

**PENGARUH TRANSPARANSI, KEPERCAYAAN, RELIGIUSITAS DAN  
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN GENERASI  
MILENIAL BERDONASI SECARA ONLINE PADA PLATFORM  
CROWDFUNDING KITABISA.COM**

**(Studi Kasus Generasi Milenial Dikota Pekanbaru)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Islam Riau*



**OLEH:**

**RANI WIJAYANTI**

**175210120**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

**2021**

**ABSTRAK****PENGARUH TRANSPARANSI, KEPERCAYAAN, RELIGIUSITAS  
DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
GENERASI MILENIAL BERDONASI SECARA ONLINE PADA  
PLATFORM CROWDFUNDING KITABISA.COM (STUDI KASUS  
GENERASI MILENIAL DI KOTA PEKANBARU)**

**RANI WJAYANTI**  
**NPM : 175210120**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi pengaruh transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan Generasi Milenial Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 75 orang dengan metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Non Probability Sampling*. Metode analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi, kepercayaan, religiusitas, kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding Kitabisa.com.

**Kata kunci : Transparansi, Kepercayaan, Religiusitas, Kemudahan Penggunaan dan Keputusan Berdonasi Secara Online**

**ABSTRACT*****THE EFFECT OF TRANSPARENCY, TRUST, RELIGIUSITY AND EASY OF USE ON DECISIONS OF MILENIAL GENERATIONS DONATE ONLINE ON KITABISA.COM CROWDFUNDING PLATFORM (CASE STUDY OF MILENIAL GENERATIONS IN PEKANBARU CITY)***

**RANI WIJAYANTI**  
**NPM : 175210120**

*This study aims to determine and identify the influence of transparency, trust, religiosity and ease of use on the decision of the Millennial Generation to Donate Online on the Kitabisa.com Crowdfunding Platform. The sample in this study amounted to 75 people with the sampling method using purposive non probability sampling. The data analysis method was carried out in a descriptive quantitative manner with multiple linear regression analysis tools. The results showed that transparency, trustworthiness, religiosity, ease of use had a positive and significant influence on the decision of the millennial generation to donate online on the Kitabisa.com crowdfunding platform.*

***Keywords: Transparency, Trust, Religiosity, Ease Of Use and The Decision To Donate Online***

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan berkah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Transparansi, Kepercayaan, Religiusitas Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Generasi Milenial Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.com (Studi Kasus Generasi Milenial dikota Pekanbaru)”**. Yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau Kota Pekanbaru.

Dalam proses penyelesaian tugas akhir ini penulis telah memperoleh berbagai dukungan yang sangat berharga dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Firdaus AR, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau
2. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
3. Ibu Hj. Susie Suryani, SE., MM selaku pembimbing skripsi yang senantiasa membimbing, memberi arahan serta memberikan motivasi pada penulis dalam memperbaiki dan menyelesaikan skripsi.
4. Ibu Hafidzah NurJannah, SE., M.Sc selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan serta motivasi mengenai hal-hal akademik
5. Seluruh dosen fakultas ekonomi dan bisnis khususnya program studi manajemen unversitas islam riau yang mana tidak dapat penulis sebutkan satu

per satu, namun tidak mengurangi rasa hormat penulis yang mana telah memberikan banyak ilmu dan mendidik penulis dengan penuh kesabaran hingga saat ini.

6. Terimakasih kepada kedua orang tercinta yang telah banyak memberikan doa, motivasi, dorongan, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini.
7. Terimakasih kepada teman terdekat saya Jelita Wahyuni Lubis, Hayu Andira, Sopian Zauri dan Tuti Alaviyah yang telah memberikan semangat serta memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir (skripsi).
8. Dan juga pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih Sangat Jauh dari Sempurna, oleh karena kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu penulis harapkan demi kebaikan Skripsi ini. Dan semoga dengan karya ini dapat membuahkan hasil yang baik serta bermanfaat bagi orang lain. Aamiin .

Pekanbaru, 24 April 2021

PENULIS

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1 Keputusan Pembelian .....	13
2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	13
2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	14
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	16
2.2 Transparansi .....	17
2.2.1 Pengertian Transparansi .....	17
2.2.2 Dimensi Transparansi .....	18
2.3 Kepercayaan .....	19
2.3.1 Pengertian Kepercayaan .....	19
2.3.2 Indikator Kepercayaan .....	21
2.4 Religiusitas .....	21
2.4.1 Pengertian Religiusitas .....	21
2.5 Kemudahan penggunaan (Ease of Use) .....	22
2.5.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan .....	22
2.5.2 Indikator Kemudahan Penggunaan .....	23
2.6 Crowdfunding .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.6.1	Pengertian Crowdfunding .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.6.2	Mekanisme Crowdfunding.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.7	Penelitian Terdahulu .....	24
2.8	Kerangka Pemikiran.....	26
2.9	Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Lokasi Dan Objek Penelitian .....	28
3.2	Operasional variabel .....	28
3.3	Populasi dan sampel.....	30
3.4	Jenis dan sumber data .....	31
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.6	Teknik Analisis Data.....	32
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>		<b>39</b>
4.1	Sejarah Kitabisa.com .....	39
4.2	Struktur Organisasi Kitabisa.com .....	41
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>41</b>
5.1	Hasil Penelitian .....	42
5.1.1	Identitas Responden .....	42
5.1.2	Uji validitas dan reliabilitas.....	48
5.1.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	51
a.	Analisis Deskriptif Transparansi .....	51
b.	Analisis Deskriptif Kepercayaan.....	61
c.	Analisis Deskriptif religiusitas .....	65
d.	Analisis Deskriptif kemudahan penggunaan .....	71
e.	Analisis Deskriptif keputusan berdonasi online .....	80
5.1.4	Uji Asumsi Klasik.....	91
5.1.5	Teknik analisis regresi berganda.....	95
5.1.6	koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	97
5.1.7	Uji hipotesis .....	100
1.	uji t (parsial).....	98
2.	uji f (simultan) .....	100
5.2	Pembahasan.....	103

<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>111</b>
6.1 Kesimpulan .....	111
6.2 Saran .....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>113</b>



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> : Top 10 Crowdfunding 2020.....	2
<b>Tabel 1.2</b> : Data campaign terdantai dan jumlah pengguna 2018-2020.....	3
<b>Tabel 2.1</b> : Penelitian Terdahulu .....	26
<b>Tabel 3.1</b> : Operasional Variabel.....	30
<b>Tabel 5.1</b> : Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
<b>Tabel 5.2</b> : Karakteristik responden berdasarkan usia.....	45
<b>Tabel 5.3</b> : identifikasi responden berdasarkan jenis pekerjaan.....	45
<b>Tabel 5.4</b> : Identifikasi responden berdasarkan pendapatan per bulan .....	45
<b>Tabel 5.5</b> : Identifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Donasi.....	46
<b>Tabel 5.6</b> : hasil uji validitas transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan .....	47
<b>Tabel 5.7</b> : hasil uji validitas keputusan berdonasi online.....	48
<b>Tabel 5.8</b> : hasil uji reliabilitas variabel transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan .....	49
<b>Tabel 5.9</b> : hasil uji reliabilitas keputusan berdonasi online .....	50
<b>Tabel 5.10</b> : distribusi tanggapan responden tentang kitabisa.com menyediakan informasi tepat waktu (update) .....	52

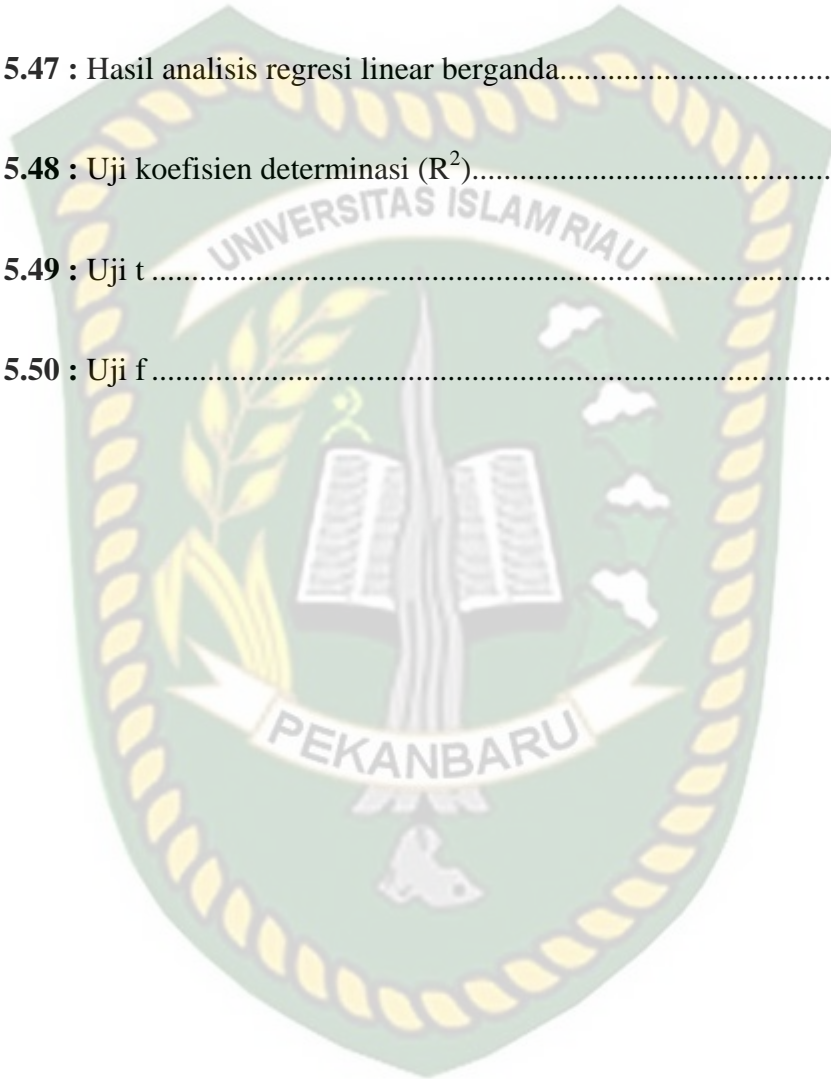
<b>Tabel 5.11</b> : distribusi tanggapan responden tentang Informasi yang disediakan kitabisa.com memadai.....	53
<b>Tabel 5.12</b> : distribusi tanggapan responden tentang Kitabisa.com memberikan informasi secara jelas .....	54
<b>Tabel 5.13</b> : distribusi tanggapan responden tentang Kitabisa.com menyediakan informasi yang akurat .....	55
<b>Tabel 5.14</b> : distribusi tanggapan responden tentang Informasi tentang kitabisa.com mudah diakses.....	56
<b>Tabel 5.15</b> : distribusi tanggapan responden tentang Kitabisa.com menyediakan informasi tentang susunan pengurus organisasi.....	56
<b>Tabel 5.16</b> : distribusi tanggapan responden tentang Kitabisa.com menyediakan informasi mengenai pengelolaan campaign dari penghimpunan dana hingga penyalurannya .....	57
<b>Tabel 5.17</b> : rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai transparansi kitabisa.com .....	58
<b>Tabel 5.18</b> : distribusi tanggapan responden tentang Saya percaya kitabisa.com selalu jujur dalam mengelola situs donasi online .....	60
<b>Tabel 5.19</b> : distribusi tanggapan responden tentang Saya yakin situs kitabisa.com dapat bersaing dan diandalkan.....	61
<b>Tabel 5.20</b> : distribusi tanggapan responden tentang Saya yakin informasi yang diberikan kitabisa.com dapat dipercaya.....	62

<b>Tabel 5.21</b> : Rekapitulasi hasil tanggapan responden tentang kepercayaan .....	62
<b>Tabel 5.22</b> : distribusi tanggapan responden tentang Saya berdonasi karena menjalankan perintah Tuhan yaitu bersedekah .....	64
<b>Tabel 5.23</b> : distribusi tanggapan responden tentang Ketika membantu orang lain dengan berdonasi, saya mencari ridho dan berkah dari Tuhan.....	65
<b>Tabel 5.24</b> : distribusi tanggapan responden tentang Saya berdonasi karena keinginan hati nurani dan percaya kelak Tuhan akan memberikan balasan lebih atas tindakan saya .....	66
<b>Tabel 5.25</b> : distribusi tanggapan responden tentang Saya berdonasi karena sesuai dengan pemahaman saya terhadap ajaran agama .....	66
<b>Tabel 5.26</b> : distribusi tanggapan responden tentang Saya berdonasi agar dapat membantu orang lain dan mendapat pahala dari Allah.....	67
<b>Tabel 5.27</b> : rekapitulasi hasil tanggapan responden tentang variabel religiusitas .....	68
<b>Tabel 5.28</b> : distribusi tanggapan responden tentang fitur-fitur yang terdapat di website kitabisa.com mudah untuk dipelajari sehingga memudahkan saya mencari kategori donasi yang saya inginkan	70
<b>Tabel 5.29</b> : distribusi tanggapan responden tentang saya memilih berdonasi di kitabisa.com karena saya dapat dengan mudah mengontrol seluruh proses kegiatan berdonasi saya .....	71

- Tabel 5.30** : distribusi tanggapan responden tentang detail kategori donasi yang ditampilkan dalam website kitabisa.com jelas dan terperinci sehingga saya dapat memahami ..... 72
- Tabel 5.31** : distribusi tanggapan responden tentang aplikasi kitabisa.com dapat diakses kapan pun dan dimana pun dengan menggunakan HP/PC selama terhubung ke internet..... 73
- Tabel 5.32** : distribusi tanggapan responden tentang icon-icon kategori donasi yang ada di aplikasi kitabisa.com mudah dimengerti sehingga saya menjadi mahir dalam menggunakan aplikasi kitabisa.com.. 74
- Tabel 5.33** : distribusi tanggapan responden tentang mudah menggunakan aplikasi kitabisa.com ketika akan berdonasi pada suatu kategori donasi (bantuan pendidikan, bencana alam, kegiatan sosial, rumah ibadah dan lain-lain)..... 75
- Tabel 5.34** : Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai variabel kemudahan penggunaan ..... 76
- Tabel 5.35** : distribusi tanggapan responden tentang memutuskan berdonasi di kitabisa.com karena adanya kebutuhan untuk berbagi ..... 79
- Tabel 5.36** : distribusi tanggapan responden tentang berdonasi di Kitabisa.com karena adanya keinginan untuk bersedekah ..... 80

