadi bila disturbance term untuk setiap observasi tidak lagi konstan, tetapi bervariasi. Perhitungan heteroskedastisitas dapat dilakukan dalam banyak model, salah satunya adalah model chart (diagram pencar) dengan dasar pemikiran sebagai berikut (Imam Ghozali 2005). Hasil Uji Heteroskedastisitas tersebut dapat di tampilkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Dari Gambar 1. diatas dapat diketahui plot residual tersebut diatas dan di bawah titik 0, atau tidak membentuk pola U maupun pola U terbalik, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dengan program SPSS 26, maka dapat diketahui besarnya nilai koefisien regresi. Hasil pengolahan data dengan menggunakan model regresi dapat dilihat pada Tabel 5. berikut ini.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.126	.610		6.761	.000
	Faktor Keagamaan	.176	.045	.210	3.899	.000
	Faktor Kepercayaan	.456	.054	.612	8.499	.000
	Faktor Kemudahan	.096	.037	.190	2.574	.012

a. Dependent Variable: Keputusan Berdonasi Online
Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Koefisien regresi variabel Ketersediaan fitur, kualitas layanan, kepercayaan dan pengaruh sosial bernilai positif sebesar 0,176, 0,456, dan 0,096 yang berarti bahwa jika variabel keagamaan, kepercayaan dan kemudahan mengalami peningkatan, maka keputusan berdonasi online akan cenderung meningkat.

Tabel 6. Hasil Uji Parsial t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.126	.610		6.761	.000
	Faktor Keagamaan	.176	.045	.210	3.899	.000
	Faktor Kepercayaan	.456	.054	.612	8.499	.000
	Faktor Kemudahan	.096	.037	.190	2.574	.012

a. Dependent Variable: Keputusan Berdonasi Online
Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Dimana nilai t hitung sebagai berikut: Level of Significant (α) Derajat bebas (df) = 5% $\rightarrow 0,05 = n - k = 95 - 4 = 91$ t table = 1,986

Berdasarkan tabel 10. dapat diperoleh analisis data sebagai berikut: Nilai t hitung (3,899 > 1,986) dan nilai signifikan (0,000 < 0,05) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa, factor keagamaan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi online. Nilai t hitung (8,499 > 1,986) dan nilai signifikan (0,000 < 0,05) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa, factor kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi online. Nilai t hitung sebesar (2,574 > 1,986) dan nilai signifikan (0,012 < 0,05) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa, factor kemudahan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi online.

Tabel 7. Hasil Uji F-test ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	923.662	3	307.887	161.333	.000 ^b
	Residual	173.664	91	1.908		
	Total	1097.326	94			

a. Dependent Variable: Keputusan Berdonasi Online

b. Predictors: (Constant), Faktor Kemudahan, Faktor Keagamaan, Faktor Kepercayaan

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 7. menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 161,333 dan nilai F tabel pada signifikan (α) dengan derajat kebebasan (df1) = jumlah variabel -1 dan df2 = n-k, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas. Dengan ini berarti df1 = 4-1 = 3 dan df2 = 95-4 = 91, jadi f tabel sebesar 2.70. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh f hitung (161,333) > f tabel (2.70) dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya bahwa Faktor keagamaan, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan berdonasi online.

Tabel 8. Hasil Uji Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.842	.837	1.381

a. Predictors: (Constant), Faktor Kemudahan, Faktor Keagamaan, Faktor Kepercayaan

Sumber : Data diolah dengan SPSS 26

Berdasarkan tabel 8. terlihat bahwa koefisien determinasi sebesar 0,837 atau 83,7% artinya factor keagamaan, kepercayaan dan kemudahan merupakan variabel bebas yang dapat menjelaskan variabel terikat yaitu keputusan berdonasi online sebesar 83,7%. Nilai koefisien determinasi yang semakin mendekati nilai satu menjelaskan hampir semua informasi dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Setelah itu, 16,3% sisanya menjelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Terdapat pengaruh antara keagamaan terhadap keputusan berdonasi online. Hal ini dikarenakan tingkat keagamaan seseorang itu lebih tinggi untuk saling tolong menolong antar sesama manusia yang membutuhkan. Terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap keputusan berdonasi online. Hal ini dikarenakan aplikasi yang digunakan untuk berdonasi online memiliki tingkat keamanan yang baik ketika seseorang melakukan donasi secara online.

Terdapat pengaruh antara kemudahan terhadap keputusan berdonasi online. Hal ini dikarenakan fitur-fitur yang terdapat diaplikasi crowdfunding mudah dimengerti sehingga pengguna dapat dengan mudah memahaminya.

Berdasarkan keterbatasan penelitian maka ada beberapa saran yang peneliti rekomendasikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu: Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan jumlah variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk melakukan donasi online. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan populasi dan sampel yang berbeda dari penelitian ini. Misalnya target responden berasal dari universitas dan kota selain yang ada pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Ali Fikri, Syamsul Arifin, M. F. F. (2022). Pengaruh literasi digital, perilaku, keamanan, kemudahan penggunaan dan akuntabilitas lembaga filantropi terhadap keputusan berdonasi melalui platform crowdfunding yayasan hubbul wathon kebumen. 2, *הארג* (8.5.2017), 2003–2005.
- Amalia, N., Lubis, D., & Muthohharoh, M. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Milenial Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform: Studi pada Kitabisa.com. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 08(02), 181–194.
- Amalina, R. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Media Sosial Terhadap Minat Masyarakat Berdonasi Via Platform Crowdfunding Kitabisa *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan beramal menggunakan crowdfunding amal*. 21(1), 1–9.
- Fathihani. (2020). *Authentic Happiness As a Mediator of Learning Organization*. 2(1), 112–124.
- Handojo, A., & Wibowo, A. (2012). *Aplikasi Crowdfunding Sebagai Perantara Penggalangan Dana Berbasis Website dan Facebook Application*. *Komputer*, 2(Jaringan Komputer).
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pengaruh Privasi dan Keamanan Terhadap Niat Menggunakan Payment Fintech. *Jurnal Kajian Akuntansi*, 4(1), 52.
- Jana, A., & Hidayat, S. E. (2022). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Tingkat Religiusitas dan Akuntabilitas Masyarakat dalam Berdonasi Sisa*. 20(2).
- Linardi, C., & Nur, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 249–267.
- Moshinsky, M. (2018). Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Nafiah, R., & Faih, A. (2019). Analisis Transaksi Financial Technology (Fintech) Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 6(2), 167–175.
- Purwanto, N. (2019). Variabel Dalam Penelitian Pendidikan. *Jurnal Teknodik*, 6115, 196–215.
- Ryan, Cooper, & Tauer. (2021). *Teory of planned behavior*. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 5978(1), 12–26.
- Sari, R. D. (2018). Pengaruh Pemahaman Agama Terhadap Perilaku Keagamaan Remaja Desa Ngestirahayu Kecamatan Punggur Kabupaten Lampung Tengah. *IAIN Metro Lampung*, 2.
- Sudrajat, A. (2020). *Pengaruh brandtrush kitabisa.com terhadap niat berdonasi secara online (studi kasus : masyarakat kota Bandung)*. 10, 1–9.
- Sugiyono. (2018). *Strategi penelitian*. 34–46.
- Yuliyanti, Y. (2018). *Sistem Informasi Pengelolaan Anak Asuh Dan Donasi Di Panti Asuhan Muhammadiyah Sumur Bandung Berbasis Web*. 12–30.

Zulfian, D. M. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi secara online melalui platform financial technology crowdfunding. *Applied Microbiology and Biotechnology*, 2507(1), 1–9.