<b>Tabel 5.37</b> : distribusi tanggapan responden tentang sebelum mengambil keputusan saya terlebih dahulu mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan tata cara berdonasi di Kitabisa.com .....	81
<b>Tabel 5.38</b> : distribusi tanggapan responden tentang sebelum mengambil keputusan saya mencari informasi tentang program donasi di kitabisa.com melalui berbagai media sosial .....	82
<b>Tabel 5.39</b> : distribusi tanggapan responden tentang saya melakukan penilaian terhadap platform kitabisa.com sebelum berdonasi.....	83
<b>Tabel 5.40</b> : distribusi tanggapan responden tentang saya berdonasi di situs website kitabisa.com setelah membandingkan dengan platform donasi online yang lainnya .....	84
<b>Tabel 5.41</b> : distribusi tanggapan responden tentang saya memutuskan berdonasi di situs website kitabisa.com setelah saya mengetahui berbagai hal seperti kategori donasi, jumlah minimal donasi dan cara pembayaran .....	85
<b>Tabel 5.42</b> : distribusi tanggapan responden tentang saya merasa puas berdonasi di kitabisa.com .....	86
<b>Tabel 5.43</b> : distribusi tanggapan responden tentang saya memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk berdonasi di kitabisa.com	87
<b>Tabel 5.44</b> : distribusi tanggapan responden tentang saya akan melakukan donasi ulang di kitabisa.com .....	88

<b>Tabel 5.45</b> : Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai keputusan berdonasi online di kitabisa.com .....	88
<b>Tabel 5.46</b> : hasil uji autokorelasi .....	93
<b>Tabel 5.47</b> : Hasil analisis regresi linear berganda.....	95
<b>Tabel 5.48</b> : Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).....	98
<b>Tabel 5.49</b> : Uji t .....	98
<b>Tabel 5.50</b> : Uji f .....	100



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> : Logo Top 10 Crowdfunding.....	2
<b>Gambar 1.2</b> : Tampilan Utama Kitabisa.com.....	3
<b>Gambar 2.1</b> : Proses Pengambilan Keputusan .....	12
<b>Gambar 2.2</b> : Kerangka Pemikiran.....	28
<b>Gambar 4.1</b> : Struktur Organisasi Kitabisa.com .....	42
<b>Gambar 5.1</b> : Grafik Histogram.....	92
<b>Gambar 5.2</b> : Grafik Normal <i>Probability Plot</i> .....	92
<b>Gambar 5.3</b> : Uji Heterokedastisitas Grafik Scatterplot.....	94

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi internet di dunia berkembang sangat pesat pada saat ini. Pesatnya perkembangan internet memudahkan seseorang dalam berkomunikasi maupun berinteraksi dengan orang lain tanpa harus bertatap muka secara langsung. Sekarang internet tidak hanya digunakan untuk mencari informasi dan alat komunikasi semata, kini internet dapat dimanfaatkan sebagai media berbelanja online dan juga berdonasi secara online.

Donasi ialah salah satu cara bagi seseorang untuk mengekspresikan rasa empatinya terhadap suatu kejadian. Peristiwa seperti bencana alam, pembangunan infrastruktur umum, serta pemberian bantuan bagi orang-orang yang kurang mampu merupakan beberapa contoh yang mendorong seseorang untuk melakukan donasi.

Seiring dengan perkembangan zaman, internet berkembang dengan sangat pesat dan menjangkau keberbagai kalangan. Salah satu dampak positif dari adanya teknologi internet ialah munculnya aktifitas fundrising atau yang biasa dikenal dengan istilah crowdfunding. Menurut Nafidzah (2020), Crowdfunding ialah suatu kegiatan penggalangan dana yang dipergunakan untuk mengumpulkan uang dari publik yang kemudian diberikan kepada orang yang membutuhkan. Crowdfunding pada



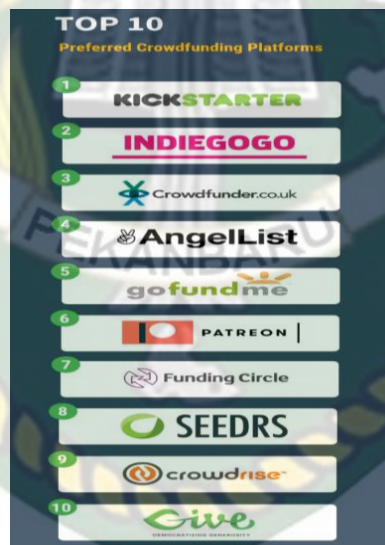
mulanya berasal dari negara barat yaitu amerika serikat, contohnya ialah seperti Kickstarter dan Indiegogo. Yang selanjutnya ditiru oleh Inggris, Itali, Australia bahkan Indonesia (Sari, Ridwan & Sugianto, 2019).

Platform crowdfunding didunia yang paling terkenal pada tahun 2020 menurut medium.com yaitu Kickstarter, Indiegogo, Crowdfunder, Angellist, Go Fund Me, Patreon, Funding circle, Seedrs, Crowdrise dan Give.

Berikut merupakan logo dari top 10 Crowdfunding dunia.

**Gambar 1.1**

**Logo Top 10 Crowdfunding Dunia**



Untuk dapat mengetahui asal negara dan tahun berdirinya top 10 crowdfunding dunia, dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Top 10 Crowdfunding 2020**

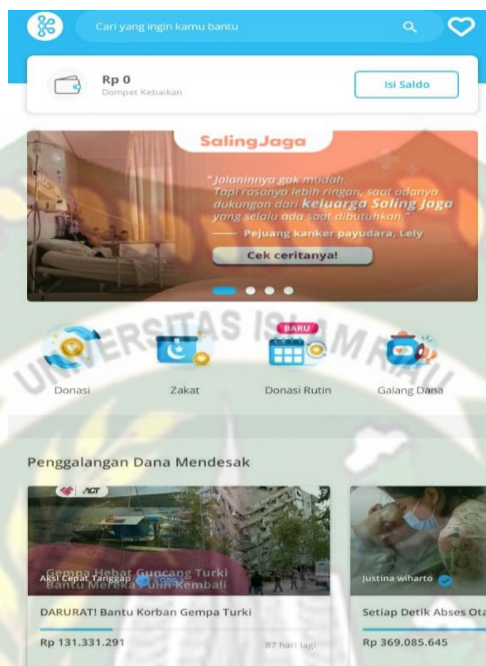
No	Nama Crowdfunding	Asal Negara	Tahun Berdiri
1.	Kickstarter	Amerika Serikat	2009
2.	Indiegogo	Amerika Serikat	2008
3.	Crowdfunder	U.K	2011
4.	AngelList	Amerika Serikat	2010
5.	GoFundMe	Amerika Serikat	2010
6.	Patreon	Amerika Serikat	2013
7.	Funding Circle	Inggris	2010
8.	Seedrs	Inggris	2012
9.	Crowdrise	Amerika Serikat	2010
10.	Give	Amerika Serikat	2016

**Sumber : [www.medium.com](http://www.medium.com)**

Seiring berkembangnya industri *crowdfunding* di dunia, maka sejak tahun 2013 mulai bermunculan beberapa situs *crowdfunding* di Indonesia seperti [kitabisa.com](http://kitabisa.com), [ayopeduli.com](http://ayopeduli.com), [gandengtangan.com](http://gandengtangan.com), [wujudkan.com](http://wujudkan.com), [patungan.com](http://patungan.com) dan masih banyak situs lainnya. Situs *crowdfunding* yang ada biasanya lebih mengarah untuk mendanai proyek non-profit (March Hot Asi Sitanggung, 2-3).

Kini tampak banyak perusahaan startup yang memakai sistem *crowdfunding* untuk menggalang dana dari publik. Salah satu situs *crowdfunding* yang paling dikenal oleh masyarakat Indonesia adalah platform [Kitabisa.com](http://Kitabisa.com).

**Gambar 1.2**  
**Tampilan Utama Kitabisa.com**



Setelah didirikan pada tahun 2013, Kitabisa.com menjadi yayasan resmi di tahun 2014 dan kemudian ditahun 2015 menjadi PT Kita Bisa Indonesia. Kitabisa.com mengangkat nilai dan norma gotong royong yang merupakan bentuk simpati publik melalui *platform* online. Dimana sosial media bisa menjadikan kekuatan positif dalam bentuk kepedulian sosial atas kejadian yang terjadi di publik. Kitabisa.com ialah situs *crowdfunding* yang membiayai proyek non-profit. Proyek non-profit dipergunakan untuk kepentingan sosial yang mencakup bidang kesehatan masyarakat juga dalam mengembangkan sarana dan prasarana umum.

Kitabisa.com menyediakan tempat dan teknologi online untuk individu, komunitas, organisasi, maupun perusahaan yang ingin menggalang dana dengan membuat halaman donasi online (*campaign*) untuk beragam tujuan sosial, kreatif dan lainnya. Maksud dari tujuan sosial

tersebut ialah digunakan untuk membuat campaign penggalangan dana untuk kategori balita & anak sakit, bantuan medis & kesehatan, bantuan pendidikan, lingkungan, kegiatan sosial, infrastruktur umum, rumah ibadah, difabel, panti asuhan, kemanusiaan, zakat, menolong hewan dan karya kreatif & modal usaha. Sedangkan tujuan kreatif itu contohnya seperti hal unik yang dilakukan Andovi Da Lopez yang melakukan penggalangan dana dengan membaca KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) selama 15 jam non stop dan disiarkan secara langsung melalui channel YouTube miliknya.

Untuk jumlah pengguna dan penggalangan dana (*campaign*) terdantai 2018 hingga 2020 dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.2**

**Data campaign terdantai dan jumlah pengguna 2018-2020**

<b>Tahun</b>	<b>Penggalangan dana (Campaign) terdantai</b>	<b>Jumlah pengguna (orang)</b>
2018	14.329	969.053
2019	32.530	2.377.638
2020	63.964	3.850.964

**Sumber : Kitabisa.com**

Berdasarkan tabel diatas, jumlah penggalangan dana (*campaign*) yang telah terdantai pada tahun 2018 sebanyak 14.329 dengan jumlah pengguna/donatur sebanyak 969.053 orang. Lalu pada tahun 2019 jumlah penggalangan dana (*campaign*) yang telah terdantai meningkat menjadi 32.530 dengan jumlah pengguna/donatur sebanyak 2.377.638 orang. Dan pada 2020 terus meningkat menjadi 63.964 *campaign* terdantai dengan jumlah pengguna/donatur sebanyak 3.850.964 orang.

Kitabisa.com mempunyai jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, pengguna terbanyak salah satunya bersumber dari generasi milenial, donasi secara online memang tepat dengan karakter generasi milenial yang hampir seluruh urusan dan aktivitas sehari-hari dilakukan dengan bantuan gadget dan internet. Generasi milenial bersikap demikian karena mereka percaya bahwa teknologi membuat segalanya menjadi mudah dan transparan. Generasi milenial lahir pada tahun 1980 - 2000 dengan usia saat ini 21 - 40 tahun (hidayatullah, waris & deviani, 2018). Generasi milenial atau yang disebut juga gen Y merupakan generasi yang tumbuh di era serba digital sehingga mempengaruhi perilaku yang amat sangat bergantung dengan teknologi. Mereka bergantung pada internet dengan smartphone yang mereka pakai untuk mencari berbagai informasi termasuk salah satunya mengumpulkan informasi sebelum mengambil keputusan berdonasi secara online. Generasi milenial saat ini memiliki sisi humanis dan tingkat peduli sosial yang tinggi. Tidak bisa dipungkiri, berkat internet anak muda kini semakin terdorong untuk lebih melekat terhadap isu sosial. Generasi milenial dikenal sebagai generasi yang suka beramal atau berdonasi sehingga sikap generasi milenial ini sangat diapresiasi oleh para generasi sebelumnya. Kepedulian dan kepekaan generasi milenial jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Menurut generasi milenial, membantu sesama merupakan suatu hal yang mereka lakukan untuk memenuhi kebutuhan rohani mereka. Generasi milenial memilih berdonasi di kitabisa.com dikarenakan informasi yang diberikan oleh kitabisa.com bersifat

transparan dalam proses donasi dan juga dikarenakan kredibilitas yang dimiliki oleh kitabisa.com cukup baik serta setiap orang dapat menyumbang berapa saja sesuai kemampuan, kapanpun dan dimanapun dan bisa memilih sendiri donasinya diperuntukkan kepada siapa.

Perkembangan kitabisa.com dari sisi pengguna ataupun jumlah donasi yang tersalurkan tidak terlepas karena adanya transparansi atas informasi yang diberikan kitabisa.com untuk mempertanggung jawabkan penyaluran dana donasi dari donatur kepada fundrising untuk publik, sehingga publik dapat mengontrol penyaluran dana tersebut (Nafidzah, 2020). Transparansi ialah kewajiban pengelola untuk menjalankan prinsip keterbukaan informasi pada proses keputusan dan penyampaian informasi. transparansi informasi juga dapat diinterpretasikan bahwa informasi yang disampaikan harus lengkap, benar, dan tepat waktu kepada publik. Tidak boleh ada hal-hal yang dirahasiakan, disembunyikan, ditutup-tutupi, atau ditunda-tunda penyampaiannya (Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, 2009:104) .

Munculnya banyak platform yang sejenis menjadikan generasi milenial mempunyai banyak alternatif untuk memilih platform yang lain. Jadi, untuk bisa bertahan dan berkembang, kitabisa.com memerlukan banyak faktor untuk memberikan perbedaan dengan platform pesaing. Menurut falcone dan castelfranchi, (2001) dalam Nafidzah (2020) menyatakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor utama kesuksesan proyek galang dana online. Rasa percaya dapat timbul ketika calon donatur yang merupakan generasi milenial merasa bahwa

kitabisa.com merupakan sebuah platform crowdfunding berbasis donasi online yang aman, dapat dipercaya, jujur dan dapat diandalkan.

Religiusitas merupakan faktor internal dari generasi milenial yang memberikan pengaruh atas donasi yang diberikan. Sebab, baik dalam agama islam maupun agama lainnya mengajarkan untuk saling memberi. Menurut Jalaluddin (2001:89) religiusitas ialah suatu keadaan yang ada dalam diri seseorang yang membuat dirinya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

Selanjutnya kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi generasi milenial untuk berdonasi online di kitabisa.com. Kemudahan dalam penggunaan merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi donatur online. Menurut (Davis, 1989) dalam Hardiawan (2013) kemudahan penggunaan diinterpretasikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi (TI) merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.

Menurut Suharno (2010:10) keputusan berdonasi merupakan tahap dimana donatur telah menentukan pilihannya dan melakukan donasi secara online melalui kitabisa.com. pengambilan keputusan generasi milenial untuk melakukan suatu donasi online diawali dari adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan. Tahap-tahap keputusan berdonasi adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan berdonasi dan perilaku pasca berdonasi.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Transparansi, Kepercayaan, Religiusitas dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Generasi Milenial Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.Com (Studi Kasus Generasi Milenial di Kota Pekanbaru)”**.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Apakah Transparansi, Kepercayaan, Religiusitas dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan generasi millennial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com?

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

1. Untuk mengidentifikasi keputusan generasi millennial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Transparansi, Kepercayaan, Religiusitas dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan generasi millennial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

## **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Dengan dilakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi :



1. Bagi pihak kitabisa.com

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi bagi Kitabisa.com untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan donatur untuk melakukan donasi di Kitabisa.com serta diharapkan mampu memberikan manfaat dan kontribusi untuk Kitabisa.com sebagai landasan untuk menciptakan dan mengembangkan inovasi baru.

2. Bagi konsumen/donatur

Penelitian ini diharapkan digunakan oleh calon donatur sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan berdonasi.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan informasi, pengalaman dan pengetahuan yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan generasi millennial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

4. Bagi Peneliti selanjutnya

Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya yang mana dalam penelitian ini belum dikatakan sempurna, maka penelitian selanjutnya diharapkan membahas lebih dalam lagi mengenai keputusan generasi milenial berdonasi online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

## 1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini di uraikan sebagai berikut:

### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

### BAB II : TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang berkaitan dengan keputusan pembelian, transparansi, kepercayaan, religiusitas, kemudahan penggunaan sistem dan dilengkapi juga dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

### BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan yang terakhir analisis data.

### BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Didalam bab ini akan menguraikan tentang sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi.

### BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Didalam bab ini akan memaparkan hasil penelitian dan pembahasannya.

## BAB VI : PENUTUP

Pada bab terakhir ini akan memuat kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian.



## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Keputusan Pembelian

##### 2.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian

menurut Suharno (2010:96) Keputusan ialah suatu proses dimana pembeli sudah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan. Tahap-tahap keputusan pembelian, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan hasil.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:157), perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual maupun rumah tangga dalam membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007: 485) keputusan adalah penyeleksian terhadap beberapa pilihan alternatif. Sehingga, pilihan alternatif wajib tersedia saat seseorang akan mengambil keputusan. Jadi secara garis besar, keputusan pembelian adalah sebuah hasil dari proses membandingkan antara alternatif pilihan satu dengan yang lain hingga akhirnya memilih salah satu diantara dua atau lebih alternatif pilihan yang ada.

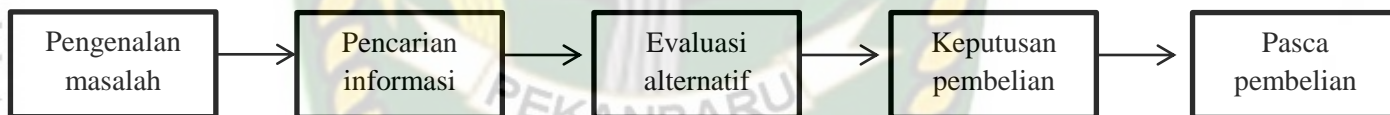
Dari beberapa teori diatas, disimpulkan bahwa keputusan pembelian ialah suatu kegiatan individu yang secara langsung berperan

serta dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Konsumen akan membandingkan beberapa produk dengan produk alternatif dari informasi yang didapatkan sehingga akan memberikan keputusan membeli atau tidak membeli.

### 2.1.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan pembelian terjadi pada 5 tahap, yaitu : pengenalan masalah, pencarian informasi evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan pasca pembelian. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

**Gambar 2.1**  
**Proses pengambilan keputusan**



**Sumber : kotler (2009:184)**

Penjelasan dari gambar diatas adalah sebagai berikut :

#### 1. Pengenalan masalah

Proses pembelian diawali saat pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Pemasar memerlukan identifikasi keadaan yang membawa dampak kebutuhan tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

## 2. Pencarian Informasi

Setelah konsumen menyadari adanya kebutuhan yang tidak terpuaskan, tahap selanjutnya dari proses keputusan pembelian adalah pencarian informasi dan identifikasi alternatif. Informasi sangat penting untuk keputusan pembelian dimasa depan.

## 3. Evaluasi alternative

Setelah informasi dan identifikasi diperoleh, konsumen beralih ketahap selanjutnya dari proses keputusan pembelian yaitu evaluasi alternatif. Evaluasi alternatif adalah bagaimana konsumen memproses informasi merek kompetitif dan melakukan penilaian nilai akhir.

## 4. Keputusan pembelian

Pada proses evaluasi alternatif, konsumen akan mengembangkan sebuah keyakinan atas merek dan tentang posisi tiap merek berdasarkan masing-masing atribut yang berujung pada pembentukan citra merek. Selain itu, pada tahap evaluasi alternatif konsumen juga membentuk sebuah bentuk preferensi atas merek-merek yang ada dalam kumpulan pribadi dan konsumen juga akan membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai dan berujung pada keputusan pembelian. Dalam tahap keputusan pembelian, konsumen dipengaruhi oleh dua faktor utama yang terdapat diantara niat beli dan keputusan pembelian yaitu sikap orang lain dan faktor situasi.

## 5. Perilaku pasca pembelian

Setelah pembelian konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek kain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Komunikasi pemasaran seharusnya memasok keyakinan dan evaluasi yang memperkuat pilihan konsumen dan membantunya merasa nyaman dengan merek tersebut. Karena itu tugas pemasar tidak berakhir dengan pembelian. Pemasar harus mengamati kepuasan pascapembelian, tindakan pascapembelian dan penggunaa produk pasca pembelian.

### 2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut kotler (2009) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu :

1. Faktor budaya, terdiri dari :
  - a. Budaya, ialah penentu dasar keinginan dan perilaku seseorang. Pemasar harus benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap negara untuk memahami cara terbaik memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang produk baru.
  - b. Sub-budaya, masing-masing budaya memiliki sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggotanya. Sub-budaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis.

c. Kelas sosial, adalah pembagian masyarakat yang relative homogen dan permanent, yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang sama.

2. Faktor sosial, meliputi:

a. Kelompok referensi, yaitu semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

b. Keluarga, yaitu organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga merepresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh

c. Peran dan status, dimana peran adalah kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang dan masing-masing peran tersebut menghasilkan status.

3. Faktor pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap siklus hidup; pekerjaan dan lingkungan ekonomi; gaya hidup dan kepribadian dan konsep diri.

## 2.2 Transparansi

### 2.2.1 Pengertian Transparansi

Menurut Mardiasmo (2009:19) transparansi ialah keterbukaan dalam memberikan informasi tanpa ada yang dirahasiakan oleh perusahaan. Transparansi merupakan salah satu kewajiban bagi para



pengelola untuk menjalankan prinsip keterbukaan dalam proses keputusan dan penyampaian informasi. keterbukaan dalam menyampaikan informasi juga diartikan bahwa informasi yang disampaikan harus lengkap, benar, dan tepat waktu kepada semua publik. (Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, 2009:104).

bentuk transparansi yang bisa ditampilkan adalah laporan keuangan tahunan, deskripsi mengenai organisasi dan website, transaksi finansial yang terjadi dalam website tersebut dan jumlah pembayaran yang dilakukan oleh pihak donatur (Ridzuan, Noor, Saleh, Bahrom, & Irpan, 2016).

Prinsip transparansi yakni prinsip yang menjamin akses alias kebebasan untuk tiap orang buat mendapatkan data tentang penyelenggara organisasi, ialah data tentang kebijakan, proses pembuatan serta penerapan dan hasil-hasil yang diperoleh. Transparansi pula dapat dimaksud selaku keterbukaan data oleh institusi yang dapat digunakan buat mengevaluasi institusi tersebut (Florini, et al., 2000).

### **2.2.2 Dimensi Transparansi**

Transparansi memiliki beberapa dimensi. Dimensi transparansi menurut mardiasmo (2009:19) adalah sebagai berikut:

1. informative

pemberian arus informasi, berita, penjelasan mekanisme, prosedur, data, fakta kepada stakeholders membutuhkan informasi secara jelas dan akurat.

2. Pengungkapan

Pengungkapan kepada masyarakat atas aktifitas dan kinerja finansial.

## 2.3 Kepercayaan

### 2.3.1 Pengertian Kepercayaan

Hal utama yang dipertimbangkan seorang donatur ketika melakukan kegiatan berdonasi secara online adalah apakah mereka percaya terhadap situs yang menyediakan fasilitas layanan donasi online tersebut atau tidak. Kotler dan Keller (2012) menyatakan bahwa kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung pada mitra bisnisnya, yang dipengaruhi oleh faktor antar personal dan antar organisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan yang dirasakan perusahaan. Kredibilitas perusahaan merupakan kepercayaan pelanggan pada kemampuan perusahaan dalam merancang serta memberikan produk dan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam pemasaran sosial, kredibilitas lembaga diukur dengan 3 faktor meliputi expertise (ahli dibidangnya) yaitu seberapa tinggi tingkat pengetahuan dari pembawa lembaga sebagai pembawa pesan sosial. Trustworthiness (terpercaya) terkait dengan

seberapa obyektif dan jujur pembawa pesan sosial tersebut. Misalnya teman lebih dipercaya dari orang asing, orang yang tidak dibayar untuk menyampaikan pesan serta likability (memiliki daya tarik) yaitu seberapa jauh lembaga sebagai pembawa pesan dianggap menarik oleh khalayak dengan ukuran seperti keterusterangan, humor, kealamian saat menyampaikan pesan sosial (lee & kotler, 2019:416).

Menurut Nugroho J Setiadi (2003:216), kepercayaan terhadap produk tidak lepas dari masalah kepuasan yang dapat dipenuhi salah satunya dari kualitas produk yang baik. Sikap yang percaya terhadap produk dapat memberikan kesan percaya kepada seseorang untuk menjaga, memelihara, menyimpan, merahasiakan dan sebagainya.

Kepercayaan merupakan suatu keyakinan bahwa pernyataan pihak lain dapat diandalkan untuk memenuhi kewajibannya. Ketidakpercayaan bisa terjadi sejalan dengan minimnya informasi dalam perencanaan dan pengukuran kinerja. Rasa percaya atau tidak percaya seseorang yang muncul dalam perilakunya ditentukan oleh faktor-faktor informasi, pengaruh, dan pengendalian. Kepercayaan akan meningkat bila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan dan lengkap. Maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan salah satu kunci terpenting untuk menjalin hubungan yang baik dengan konsumen. Hubungan tersebut dapat berlanjut jika perusahaan yang dipercaya mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang

objek, atribut dan manfaatnya (Mowen dan Minor dalam Donni Juni (2017 : 116)).

### **2.3.2 Indikator Kepercayaan**

Ada beberapa indikator yang bisa digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan donatur. Menurut McKnight et. al. (1998) dalam Dias (2012), indikator kepercayaan yakni :

1. Kejujuran dalam mengelola situs donasi online.
2. Kompetensi, yaitu situs dapat bersaing dan dapat diandalkan.
3. Informasi yang diberikan dapat dipercaya.

## **2.4 Religiusitas**

### **2.4.1 Pengertian Religiusitas**

Ancok (2015) menyatakan jika religiusitas kehidupan manusia diwujudkan dalam sisi kehidupan. aktivitas beragama tidak cuma terjalin dikala seseorang melaksanakan ibadah, namun juga dalam melaksanakan aktivitas yang lain yang didorong oleh kegiatan supranatural. Dengan demikian religiusitas bisa mempengaruhi motivasi publik untuk memberikan donasi. aktivitas beragama tidak cuma yang berkaitan dengan aktivitas yang tampak serta dapat dilihat mata, namun juga aktivitas yang tidak tampak yang terjadi didalam hati. Agama ialah sistem yang mengendalikan kehidupan manusia yang meliputi banyak ukuran. Bersumber pada penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa religiusitas merupakan suatu doktrin yang mengendalikan kehidupan manusia yang berkaitan dengan tindakan terhadap tuhan, sesama manusia

serta diri sendiri baik berkaitan kegiatan yang tampak ataupun kegiatan yang tidak tampak.

Menurut Kristin (2012) menyatakan bahwa religiusitas lebih cenderung pada mutu pengahayatan serta perilaku hidup seseorang berdasarkan nilai-nilai keagamaan yang diyakininya. Jadi lebih menekankan pada nilai-nilai luhur keagamaan serta cenderung memalingkan diri dari formalisme keagamaan.

Menurut Yusuf dalam Rahmawati (2010:13) menyatakan bahwa religiusitas tidak timbul dengan sendirinya, namun tumbuh melalui proses dan dipengaruhi dua aspek yaitu: aspek internal (pembawaan) dan aspek eksternal (lingkungan).

## **2.5 Kemudahan penggunaan (Ease of Use)**

### **2.5.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan**

Ease of use yang sukses semestinya dapat digunakan semudah mungkin tanpa dengan proses yang dapat menyulitkan para pemakainya. Para pengguna sistem informasi ini yakin akan adanya sistem informasi yang mudah dimengerti, lebih fleksibel, dan mudah pengoperasiannya seperti karakteristik kemudahan penggunaan (Turban et al. 2010:18).

Kemudahan penggunaan menurut Davis et. al. (1989) dalam Hardiawan (2013) menginterpretasikan jika kemudahan ialah seberapa besar teknologi PC dirasakan relative gampang untuk dimengerti serta digunakan.

Kemudahan penggunaan yakni salah satu perihal yang jadi pertimbangan bagi calon donatur. Kemudahan berhubungan dengan adopsi suatu inovasi teknologi sebab antara kemudahan dengan penggunaan teknologi saling berhubungan. Dalam dunia marketing kita memahami terdapatnya sebutan user interface serta user experience, yang merupakan tampilan visual dalam suatu aplikasi atau alat pemasaran digital yang berbentuk website yang dapat meningkatkan brand yang dimiliki oleh sebuah perusahaan atau bisnis. Dengan membuat tampilan menjadi lebih menarik. Percaya tau tidak, tampilan dalam suatu website akan mempengaruhi tingkat penjualan dari produk yang dipunyai (Li et al, 2020).

### **2.5.2 Indikator Kemudahan Penggunaan**

Menurut Davis et al (dalam Saputri 2015:21) Indikator Kemudahan meliputi:

#### **1. Mudah untuk dipelajari (*Easy to learn*)**

Suatu aplikasi harus mudah untuk dipelajari sehingga pengguna mampu dengan mudah menyesuaikan diri ataupun menguasai aplikasi tersebut.

#### **2. Bisa di kontrol (*Controllable*)**

Suatu aplikasi harus mudah dikendalikan ataupun dikontrol.

Artinya, aplikasi bisa digunakan sesuai kebutuhan pengguna.

3. Jelas dan dapat dimengerti (*Clear and understandable*)

Suatu aplikasi harus jelas dan dapat dimengerti, baik dari segi fitur maupun istilah yang digunakan.

4. Fleksible (*Flexible*)

Maksudnya aplikasi bisa disesuaikan serta digunakan kapanpun dimanapun sesuai keinginan pengguna.

5. Mudah untuk menjadi mahir (*Easy to become skillful*)

Suatu aplikasi harus mudah dipahami, sehingga pengguna mudah untuk memahami pemakaian aplikasi tersebut.

6. Mudah digunakan (*Easy to use*)

Suatu aplikasi harus mudah digunakan, sehingga pengguna mudah untuk menguasai pemakaian aplikasi tersebut.

## 2.6 PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari penelitian - penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Ada pun hasil hasil penelitian yang dijadikan perbandingan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama / Tahun	Judul	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Insiyatun nafidzah (2020)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berdonasi secara online di kitabisa.com	Regresi Logistik	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keterbukaan informasi, kepercayaan, dan ikatan emosional berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi di Kitabisa.com, sedangkan faktor pengetahuan agama dan kualitas proyek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berdonasi di Kitabisa.com
2.	La aziz, nurwahidin, chailis (2019)	Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menyalurkan donasi melalui platform crowdfunding berbasis online	Structural equation modeling (SEM)	hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor religiusitas, efektifitas kampanye dan inovasi platform berpengaruh positif sedangkan faktor jiwa sosial masyarakat berpengaruh negatif. Secara keseluruhan, semua faktor cukup signifikan dalam mempengaruhi masyarakat untuk berdonasi melalui crowdfunding berbasis online.
3.	Annisyah paradhita sari, M.ridwan, sugianto (2019)	Pengaruh brand awareness, kualitas proyek, dan kepercayaan terhadap keputusan berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com	Analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel brand awareness, kualitas proyek, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi di Kitabisa.com serta hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu brand awareness, kualitas proyek,



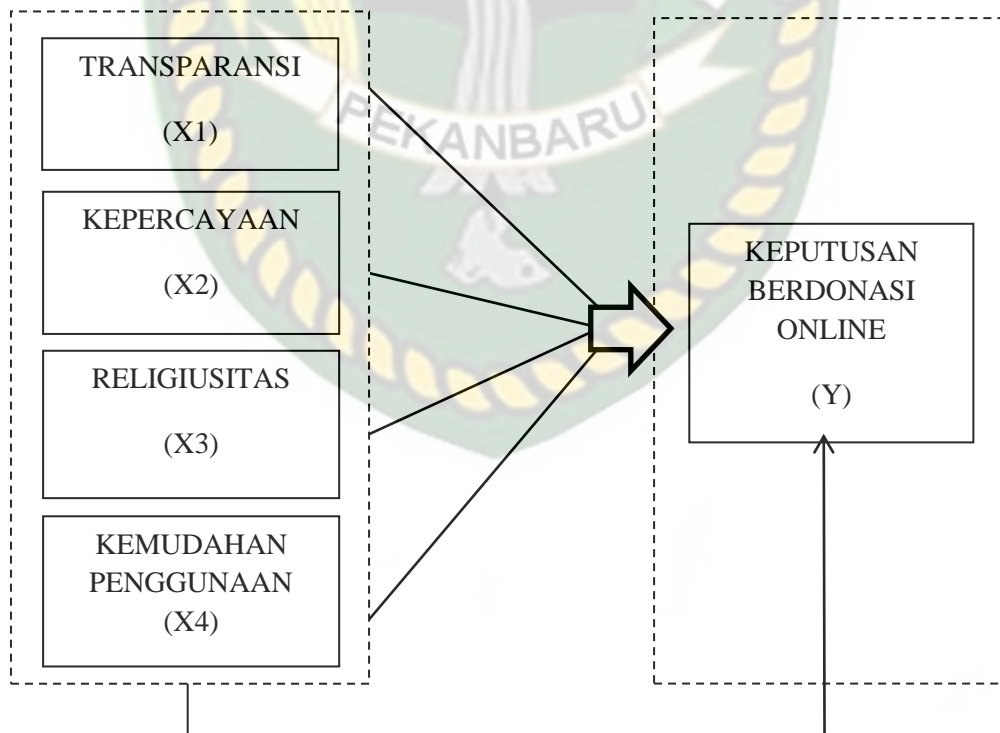
				dan kepercayaan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi di Kitabisa.com.
4.	Gafi Alfisyahrin (2019)	Pengaruh Ease Of Use, Trust Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Pada Tokopedia Oleh Masyarakat Kota Pekanbaru	Analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ease Of Use, Trust dan Lifestyle berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian online shop pada tokopedia oleh masyarakat Kota Pekanbaru.

Sumber : Data Dari Jurnal Penelitian Terdahulu

## 2.7 KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 2.2

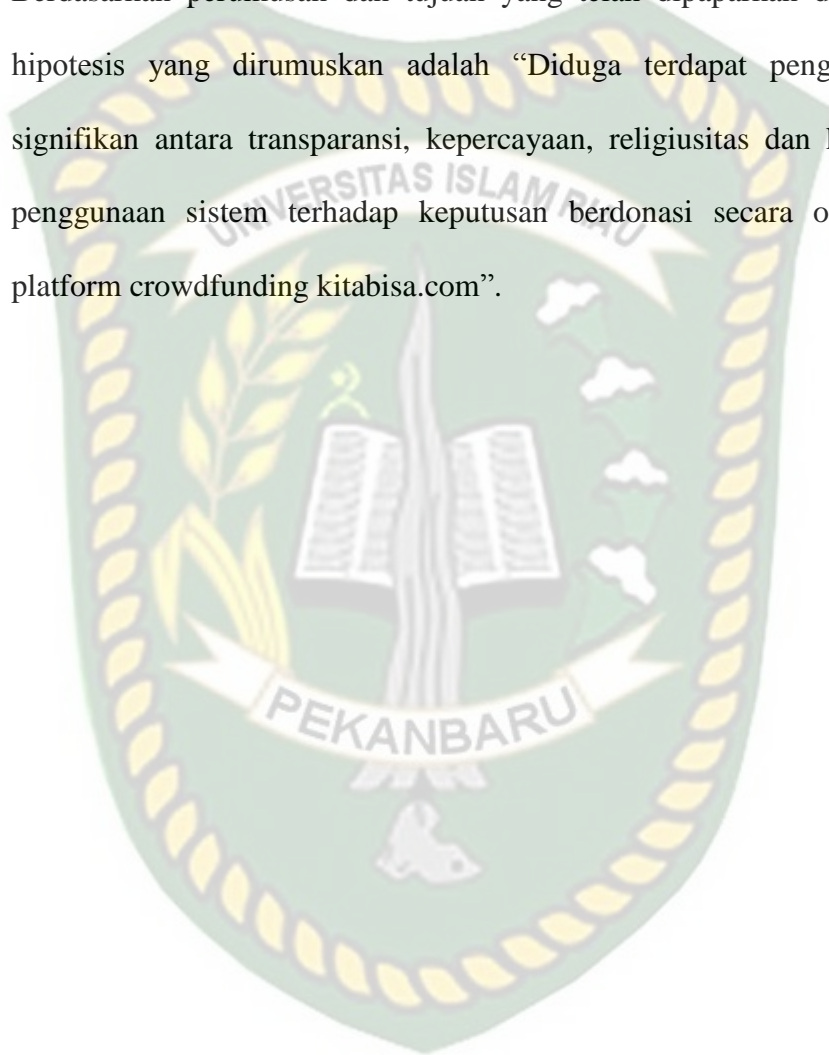
### Kerangka Pemikiran



Sumber : dari berbagai jurnal penelitian, 2020

## 2.8 HIPOTESIS

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui penelitian (sugiyono, 2014). Berdasarkan perumusan dan tujuan yang telah dipaparkan diatas maka hipotesis yang dirumuskan adalah “Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan sistem terhadap keputusan berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com”.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Lokasi Dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Pekanbaru. Pemilihan lokasi dilakukan dengan pertimbangan tertentu, dikarenakan kota pekanbaru memiliki generasi milenial yang cukup potensial. Objek di dalam penelitian ini adalah generasi milenial di kota pekanbaru yang sudah pernah berdonasi dikitabisa.com.

#### 3.2 Operasional variabel

Tabel 3.1

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Transparansi Ialah keterbukaan dalam memberikan informasi tanpa ada yang dirahasiakan oleh organisasi atau perusahaan (mardiasmo, 2009 : 19)	1. Informatif	a. Tepat waktu	Ordinal
		b. Memadai	
		c. Jelas	
		d. Akurat	
		e. Mudah diakses	
	2. Pengungkapan	a. Kondisi keuangan	Ordinal
b. Susunan pengurus			
Kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling mengenal baik dalam interaksi ataupun proses transaksi (McKnight et al, 2002).		a. Kejujuran dalam mengelola situs donasi online	Ordinal
		b. Kompetensi, yaitu situs website dapat bersaing dan dapat diandalkan	
		c. Informasi yang diberikan dapat dipercaya.	

<p>Religiusitas ialah suatu doktrin yang mengatur kehidupan manusia yang berkaitan dengan tindakan terhadap Tuhan, sesama manusia dan diri sendiri, baik berkaitan dengan aktifitas yang tampak maupun aktifitas yang tidak tampak (Ancok, 2015).</p>		a. Keyakinan dalam beribadah/berbuat baik	Ordinal
		b. motif dalam berdonasi	
		c. berkah yang diharapkan	
		d. Pemahaman terhadap agama	
		e. Perbuatan baik akan dibalas dengan kebaikan juga	
<p>Kemudahan penggunaan ialah seberapa besar teknologi internet dirasakan relative mudah untuk dipahami dan digunakan (Davis et. al, 1989) dalam (hardiawan, 2013)</p>		a. mudah untuk dipelajari	Ordinal
		b. dapat dikontrol	
		c. jelas dan dapat dimengerti	
		d. fleksibel	
		e. mudah untuk menjadi mahir	
		f. mudah digunakan	
<p>Keputusan pembelian (berdonasi) ialah sebuah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk (kotler, 2002)</p>	1. Pengenalan masalah	a. adanya keinginan untuk bersedekah	Ordinal
		b. kebutuhan untuk berbagi	
	2. Pencarian informasi	a. mengumpulkan informasi yang mengenai kitabisa.com	
		b. mencari informasi tentang kitabisa.com dari media sosial	
	3. Evaluasi alternatif	a. melakukan penilaian terhadap platform kitabisa.com	
		b. mencoba membandingkan dengan platform donasi online yang lainnya.	
	4. Keputusan pembelian	a. memutuskan untuk berdonasi dikitabisa.com	

	5. Perilaku pasca pembelian	a. adanya rasa puas terhadap platform kitabisa.com	
		b. memberikan rekomendasi kepada orang lain	
		c. melakukan donasi ulang	

### 3.3 Populasi dan sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Anwar sanusi 2017 : 87). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial dikota pekanbaru yang sudah pernah berdonasi di Kitabisa.com minimal 1 kali.

#### 2. Sampel

Menurut Anwar Sanusi (2017 : 87) Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih. Sementara yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah generasi milenial di kota pekanbaru yang sudah pernah berdonasi di Kitabisa.com.

Adapun teknik pengambilan sampel berdasarkan metode *purposive non probability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian (Hidayat, 2017). Dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan keterbatasan keadaan dimasa pandemi covid-19, maka peneliti mengambil Jumlah sampel sebanyak 75 orang, dengan kriteria sebagai berikut :

- a. responden dalam penelitian ini berusia antara 21 – 40 tahun; dan
- b. responden dalam penelitian ini sudah pernah berdonasi secara online di kitabisa.com minimal satu kali.

### 3.4 Jenis dan sumber data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari tempat penelitian atau objek yang diteliti. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data primer yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden, responden pada penelitian ini adalah para pengguna Kitabisa.com yang telah berdonasi minimal 1 kali di kota Pekanbaru.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak secara langsung dari sumbernya, akan tetapi data hasil olahan dari pengambilan data primer. Data skunder dalam penelitian ini diperoleh dengan cara studi literatur melihat media elektronik (internet) dan library research (riset kepustakaan).

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. kuesioner

Kuesioner merupakan metode wawancara yang diajukan melalui daftar pertanyaan tertulis dan harus dijawab oleh responden lalu diserahkan kembali oleh peneliti. Angket mewakili pertanyaan penelitian secara keseluruhan sehingga penyampaian yang digunakan tidak menimbulkan ambiguitas (harus jelas). Dalam penelitian ini angket digunakan untuk menguji instrument variabel transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan sistem terhadap keputusan berdonasi secara online. Kuesioner ini akan dibagikan kepada para pengguna kitabisa.com yang telah berdonasi minimal 1 kali.

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah berupa pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumentasi merupakan data skunder yang bersifat tercetak yang bertujuan untuk melengkapi data tambahan penelitian.

## 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yakni analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif menggambarkan suasana objek penelitian, memaparkan hasil jawaban responden. Selanjutnya dilakukan analisis dengan menghubungkan hasil observasi lapangan dan jawaban responden dengan teori-teori yang relevan serta penelitian terdahulu. Sedangkan teknik analisis kuantitatif yakni suatu cara

menganalisis data menggunakan alat statistic seperti SPSS. Dengan demikian akan ditemukan variabel yang berperan penting dan signifikan dalam keputusan generasi milenial berdonasi secara online. Untuk mengubah data hasil kuesioner menjadi data kuantitatif maka dilakukan penskoran menggunakan skala ordinal dari likert sebagai berikut :

1. Jawaban sangat setuju = skor 5
2. Jawaban setuju = skor 4
3. Jawaban kurang setuju = skor 3
4. Jawaban tidak setuju = skor 2
5. Jawaban sangat tidak setuju = skor 1

Peneliti menghitung dengan menggunakan aplikasi software stastical product and service solution (SPSS) versi 25, dalam hal ini teknik pengujiannya adalah sebagai berikut :

#### **a. Uji Instrument**

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Uji validitas**

Validitas berasal dari kata validity yang maksudnya sejauh mana ketepatan serta kecepatan suatu instrument pengukur atau tes dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas menentukan sejauh mana suatu alat ukur benar-benar cocok atau sesuai sebagai alat ukur yang diinginkan. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban kuisisioner dari responden benar-benar cocok untuk digunakan



dalam penelitian ini atau tidak. Untuk menentukan suatu instrumen penelitian valid atau tidak, maka dapat dilakukan dengan membandingkan antara hasil  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan  $\alpha$  (0,05) dan df (n-k-1). Kriteria pengujiannya adalah:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian adalah valid.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian adalah tidak valid.

## 2. Uji reliabilitas

Reliabilitas ialah tingkat kekonsistensian dari suatu alat ukur yang digunakan. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil jawaban dari kuisioner oleh responden benar-benar stabil dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur maka semakin stabil pula alat pengukur tersebut, jika semakin rendah maka alat tersebut tidak stabil dalam mengukur suatu gejala. Instrument yang reliabel yaitu instrument yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Adapun kriteria dalam pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai cronbach alpha ( $\alpha$ ) untuk masing-masing variabel. Dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha  $> 0,60$ .

### b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa model yang diperoleh benar-benar memenuhi asumsi dasar dalam analisis regresi

yang meliputi asumsi : tidak terjadi autokorelasi dan tidak terjadi heterokedastisitas.

### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data terdistribusi normal atau tidak. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai signifikannya. Jika nilai signifikan  $> 0.05$  maka variabel terdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikannya  $< 0.05$  maka variabel tidak terdistribusi secara normal.

### **2. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$ . Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi (Imam Ghozali, 2011:110).

### **3. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas berguna untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama maka disebut homokedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut dengan heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen dan residualnya.

### c. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi merupakan alat analisis yang menggunakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuannya adalah untuk membuat prediksi (perkiraan) yang dapat dipercaya (Qudratullah, 2013).

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan metode Ordinary Least Square (OLS). Yang digunakan untuk menganalisis keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

Maka perumusan analisis regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4)$$

$$\text{Maka } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan berdonasi online

a : Koefisien konstanta

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub> : koefisien regresi dalam empat variabel independen

X<sub>1</sub> : Transparansi

X<sub>2</sub> : Kepercayaan

X<sub>3</sub> : Religiusitas

X<sub>4</sub> : Kemudahan Penggunaan

e : Standar Error

### d. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai

koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variasi variabel dependen (Ghozali,2005:83).

Didalam penelitian ini menggunakan adjusted R square, karena menurut Ghozali (2005:83) kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  maka pasti meningkat.

Oleh sebab itu banyak peneliti yang menyarankan untuk menggunakan adjusted R square pada saat mengevaluasi model regresi. Tidak seperti  $R^2$ , nilai adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

#### e. Uji Hipotesis

##### 1. Uji t (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen secara parsial (terpisah) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 0,05. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

2. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat.

## 2. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah koefisien antara variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Kriteria :

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka terbukti keempat variabel secara simultan mempengaruhi keputusan generasi milenial berdonasi secara online. Dengan demikian  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka terbukti keempat variabel secara simultan mempengaruhi keputusan generasi milenial berdonasi secara online. Dengan demikian  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 4.1 Sejarah Kitabisa.com

Kitabisa.com ialah suatu platform yang melaksanakan aktivitas dibidang jasa berupa website portal serta aplikasi kitabisa.com untuk menggalang dana serta berdonasi secara online.

PT Kitabisa Indonesia didirikan oleh seorang mahasiswa fakultas ekonomi universitas Indonesia yang bernama M. Alfatih Timur ataupun yang akrab disapa Timmy. Timmy ialah seorang pemuda yang berasal dari Bukittinggi kelahiran 27 desember 1991. Pada awal mulanya Timmy ialah mahasiswa yang lumayan dekat dengan dosennya yaitu Prof. Rhenald Khasali seorang guru besar di univsitas Indonesia. Prof. Rhenald Khasali ialah seorang pendiri Rumah Perubahan. Atas arahan dan bimbingan dosennya tersebut dan dengan didasari oleh tingkat kepedulian sosial yang tinggi, Timmy berhasil menggagas penggalangan dana secara online (crowdfunding) dengan menggandeng rekan-rekannya yang mahir dibidang IT untuk bisa membantunya mengembangkan sebuah startup yang saat ini dikenal dengan situs penggalangan dana kitabisa.com.

Situs crowdfunding kitabisa.com di luncurkan pada 17 september di America pasific palace Jakarta dengan didampingi oleh Prof. Rhenald Khasali sebagai Pembina kitabisa.com dan CO-funder Vikra Ijas. Dalam kesempatan tersebut, Prof Rhenald Khasali menceritakan latar belakang

serta sejarah berdirinya kitabisa yang dimulai sejak tahun 2013 dan digawangi oleh Timmy serta teman-temannya. Ide didirikannya kitabisa ini berawal dari pemikiran bahwa ada dua belah pihak lain yang membutuhkan, sebaliknya disisi lain terdapat pihak yang dapat memberikan ide dan program yang cemerlang yang dapat memfasilitasi mereka yang berkecukupan untuk menolong sesama yang sedang dalam masa membutuhkan. Hingga dari itu, situs kitabisa.com muncul untuk menjembatani kedua sisi tersebut.

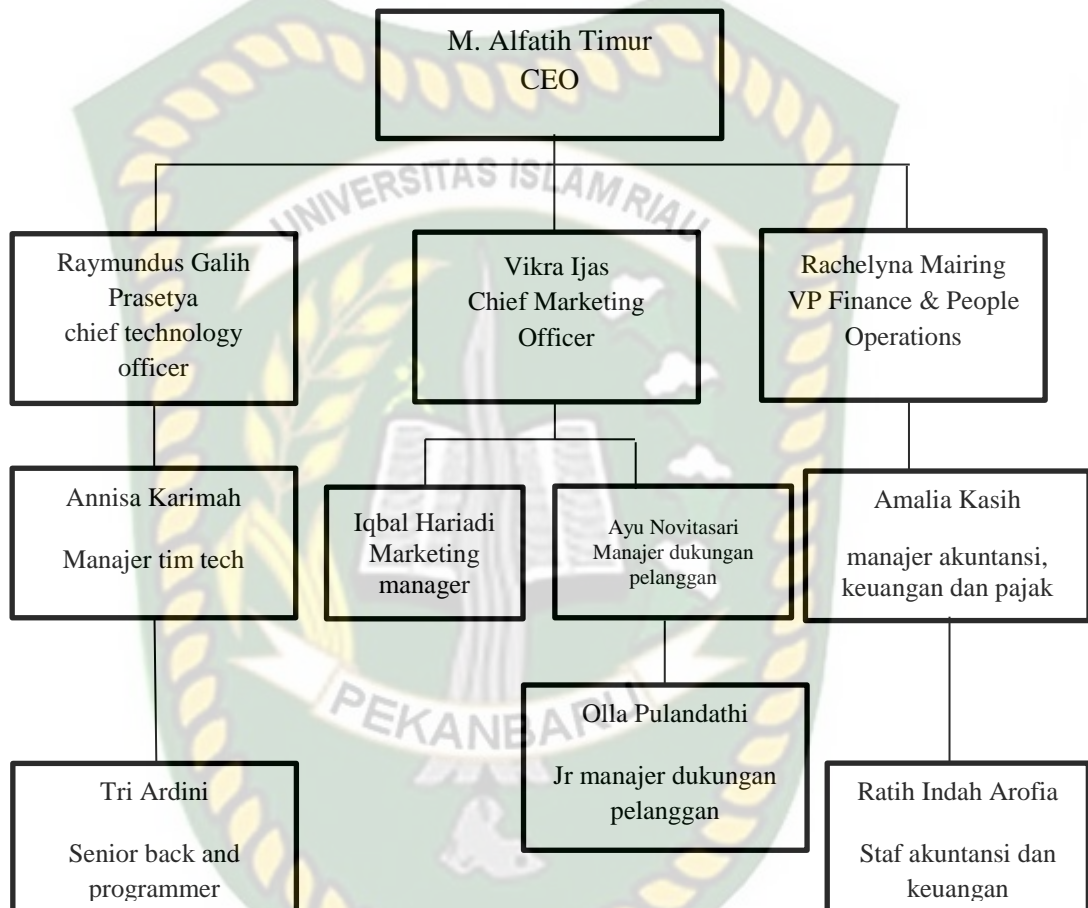
Yayasan kitabisa tercatat di Kemenkumham, memperoleh izin PUB (Penggalangan Uang dan Barang) dari Kemensos dengan SK Menteri no.478/HUK-PS/2017, dan diaudit oleh Kantor Akuntan Publik dengan hasil wajar tanpa pengecualian.

## 4.2 Struktur Organisasi Kitabisa.com

Berikut merupakan struktur organisasi kitabisa.com :

**Gambar 4.1**

### Struktur organisasi kitabisa.com





## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini menjelaskan tentang bagaimana hasil yang sudah dilakukan mengenai pengaruh transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com. segala data yang telah diteliti oleh peneliti diperoleh melalui kuisioner serta wawancara yang ditujukan kepada responden yang merupakan generasi milenial yang ada dikota pekanbaru.

Sebelum penelitian ini dilaksanakan, peneliti terlebih dahulu melakukan aktivitas yang berkaitan dengan identitas responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini antara lain : identitas responden.

##### 5.1.1 Identitas Responden

Responden didalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah generasi milenial yang ada dikota pekanbaru yang sudah pernah berdonasi minimal 1 kali di kitabisa.com yang berjumlah 75 orang. Berikut penjelasan tentang identitas responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan perbulan dan frekuensi berdonasi.

##### a. Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian terhadap generasi milenial di kota pekanbaru, jenis kelamin terbagi menjadi 2 kategori yaitu laki –

laki dan perempuan. Untuk mengetahui jenis kelamin generasi milenial di kota pekanbaru yang sudah pernah berdonasi di kitabisa.com dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki – laki	25	33,33%
2	Perempuan	50	66,67%
Jumlah		75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden diatas, diketahui dari 75 orang generasi milenial dikota pekanbaru yang sudah pernah berdonasi dikitabisa.com yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 25 orang dengan persentase sebanyak 33,33% dan sisanya berjenis kelamin perempuan sebanyak 50 orang dengan persentase sebanyak 66,67%. Maka dengan demikian dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang paling banyak berdonasi dikitabisa.com adalah generasi milenial yang berjenis kelamin perempuan karena perempuan lebih memiliki rasa empati dan perhatian yang tinggi terhadap sesama atau terhadap lingkungan sekitarnya dibandingkan dengan laki-laki.

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia responden ialah penilaian peneliti kepada responden yang melakukan donasi di kitabisa.com. dalam menentukan usia

responden hanya untuk melihat usia mana yang selalu dan sering berdonasi di kitabisa.com. untuk melihat usia responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Adapun usia generasi milenial yang sudah pernah berdonasi di kitabisa.com yang menjadi responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 5.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	21 – 30 Tahun	69	92%
2	31 – 40 Tahun	6	8%
Jumlah		75	100%

Sumber: data olahan, 2021

Dari tabel 5.2 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah yang berusia 21 -30 tahun berjumlah 69 orang dengan persentase 92% dan sisanya berusia 31 – 40 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase 8%. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa generasi milenial yang banyak berdonasi secara online di Kitabisa.com adalah yang berusia antara 21-30 tahun karena mereka yang berusia tersebut menggunakan hampir seluruh waktunya untuk memainkan smartphone sehingga mereka lebih update dengan masalah-masalah sosial yang terjadi pada kehidupan masyarakat.

### c. Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Untuk melihat lebih lanjut tentang jenis pekerjaan responden yang berdonasi di kitabisa.com dapat dilihat pada tabel 5.3 berikut ini:

**Tabel 5.3**  
**Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

no	Jenis pekerjaan	frekuensi	Persentase (%)
1	Mahasiswa	40	53,33%
2	PNS	-	-
3	Wiraswasta	8	10,67%
4	Lainnya	27	36%
Jumlah		75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel 5.3 diatas, dapat dilihat bahwa jenis pekerjaan responden yang berdonasi di kitabisa.com diketahui 40 orang atau 53,33 % memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa, 8 orang atau 10,67% memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dan 24 orang atau 36% memiliki pekerjaan selain sebagai mahasiswa, PNS dan wiraswasta.

Dapat diambil kesimpulan dari 75 orang responden yang paling banyak adalah responden sebagai mahasiswa dengan jumlah 40 orang atau 53.33% dari keseluruhan responden dan paling sedikit adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta dengan jumlah 8 orang atau 10.67%. Berdasarkan jawaban responden diatas dapat disimpulkan bahwa yang paling banyak berdonasi di kitabisa.com adalah pada golongan mahasiswa

karena mahasiswa lebih sering bertemu atau berkumpul dengan teman atau anggota organisasi yang biasanya mereka cenderung membahas isu-isu sosial yang terjadi di masyarakat. Dan juga mereka biasanya aktif dan terlibat dalam berbagai kegiatan sosial.

#### d. Identifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Untuk melihat lebih lanjut tentang pendapatan perbulan responden yang berdonasi di kitabisa.com dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.4**  
**Identifikasi responden berdasarkan pendapatan per bulan**

No	Pendapatan per bulan	frekuensi	Persentase (%)
1	< 5 juta	69	92%
2	5 – 10 juta	4	5.33%
3	> 10 juta	2	2.67%
Jumlah		75	100%

Sumber: data olahan, 2021

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa pendapatan perbulan responden yang kurang dari 5 juta berjumlah 69 orang atau 92%, pendapatan 5 – 10 juta berjumlah 4 orang atau 5.33% dan pendapatan > 10 juta berjumlah 2 orang atau 2,67%. Artinya responden yang banyak berdonasi di Kitabisa.com memiliki jumlah pendapatan kurang dari 5 juta perbulan. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan penghasilan adalah <5 juta rupiah yang berjumlah 69 orang atau 92%. Hal ini dikarenakan

untuk memberi sedekah atau berdonasi tidak melihat dari seberapa banyak pendapatan kita.

**e. Identifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Donasi**

Untuk melihat tanggapan responden tentang frekuensi donasi responden yang berdonasi di kitabisa.com dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.5**

**Identifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Donasi**

No	Frekuensi donasi	Jumlah	Persentase (%)
1	Baru 1 kali	51	68%
2	Lebih dari 1 kali	24	32%
3	Rutin setiap bulan	-	-
Jumlah		75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa frekuensi donasi responden yang baru 1 kali melakukan donasi berjumlah 51 orang atau 68% dan yang lebih dari 1 kali sebanyak 24 orang atau 32%. jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden baru 1 kali berdonasi di Kitabisa.com. hal ini dikarenakan mereka berdonasi di Kitabisa.com ketika ada suatu halaman donasi yang menarik hatinya untuk berbagi/bersedekah atau karena mereka kenal dengan pembuat campaign donasinya.

### 5.1.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. uji validitas transparansi, kepercayaan, religiusitas, kemudahan penggunaan dan keputusan berdonasi online

uji validitas digunakan untuk mengetahui kesamaan antar data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya apa yang terjadi pada objek peneliti sehingga terdapat data yang valid. Untuk dapat melihat hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.6**  
**Hasil Uji Validitas Transparansi, Kepercayaan, Religiusitas dan Kemudahan Penggunaan**

Item pertanyaan	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Nilai sig	keputusan
X1.1	0.742	0.227	0.000	VALID
X1.2	0.786	0.227	0.000	VALID
X1.3	0.751	0.227	0.000	VALID
X1.4	0.798	0.227	0.000	VALID
X1.5	0.622	0.227	0.000	VALID
X1.6	0.614	0.227	0.000	VALID
X1.7	0.612	0.227	0.000	VALID
X2.1	0.891	0.227	0.000	VALID
X2.2	0.852	0.227	0.004	VALID
X2.3	0.796	0.227	0.012	VALID
X3.1	0.683	0.227	0.000	VALID
X3.2	0.698	0.227	0.000	VALID
X3.3	0.791	0.227	0.000	VALID
X3.4	0.711	0.227	0.000	VALID
X3.5	0.729	0.227	0.000	VALID
X4.1	0.781	0.227	0.002	VALID
X4.2	0.708	0.227	0.016	VALID
X4.3	0.653	0.227	0.008	VALID
X4.4	0.678	0.227	0.048	VALID
X4.5	0.339	0.227	0.000	VALID
X4.6	0.465	0.227	0.000	VALID

Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa secara keseluruhan item pada variabel transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari hasil  $r_{tabel}$  sebesar 0.227.

**Tabel 5.7**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Berdonasi Online**

Item pertanyaan	Nilai R hitung	Nilai R tabel	Nilai sig	keputusan
Y1.1	0.640	0.227	0.000	VALID
Y1.2	0.546	0.227	0.000	VALID
Y2.1	0.643	0.227	0.000	VALID
Y2.2	0.776	0.227	0.000	VALID
Y3.1	0.609	0.227	0.000	VALID
Y3.2	0.358	0.227	0.002	VALID
Y4.1	0.724	0.227	0.000	VALID
Y5.1	0.495	0.227	0.000	VALID
Y5.2	0.427	0.227	0.000	VALID
Y5.3	0.340	0.227	0.003	VALID

Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa secara keseluruhan item pada variabel Y dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari hasil  $r_{tabel}$  sebesar 0.227.

**b. Uji Reliabilitas Transparansi, Kepercayaan, Religiusitas, Kemudahan Penggunaan dan Keputusan Berdonasi Online**

Uji reliabilitas ialah suatu pengujian yang digunakan oleh peneliti untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang telah dikumpulkan sudah reliabel atau tidak. Dikatakan reliabel jika



kuesioner dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama, artinya reliabel merupakan sebuah konsistensi dari hasil tes uji. Untuk melihat hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah :

**Tabel 5.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Transparansi, Kepercayaan, Religiusitas Dan Kemudahan Penggunaan**

Variabel penelitian	Alpha cronbach's	Critical value	kesimpulan
Transparansi (X1)	0.823	0.60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0.803	0.60	Reliabel
Religiusitas (X3)	0.762	0.60	Reliabel
Kemudahan penggunaan (X4)	0.641	0.60	Reliabel

Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 5.8 diatas, hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap semua item variabel transparansi (X1), kepercayaan (X2), religiusitas (X3) dan kemudahan penggunaan (X4) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua item penelitian dikatakan reliabel karena nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0.60. dengan demikian dapat digunakan sebagai instrument dalam pengukuran variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini.

**Tabel 5.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Berdonasi Online**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.690	10

Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 5.42 diatas, hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap semua item variabel keputusan berdonasi online pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua item penelitian dapat dikatakan reliabel dengan nilai croncbach's alpha sebesar 0.690 ( nilai koefisien lebih besar dari 0.60) dengan demikian dapat digunakan sebagai instrument dalam pengukuran variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini.

### 5.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

#### a. Transparansi

Untuk menjelaskan indikator transparansi kitabisa.com dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kitabisa.com menyediakan informasi dengan tepat waktu

Menyediakan informasi tepat waktu artinya adalah kitabisa.com menyediakan data pada waktu yang diperlukan untuk dapat digunakan dalam kebutuhan tertentu. Misalnya kitabisa.com menyediakan laporan tahunannya supaya publik dapat melihatnya. Adapun tanggapan responden

mengenai Kitabisa.com menyediakan informasi dengan tepat waktu dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.10**  
**Distribusi tanggapan responden tentang Kitabisa.com**  
**menyediakan informasi tepat waktu (update)**

No	Kriteria jawaban responden	skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	10	13.33%
2	Setuju	4	52	69.33%
3	Kurang setuju	3	11	14.67%
4	Tidak setuju	2	2	2.67%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai kitabisa.com menyediakan informasi dengan tepat waktu adalah setuju dengan jumlah 52 orang atau 69.33%. artinya responden setuju bahwa informasi yang disediakan kitabisa.com yang berkaitan dengan program donasi adalah tepat waktu. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diberikan kitabisa.com seperti laporan keuangannya disediakan dengan tepat waktu supaya publik dapat melihatnya atau mengaksesnya.

## 2. Informasi yang disediakan kitabisa.com memadai

Maksud dari informasi yang disediakan kitabisa.com memadai adalah informasi dari pihak kitabisa.com memenuhi syarat dan ketentuan. Misalnya seperti informasi yang berkaitan dengan program donasi yang meliputi : tata cara melakukan donasi, berapa jumlah minimum donasi dan

untuk setiap donasi yang terkumpul adanya potongan biaya administrasi sebesar 5% untuk biaya operasional kecuali untuk kategori bencana alam dan zakat. Informasi tersebut disediakan oleh pihak kitabisa.com sehingga membuat calon donatur mudah mendapatkan informasi yang memadai. Adapun hasil tanggapan responden mengenai informasi yang disediakan kitabisa.com memadai dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 5.11**  
**Distribusi tanggapan responden tentang informasi yang disediakan kitabisa.com memadai**

No	Kriteria jawaban responden	skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	10	13.33%
2	Setuju	4	43	57.33%
3	Kurang setuju	3	17	22.67%
4	Tidak setuju	2	2	2.67%
5	Sangat tidak setuju	1	3	4%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai informasi yang disediakan kitabisa.com memadai adalah setuju sebanyak 43 orang atau 57.33%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mengenai informasi yang diberikan kitabisa.com memadai adalah setuju. Hal ini dikarenakan kitabisa.com memberikan informasi mengenai program donasi secara memadai yaitu memenuhi syarat dan ketentuan.

### 3. Kitabisa.com memberikan informasi secara jelas

Informasi yang diberikan oleh pihak kitabisa.com harus jelas sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman. Misalnya seperti pihak

kitabisa.com memberikan informasi tentang program mereka dan cara untuk berdonasi serta memberikan informasi bahwa adanya biaya administrasi sebesar 5% untuk setiap donasi kecuali untuk kategori bencana alam dan zakat yang diinisiasi oleh lembaga resmi (biaya administrasi 0%). Adapun hasil tanggapan responden mengenai kitabisa.com memberikan informasi secara jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.12**  
**Distribusi tanggapan responden tentang Kitabisa.com**  
**memberikan informasi secara jelas**

No	Kriteria jawaban responden	skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	8	10.67%
2	Setuju	4	49	65.33%
3	Kurang setuju	3	17	22.67%
4	Tidak setuju	2	1	1.33%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai kitabisa.com menyediakan informasi secara jelas adalah setuju sebanyak 49 orang atau 65.33%. artinya responden setuju bahwa kitabisa.com memberikan informasi secara jelas berkaitan dengan program mereka, cara untuk berdonasi dan adanya biaya administrasi sebesar 5% untuk setiap donasi kecuali untuk kategori bencana alam dan zakat yang diinisiasi oleh lembaga resmi (biaya administrasi 0%).

#### 4. Kitabisa.com menyediakan informasi yang akurat

kitabisa.com memberikan informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan bagi pengguna yang menerima dan memanfaatkan informasi tersebut. Akurat juga berarti informasi yang diberikan pihak kitabisa.com harus jelas mencerminkan maksudnya. Adapun hasil tanggapan responden mengenai kitabisa.com menyediakan informasi yang akurat dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.13**  
**Distribusi tanggapan responden tentang Kitabisa.com**  
**menyediakan informasi yang akurat**

No	Kriteria jawaban responden	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	8	10.67%
2	Setuju	4	55	73.33%
3	Kurang setuju	3	12	16%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden mengenai kitabisa.com menyediakan informasi yang akurat adalah setuju sebanyak 55 orang atau 73.33%. artinya responden setuju bahwa informasi yang disediakan oleh kitabisa.com berkaitan dengan program donasi adalah akurat. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju informasi tentang program donasi dan cara berdonasi yang diberikan kitabisa.com akurat.

## 5. Informasi tentang kitabisa.com mudah diakses

Informasi tentang kitabisa.com harus mudah diakses oleh semua pihak seperti informasi tentang kategori donasi, jangka waktu pengumpulan dana donasi, informasi tentang pencairan dana dan lain sebagainya. Adapun hasil tanggapan responden mengenai informasi tentang kitabisa.com mudah diakses dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.14**  
**Distribusi tanggapan responden tentang informasi tentang kitabisa.com mudah diakses**

No	Kriteria jawaban responden	skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	10	13.33%
2	Setuju	4	54	72%
3	Kurang setuju	3	11	14.67%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap informasi tentang kitabisa.com mudah diakses adalah setuju sebanyak 54 orang atau 72%. Artinya responden setuju informasi tentang kitabisa.com berkaitan dengan kategori donasi, jangka waktu pengumpulan dana donasi, informasi tentang pencairan dana dan lain sebagainya adalah mudah diakses.

6. Kitabisa.com menyediakan informasi tentang susunan pengurus organisasi

Adapun tanggapan responden mengenai Kitabisa.com memberikan informasi tentang susunan pengurus organisasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.15**  
**Distribusi Tanggapan Responden Tentang Kitabisa.Com**  
**Menyediakan Informasi Tentang Susunan Pengurus**  
**Organisasi**

No	Kriteria jawaban responden	skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	14	18.67%
2	Setuju	4	48	64%
3	Kurang setuju	3	9	12%
4	Tidak setuju	2	4	5.33%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap Kitabisa.com menyediakan informasi tentang susunan pengurus organisasi adalah setuju sebanyak 48 orang atau 64%. Artinya responden setuju bahwa kitabisa.com menyediakan informasi tentang susunan pengurus organisasi misalnya seperti CEO nya, chief marketing officer (CMO) dan lain sebagainya.



7. Kitabisa.com menyediakan informasi mengenai pengelolaan campaign dari penghimpunan dana hingga penyalurannya

Adapun tanggapan responden tentang Kitabisa.com menyediakan informasi mengenai pengelolaan campaign dari penghimpunan dana hingga penyalurannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.16**  
**Distribusi tanggapan responden tentang Kitabisa.com**  
**menyediakan informasi mengenai pengelolaan campaign dari**  
**penghimpunan dana hingga penyalurannya**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	29	38.67%
2	Setuju	4	45	60%
3	Kurang setuju	3	7	9.33%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap Kitabisa.com menyediakan informasi mengenai pengelolaan campaign dari penghimpunan dana hingga penyalurannya adalah setuju yaitu sebanyak 45 orang atau 60%. Artinya responden setuju bahwa kitabisa.com menyediakan informasi mengenai tata cara pengelolaan campaign dari penghimpunan dana hingga penyaluran dananya.

Adapun rekapitulasi jawaban responden secara keseluruhan dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 5.17**  
**Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel**  
**Transparansi**

No	Indikator	Kategori					Total skor
		Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	
1.	Kitabisa.com menyediakan informasi tepat waktu (update)	10 50	52 208	11 33	2 4	-	295
2.	Informasi yang disediakan oleh kitabisa.com memadai	10 50	43 172	17 51	2 4	3 3	280
3.	Kitabisa.com memberikan informasi secara jelas	8 40	49 196	17 51	1 2	-	289
4.	Kitabisa.com menyediakan informasi secara akurat	8 40	55 220	12 36	-	-	296
5.	Informasi tentang kitabisa.com mudah diakses	10 50	54 216	11 33	-	-	299
6.	Kitabisa.com menyediakan informasi tentang susunan pengurus organisasi	14 70	48 192	9 27	4 8	-	297
7.	Kitabisa.com menyediakan informasi mengenai pengelolaan campaign dari penghimpunan dana hingga penyalurannya	29 145	45 180	7 21	-	-	346
Jumlah							2.102

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil dari rekapitulasi variabel transparansi Kitabisa.com, dapat dilihat dari total skor variabel transparansi yang diperoleh adalah sebanyak 2.102. dibawah ini nilai tertinggi dan terendah dapat dilihat sebagai berikut :

$$\text{Nilai tertinggi} : 7 \times 5 \times 75 = 2.625$$

$$\text{Nilai terendah} : 7 \times 1 \times 75 = 525$$

Untuk mengetahui hasil dari interval koefisien adalah sebagai berikut :

$$\frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimal}}{\text{skor}} = \frac{2.625 - 525}{5} = \frac{2100}{5} = 420$$

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel transparansi Kitabisa.com, maka dapat ditentukan sebagai berikut :

$$\text{Sangat setuju} = 2.205 - 2.625$$

$$\text{Setuju} = \mathbf{1.785 - 2.205}$$

$$\text{Kurang setuju} = 1.365 - 1.785$$

$$\text{Tidak setuju} = 945 - 1.365$$

$$\text{Sangat tidak setuju} = 525 - 945$$

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel transparansi pada platform donasi Kitabisa.com berada pada kategori setuju. Skor tertinggi didapat dari indikator Kitabisa.com menyediakan informasi mengenai pengelolaan campaign dari penghimpunan dana hingga penyalurannya dan skor terendah didapat dari indikator informasi yang diberikan Kitabisa.com memadai.

## b. Kepercayaan

Adapun penjelasan indikator dari kepercayaan adalah sebagai berikut :

1. Saya percaya kitabisa.com selalu jujur dalam mengelola situs donasi online

Kejujuran merupakan hal yang sangat penting dalam mengelola suatu situs donasi supaya calon donatur percaya terhadap kitabisa.com. adapun untuk melihat hasil tanggapan responden mengenai kitabisa.com selalu jujur dalam mengelola situs donasi online dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.18**  
**Distribusi Tanggapan Responden Tentang Saya Percaya Kitabisa.Com Selalu Jujur Dalam Mengelola Situs Donasi Online**

No	Kriteria jawaban responden	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	15	20%
2	Setuju	4	46	61.34%
3	Kurang setuju	3	9	12%
4	Tidak setuju	2	4	5.33%
5	Sangat tidak setuju	1	1	1.33%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap kitabisa.com selalu jujur dalam mengelola situs donasi online adalah setuju sebanyak 46 orang atau 61.34%. artinya

responden setuju bahwa kitabisa.com selalu jujur dalam mengelola situs donasi online.

2. Saya yakin situs kitabisa.com dapat bersaing dan diandalkan

Adapun hasil tanggapan responden mengenai situs kitabisa.com dapat bersaing dan diandalkan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.19**  
**Distribusi Tanggapan Responden Tentang Saya Yakin Situs Kitabisa.Com Dapat Bersaing Dan Diandalkan**

No	Kriteria jawaban responden	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	4	5.33%
2	Setuju	4	36	48%
3	Kurang setuju	3	27	36%
4	Tidak setuju	2	7	9.34%
5	Sangat tidak setuju	1	1	1.33%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap platform kitabisa.com dapat bersaing dan diandalkan adalah setuju sebanyak 40 orang atau 53.33%. jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap platform kitabisa.com dapat diandalkan dan dapat bersaing dengan platform donasi online yang lainnya.

3. Saya yakin informasi yang diberikan kitabisa.com dapat dipercaya

Adapun hasil tanggapan responden mengenai informasi yang diberikan kitabisa.com dapat dipercaya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.20**  
**Distribusi Tanggapan Responden Tentang Saya Yakin Informasi**  
**Yang Diberikan Kitabisa.com Dapat dipercaya**

No	Kriteria jawaban responden	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	6	8%
2	Setuju	4	51	68%
3	Kurang setuju	3	13	17.34%
4	Tidak setuju	2	4	5.33%
5	Sangat tidak setuju	1	1	1.33%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap kitabisa.com memberikan informasi yang dapat dipercaya adalah setuju sebanyak 51 orang atau 68%. Artinya responden setuju bahwa informasi yang diberikan kita bisa.com kepada publik dapat dipercaya.

Berikut ini adalah perolehan rekapitulasi hasil tanggapan responden dari variabel kepercayaan (X2).

**Tabel 5.21**  
**Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel**  
**Kepercayaan**

No	indikator	Kategori					Skor total
		Sangat setuju	setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	
1.	Saya percaya kitabisa.com selalu jujur dalam mengelola situs donasi online	15 75	46 184	9 27	4 8	1 1	295
2.	Saya yakin situs kitabisa.com dapat bersaing dan diandalkan	4 20	36 144	27 81	7 14	1 1	260
3.	Saya yakin informasi	6	51	13	4	1	

yang diberikan dapat dipercaya	30	204	39	8	1	282
Jumlah						837

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil dari rekapitulasi variabel kepercayaan pada Kitabisa.com, dapat dilihat dari total skor variabel kepercayaan yang diperoleh adalah sebanyak 837. dibawah ini nilai tertinggi dan terendah dapat dilihat sebagai berikut :

Nilai tertinggi :  $3 \times 5 \times 75 = 1.125$

Nilai terendah :  $3 \times 1 \times 75 = 225$

Untuk mengetahui hasil dari interval koefisien adalah sebagai berikut :

$$\frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimal}}{\text{skor}} = \frac{1.125 - 225}{5} = \frac{900}{5} = 180$$

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel kepercayaan pada Kitabisa.com, maka dapat ditentukan sebagai berikut :

Sangat setuju =  $945 - 1.125$

**Setuju = 765 - 945**

Kurang setuju =  $585 - 765$

Tidak setuju =  $405 - 585$

Sangat tidak setuju =  $225 - 405$

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan pada platform donasi Kitabisa.com berada pada kategori setuju. Skor tertinggi didapat dari indikator saya percaya kitabisa.com selalu jujur dalam mengelola situs donasi online dan skor terendah didapat dari indikator yakin

platform Kitabisa.com dapat diandalkan dan dapat bersaing dengan platform donasi online yang lainnya.

### c. Religiusitas

Adapun penjelasan indikator religiusitas adalah sebagai berikut :

1. Saya berdonasi karena menjalankan perintah Tuhan yaitu bersedekah

Adapun hasil tanggapan responden mengenai berdonasi karena menjalankan perintah Tuhan yaitu bersedekah dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.22**  
**Distribusi tanggapan responden tentang saya berdonasi karena menjalankan perintah Tuhan yaitu bersedekah**

No	Kriteria jawaban responden	Skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	18	24%
2	Setuju	4	51	68%
3	Kurang setuju	3	6	8%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai berdonasi karena menjalankan perintah Tuhan yaitu bersedekah adalah setuju sebanyak 51 orang atau 68%. Artinya responden setuju bahwa mereka berdonasi dikarenakan menjalankan perintah Tuhan yaitu bersedekah.



2. Ketika saya membantu orang lain dengan berdonasi, saya mencari ridho dan berkah dari Tuhan

Adapun tanggapan responden mengenai ketika membantu orang lain dengan berdonasi/bersedekah saya mencari ridho dan berkah dari Tuhan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.23**  
**Distribusi Tanggapan Responden Tentang Ketika membantu orang lain dengan berdonasi, saya mencari ridho dan berkah dari Tuhan**

No	Kriteria jawaban responden	Skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	14	18.67%
2	Setuju	4	59	78.66%
3	Kurang setuju	3	2	2.67%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap pernyataan ketika membantu orang lain dengan berdonasi, saya mencari ridho dan berkah dari Tuhan adalah setuju sebanyak 59 orang atau 78.66%. artinya responden setuju bahwa ketika membantu orang lain dengan berdonasi/bersedekah mereka mencari ridho dan berkah dari Tuhan.

3. Saya berdonasi karena keinginan hati nurani dan percaya kelak Allah akan memberikan balasan lebih atas tindakan saya

Adapun hasil tanggapan responden mengenai berdonasi karena keinginan hati nurani dan percaya kelak Tuhan akan memberikan

balasan lebih atas tindakan baiknya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.24**  
**Distribusi tanggapan responden tentang saya berdonasi karena keinginan hati nurani dan percaya kelak Tuhan akan memberikan balasan lebih atas tindakan saya**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	25	33.33%
2	Setuju	4	42	56%
3	Kurang setuju	3	8	10.67%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap berdonasi karena keinginan hati nurani dan percaya kelak Tuhan akan memberikan balasan lebih atas tindakan baiknya adalah setuju sebanyak 42 orang atau 56%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan mereka beronasi karena keinginan hati nuraninya dan percaya kelak Tuhan akan memberikan balasan atas perbuatan baiknya

4. Saya berdonasi karena sesuai dengan pemahaman saya terhadap ajaran agama

Adapun hasil tanggapan responden mengenai berdonasi karena sesuai dengan pemahamannya terhadap ajaran agama dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 5.25**  
**Distribusi tanggapan responden tentang saya berdonasi karena sesuai dengan pemahaman saya terhadap ajaran agama**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	14	18.67%
2	Setuju	4	48	64%
3	Kurang setuju	3	9	12%
4	Tidak setuju	2	4	5.33%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap berdonasi karena sesuai dengan pemahamannya terhadap ajaran agama adalah setuju sebanyak 48 orang atau 64%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan berdonasi karena sesuai dengan pemahamannya terhadap ajaran agama. Karena baik dalam agama islam ataupun agama lainnya selalu mengajarkan umatnya untuk bersedekah atau berbagi.

5. Saya berdonasi agar dapat membantu orang lain yang membutuhkan dan mendapat pahala dari Allah

Adapun tanggapan responden mengenai berdonasi agar dapat membantu orang lain yang membutuhkan dan mendapatkan pahala dari Tuhan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.26

**Distribusi tanggapan responden tentang saya berdonasi agar dapat membantu orang lain yang membutuhkan dan mendapat pahala dari Tuhan**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	23	30.67%
2	Setuju	4	45	60%
3	Kurang setuju	3	7	9.33%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai berdonasi/bersedekah agar dapat membantu orang lain yang membutuhkan dan mendapatkan pahala dari Tuhan adalah setuju sebanyak 45 orang atau 60%. Artinya responden setuju bahwa dengan berdonasi/ bersedekah itu dapat membantu orang yang sedang membutuhkan dan akan mendapatkan pahala dari Tuhan.

Berikut ini adalah perolehan rekapitulasi hasil tanggapan responden dari variabel religiusitas (X3).

**Tabel 5.27**  
**Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Religiusitas**

No	Indikator	kategori					Skor total
		Sangat setuju	setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	
1.	Saya berdonasi karena menjalankan perintah Tuhan yaitu bersedekah	18 90	51 204	6 18	-	-	312
2.	Ketika membantu orang lain dengan berdonasi, saya mencari ridho dan	14 70	59 236	2 6	-	-	312

	berkah dari Tuhan						
3.	Saya berdonasi karena keinginan hati nurani dan percaya kelak tuhan akan memberikan balasan lebih atas tindakan saya	25 125	42 168	7 21	-	-	314
4.	Saya berdonasi karena sesuai dengan pemahaman saya terhadap ajaran agama	14 70	48 192	9 27	7 14	-	303
5.	Saya berdonasi agar dapat membantu orang lain yang membutuhkan dan mendapat pahala dari Tuhan	23 115	45 180	7 21	-	-	316
Jumlah							1.557

Sumber : Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil dari rekapitulasi variabel religiusitas, dapat dilihat dari total skor variabel religiusitas yang diperoleh adalah sebanyak 1.557. dibawah ini nilai tertinggi dan terendah dapat dilihat sebagai berikut :

Nilai tertinggi :  $5 \times 5 \times 75 = 1.875$

Nilai terendah :  $5 \times 1 \times 75 = 375$

Untuk mengetahui hasil dari interval koefisien adalah sebagai berikut :

$$\frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimal}}{\text{skor}} = \frac{1.875 - 375}{5} = \frac{1500}{5} = 300$$

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel kepercayaan pada Kitabisa.com, maka dapat ditentukan sebagai berikut :

Sangat setuju =  $1.575 - 1.875$

**Setuju =  $1.275 - 1.575$**

Kurang setuju = 975 – 1.275

Tidak setuju = 675 - 975

Sangat tidak setuju = 375 - 675

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas pada platform donasi Kitabisa.com berada pada kategori setuju. Skor tertinggi didapat dari indikator saya berdonasi agar dapat membantu orang lain dan mendapat pahala dari Tuhan dan skor terendah didapat dari indikator berdonasi karena sesuai dengan pemahaman saya terhadap ajaran agama.

#### **d. Kemudahan Penggunaan**

Adapun penjelasan mengenai indikator kemudahan penggunaan dapat dilihat sebagai berikut :

1. Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi kitabisa.com mudah untuk dipelajari sehingga memudahkan saya mencari kategori donasi yang saya inginkan

Adapun tanggapan responden mengenai fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi kitabisa.com mudah untuk dipelajari sehingga memudahkan untuk mencari kategori donasi yang diinginkan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.28**  
**Distribusi tanggapan responden tentang fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi kitabisa.com mudah untuk dipelajari sehingga memudahkan saya mencari kategori donasi yang saya inginkan**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	14	18.67%
2	Setuju	4	53	70.67%
3	Kurang setuju	3	8	10.66%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi kitabisa.com mudah untuk dipelajari sehingga memudahkan untuk mencari kategori donasi yang di inginkan adalah setuju sebanyak 53 orang atau 70.67%. artinya responden setuju bahwa fitur-fitur yang ada pada aplikasi kitabisa.com mudah untuk dipelajari sehingga memudahkan untuk mencari kategori donasi yang diinginkan.

2. Saya memilih berdonasi di kitabisa.com karena saya dapat dengan mudah mengontrol seluruh proses kegiatan berdonasi saya.

Adapun tanggapan responden mengenai memilih berdonasi di kitabisa.com karena saya dapat dengan mudah mengontrol seluruh proses kegiatan berdonasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.29**  
**Distribusi tanggapan responden tentang Saya memilih berdonasi di kitabisa.com karena saya dapat dengan mudah mengontrol seluruh proses kegiatan berdonasi saya**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	15	20%
2	Setuju	4	50	66.67%
3	Kurang setuju	3	8	10.66%
4	Tidak setuju	2	2	2.67%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap memilih berdonasi di kitabisa.com karena saya dapat dengan mudah mengontrol seluruh proses kegiatan berdonasi adalah setuju sebanyak 50 orang atau 66.67%. jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan memilih berdonasi di Kitabisa.com karena dapat dengan mudah mengontrol seluruh proses kegiatan berdonasi mereka.

3. Detail kategori donasi yang ditampilkan dalam website kitabisa.com jelas dan terperinci sehingga saya dapat memahami

Adapun tanggapan responden mengenai Detail kategori donasi yang ditampilkan dalam website kitabisa.com jelas dan terperinci sehingga dapat dengan mudah dipahami dapat dilihat pada tabel dibawah ini:



**Tabel 5.30**  
**Distribusi tanggapan responden tentang detail kategori donasi yang**  
**ditampilkan dalam website kitabisa.com jelas dan terperinci sehingga**  
**saya dapat memahami**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	16	21.33%
2	Setuju	4	51	68%
3	Kurang setuju	3	7	9.34%
4	Tidak setuju	2	1	1.33%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap detail kategori donasi yang ditampilkan dalam aplikasi kitabisa.com jelas dan terperinci sehingga mudah dipahami adalah setuju sebanyak 51 orang atau 68%. Artinya responden setuju bahwa detail kategori donasi yang ditampilkan dalam aplikasi kitabisa.com jelas dan terperinci sehingga mudah dipahami.

4. Aplikasi kitabisa.com dapat diakses kapan pun dan dimana pun dengan menggunakan HP/PC selama terhubung ke internet

Adapun tanggapan responden mengenai Aplikasi kitabisa.com dapat diakses kapan pun dan dimana pun dengan menggunakan HP/PC selama terhubung ke internet dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.31**  
**Distribusi tanggapan responden tentang aplikasi kitabisa.com**  
**dapat diakses kapan pun dan dimana pun dengan menggunakan**  
**HP/PC selama terhubung ke internet**

No	Kriteria jawaban responden	Skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	27	36%
2	Setuju	4	39	52%
3	Kurang setuju	3	7	9.33%
4	Tidak setuju	2	2	2.67%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap aplikasi kitabisa.com dapat diakses kapan pun dan dimana pun dengan menggunakan HP/PC selama terhubung ke internet adalah sebanyak 39 orang atau 52%. Artinya responden setuju bahwa aplikasi kitabisa.com dapat diakses kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan HP/PC selama terhubung ke internet.

5. Saya merasa icon-icon kategori donasi yang ada di aplikasi kitabisa.com mudah dimengerti sehingga saya menjadi mahir dalam menggunakan aplikasi kitabisa.com

Adapun tanggapan responden mengenai icon-icon kategori donasi yang ada di aplikasi kitabisa.com mudah dimengerti sehingga mudah menjadi mahir dalam menggunakan aplikasi kitabisa.com dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5.32**  
**Distribusi tanggapan responden tentang icon-icon kategori donasi yang ada di aplikasi kitabisa.com mudah dimengerti sehingga saya menjadi mahir dalam menggunakan aplikasi kitabisa.com**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	12	16%
2	Setuju	4	56	74.67%
3	Kurang setuju	3	5	6.67%
4	Tidak setuju	2	1	1.33%
5	Sangat tidak setuju	1	1	1.33%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden mengenai icon-icon kategori donasi yang ada di aplikasi kitabisa.com mudah dimengerti sehingga mudah menjadi mahir dalam menggunakan aplikasi kitabisa.com adalah setuju sebanyak 56 orang atau 74.67%. jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan icon-icon kategori donasi yang ada di aplikasi kitabisa.com mudah dimengerti sehingga mudah menjadi mahir dalam menggunakan aplikasi kitabisa.com.

6. Saya merasa mudah menggunakan aplikasi kitabisa.com ketika akan berdonasi pada suatu ketegori donasi (bantuan pendidikan, bencana alam, kegiatan sosial, rumah ibadah dan lain-lain)

Adapun tanggapan responden mengenai mudah menggunakan aplikasi kitabisa.com ketika akan berdonasi pada suatu ketegori donasi (bantuan pendidikan, bencana alam, kegiatan sosial, rumah ibadah dan lain-lain) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.33**  
**Distribusi tanggapan responden tentang mudah menggunakan aplikasi kitabisa.com ketika akan berdonasi pada suatu kategori donasi (bantuan pendidikan, bencana alam, kegiatan sosial, rumah ibadah dan lain-lain)**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	7	9.33%
2	Setuju	4	57	76%
3	Kurang setuju	3	8	10.67%
4	Tidak setuju	2	2	2.67%
5	Sangat tidak setuju	1	1	1.33%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil tanggapan responden terhadap mudah menggunakan aplikasi kitabisa.com ketika akan berdonasi pada suatu kategori donasi (bantuan pendidikan, bencana alam, kegiatan sosial, rumah ibadah dan lain-lain) adalah setuju sebanyak 57 orang atau 76%. Artinya responden setuju bahwa mudah menggunakan aplikasi kitabisa.com ketika akan berdonasi pada suatu kategori donasi (bantuan pendidikan, bencana alam, kegiatan sosial, rumah ibadah dan lain-lain).

Berdasarkan jawaban dari seluruh responden tersebut, maka dapat dilihat rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai variabel kemudahan penggunaan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.34**  
**Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kemudahan Penggunaan**

No	Indikator	Kategori					Total skor
		Sangat setuju	setuju	Kurang setuju	tidak setuju	Sangat tidak setuju	
1.	Fitur-fitur yang terdapat diwebsite kitabisa.com mudah untuk dipelajari sehingga memudahkan saya mencari kategori donasi yang saya inginkan	14 70	53 212	8 24	-	-	306
2.	Saya memilih berdonasi di kitabisa.com karena saya dapat dengan mudah mengontrol seluruh proses kegiatan berdonasi saya.	15 75	50 200	8 24	2 4	-	303
3.	Detail kategori donasi yang ditampilkan dalam website kitabisa.com jelas dan terperinci sehingga saya dapat mudah memahami	16 80	51 204	7 21	1 2	-	307
4.	Aplikasi kitabisa.com dapat diakses kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan HP/PC selama	27 135	39 156	7 21	1 2	1 1	315

	terhubung ke internet						
5.	Saya merasa icon-icon ketegori donasi yang ada di aplikasi kitabisa.com mudah di mengerti sehingga saya menjadi mahir dalam menggunakan aplikasi kitabisa.com	12 60	56 224	5 15	1 2	1 1	302
6.	Saya merasa mudah menggunakan aplikasi kitabisa.com ketika akan berdonasi pada suatu kategori (bantuan pendidikan, bencana alam, kegiatan sosial, rumah ibadah dan lain-lain)	7 35	57 228	8 24	2 4	1 1	292
Jumlah							1.825

Sumber : Data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas, maka hasil dari rekapitulasi variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com, dapat dilihat dari total skor variabel kemudahan penggunaan yang diperoleh adalah sebanyak 1.825 dibawah ini nilai tertinggi dan terendah dapat di lihat sebagai berikut :

Nilai tertinggi :  $6 \times 5 \times 75 = 2.250$

Nilai terendah :  $6 \times 1 \times 75 = 450$

Untuk mengetahui hasil dari interval koefisien adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimum}}{\text{skor}} = \frac{2.250 - 450}{5} = \frac{1800}{5} = 360$$

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan berdonasi secara online pada

platform crowdfunding kitabisa.com, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Sangat setuju = 1.890 – 2.250

**Setuju = 1.530 – 1.890**

Kurang setuju = 1.170 – 1.530

Tidak setuju = 810 – 1.170

Sangat tidak setuju = 450 - 810

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan terhadap keputusan berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com berada dalam kategori setuju, skor tertinggi didapat dari indikator Aplikasi kitabisa.com dapat diakses kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan HP/PC selama terhubung ke internet dan skor terendah didapat dari indikator merasa mudah menggunakan aplikasi kitabisa.com ketika akan berdonasi pada suatu kategori (bantuan pendidikan, bencana alam, kegiatan sosial, rumah ibadah dan lain-lain).

#### **e. Keputusan Berdonasi Online**

Adapun untuk penjelasan setiap dimensinya dapat dilihat sebagai berikut:

##### **1. Pengenalan masalah**

Adapun indikator dari pengenalan masalah adalah sebagai berikut :

- a. Berdonasi di kitabisa.com karena adanya kebutuhan untuk berbagi

Adapun hasil tanggapan responden mengenai berdonasi di kitabisa.com karena adanya kebutuhan untuk berbagi dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.35**  
**Distribusi tanggapan responden tentang memutuskan berdonasi di kitabisa.com karena adanya kebutuhan untuk berbagi**

No	Kriteria Jawaban Responden	Skor	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	5	15	20%
2	Setuju	4	57	76%
3	Kurang setuju	3	3	4%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap berdonasi di kitabisa.com karena adanya kebutuhan untuk berbagi adalah setuju sebanyak 57 orang atau 76%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan berdonasi di kitabisa.com karena adanya kebutuhan untuk berbagi. Karena pada dasarnya semua manusia merupakan makhluk perasa.

- b. Berdonasi di kitabisa.com karena adanya keinginan untuk bersedekah

Adapun tanggapan responden mengenai berdonasi di kitabisa.com karena adanya keinginan untuk bersedekah dapat dilihat pada tabel dibawah ini :



**Tabel 5.36**  
**Distribusi tanggapan responden tentang berdonasi di kitabisa.com**  
**karena adanya keinginan untuk bersedekah**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	18	24%
2	Setuju	4	50	66.67%
3	Kurang setuju	3	7	9.33%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap berdonasi dikitabisa.com karena adanya keinginan untuk bersedekah adalah setuju sebanyak 50 orang atau 66.67%. jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan berdonasi dikitabisa.com karena adanya keinginan untuk bersedekah.

## 2. Pencarian informasi

Adapun indikator dari pencarian informasi adalah sebagai berikut :

- a. Sebelum mengambil keputusan saya terlebih dahulu mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan tata cara berdonasi di Kitabisa.com

Adapun hasil tanggapan responden mengenai sebelum mengambil keputusan, terlebih dahulu mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan tata cara berdonasi di Kitabisa.com dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.37**  
**Distribusi tanggapan responden tentang sebelum mengambil keputusan saya terlebih dahulu mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan tata cara berdonasi di Kitabisa.com**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	22	%
2	Setuju	4	49	%
3	Kurang setuju	3	4	%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai sebelum mengambil keputusan, terlebih dahulu mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan tata cara berdonasi di Kitabisa.com adalah sebanyak 49 orang atau 65.33%. artinya responden setuju bahwa sebelum mengambil keputusan mereka terlebih dahulu mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan tata cara berdonasi di Kitabisa.com.

- b. Sebelum mengambil keputusan saya mencari informasi tentang berdonasi di situs website kitabisa.com melalui berbagai media sosial

Adapun tanggapan responden mengenai sebelum mengambil keputusan, terlebih dahulu mencari informasi tentang program donasi di kitabisa.com melalui berbagai media sosial dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.38**  
**Distribusi tanggapan responden tentang sebelum mengambil keputusan saya mencari informasi tentang program donasi di Kitabisa.com melalui berbagai media sosial**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	24	32%
2	Setuju	4	44	58.67%
3	Kurang setuju	3	7	9.33%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap sebelum mengambil keputusan mereka mencari informasi tentang program donasi di Kitabisa.com melalui berbagai media sosial sebanyak 44 orang atau 58.67%. jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju sebelum mengambil keputusan mereka mencari informasi tentang program donasi yang ada di Kitabisa.com melalui berbagai sosial media.

### 3. Evaluasi alternatif

Adapun indikator dari evaluasi alternatif adalah sebagai berikut :

- a. Saya melakukan penilaian terhadap platform kitabisa.com sebelum berdonasi

Adapun hasil tanggapan responden mengenai terlebih dahulu melakukan penilaian terhadap platform kitabisa.com sebelum berdonasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.39**  
**Distribusi tanggapan responden tentang saya melakukan penilaian terhadap platform kitabisa.com sebelum berdonasi**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	21	28%
2	Setuju	4	47	62.67%
3	Kurang setuju	3	7	9.33%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden terhadap terlebih dahulu melakukan penilaian terhadap platform kitabisa.com sebelum berdonasi adalah setuju sebanyak 47 orang atau 62.67%. artinya responden setuju bahwa mereka terlebih dahulu melakukan penilaian terhadap platform kitabisa.com sebelum berdonasi. Misalnya seperti mereka menilai apakah platform kitabisa.com terbuka dalam menyampaikan informasi mengenai hasil donasi dan platform kitabisa.com bisa dipercaya atau tidak.

- b. Saya berdonasi di situs website kitabisa.com setelah membandingkan dengan platform donasi online yang lainnya

Adapun hasil tanggapan responden mengenai berdonasi di Kitabisa.com setelah membandingkannya dengan platform donasi online lainnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.40**  
**Distribusi tanggapan responden tentang Saya berdonasi di situs website kitabisa.com setelah membandingkan dengan platform donasi online yang lainnya**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	17	22.67%
2	Setuju	4	46	61.33%
3	Kurang setuju	3	11	14.67%
4	Tidak setuju	2	1	1.33%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai berdonasi di situs website kitabisa.com setelah membandingkannya dengan platform donasi online yang lainnya adalah setuju sebanyak 46 orang atau 61.33%. artinya responden setuju bahwa mereka berdonasi di Kitabisa.com setelah membandingkannya dengan platform donasi online yang lainnya. Contoh platform lainnya seperti Aksi cepat tanggap, dompet duafa,

#### 4. Keputusan berdonasi

Adapun indikator dari keputusan berdonasi adalah sebagai berikut :

- a. Saya memutuskan berdonasi di situs website kitabisa.com setelah saya mengetahui berbagai hal seperti kategori donasi, jumlah minimal donasi dan cara pembayarannya

Adapun hasil tanggapan responden mengenai memutuskan berdonasi di Kitabisa.com setelah mengetahui berbagai hal seperti kategori donasi, jumlah minimal donasi dan cara pembayarannya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.41**  
**Distribusi tanggapan responden tentang saya memutuskan berdonasi di situs website kitabisa.com setelah saya mengetahui berbagai hal seperti kategori donasi, jumlah minimal donasi dan cara pembayaran**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	21	28%
2	Setuju	4	52	69.33%
3	Kurang setuju	3	2	2.67%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai memutuskan berdonasi di situs website kitabisa.com setelah mengetahui berbagai hal seperti kategori donasi, jumlah minimal donasi dan cara pembayarannya adalah setuju sebanyak 52 orang atau 69.33%. jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa mereka memutuskan berdonasi di Kitabisa.com setelah mengetahui berbagai hal seperti kategori donasi, jumlah minimal donasi dan cara pembayarannya.

#### 5. Perilaku pasca berdonasi

Adapun indikator perilaku pasca berdonasi adalah sebagai berikut :

##### a. Saya merasa puas berdonasi di kitabisa.com

Adapun tanggapan responden mengenai merasa puas berdonasi di Kitabisa.com dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.42**  
**Distribusi tanggapan responden tentang Saya merasa puas berdonasi di kitabisa.com**

No	Kriteria jawaban responden	Skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	27	36%
2	Setuju	4	45	60%
3	Kurang setuju	3	3	4%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai merasa puas berdonasi di kitabisa.com adalah setuju sebanyak 45 orang atau 60%. Artinya responden setuju bahwa mereka merasa puas berdonasi di Kitabisa.com.

- b. Saya memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk berdonasi di kitabisa.com

Adapun hasil tanggapan responden mengenai memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk berdonasi di Kitabisa.com dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.43**  
**Distribusi tanggapan reponden tentang saya memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk berdonasi di kitabisa.com**

No	Kriteria jawaban responden	skor	Frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	21	28%
2	Setuju	4	54	72%
3	Kurang setuju	3	0	0%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk berdonasi di kitabisa.com adalah setuju sebanyak 54 orang atau 72%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju mereka akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk ikut serta berdonasi di Kitabisa.com.

c. Saya akan melakukan donasi ulang di kitabisa.com

Adapun hasil tanggapan responden mengenai akan melakukan donasi ulang di Kitabisa.com dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.44**  
**Distribusi tanggapan responden tentang saya akan melakukan donasi ulang di kitabisa.com**

No	Kriteria jawaban responden	skor	frekuensi	Persentase(%)
1	Sangat setuju	5	23	30.67%
2	Setuju	4	51	68%
3	Kurang setuju	3	1	1.33%
4	Tidak setuju	2	0	0%
5	Sangat tidak setuju	1	0	0%
Jumlah			75	100%

Sumber : data olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas hasil tanggapan responden mengenai akan melakukan donasi ulang di kitabisa.com adalah setuju sebanyak 51 orang atau 68%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden setuju bahwa mereka akan melakukan donasi ulang di Kitabisa.com karena mereka merasa puas dengan pengalaman mereka saat pertama kali berdonasi.



Berdasarkan jawaban dari seluruh responden mengenai pernyataan-pernyataan tersebut, maka dapat dilihat rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai variabel keputusan berdonasi online pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.45**  
**Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai keputusan berdonasi online di kitabisa.com**

No	Indikator	Kategori					Skor total
		Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	
1.	Sebelum memutuskan untuk berdonasi di kitabisa.com saya menganalisa terlebih dahulu apa yang menjadi kebutuhan saya	15 75	57 228	3 9	-	-	312
2.	Sebelum memutuskan untuk berdonasi di kitabisa.com saya menganalisa terlebih dahulu apa yang menjadi keinginan saya	18 90	50 200	7 21	-	-	311
3.	Sebelum mengambil keputusan saya terlebih dahulu mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan kitabisa.com	22 110	49 196	4 12	-	-	318
4.	Sebelum mengambil keputusan saya mencari informasi tentang berdonasi di situs website kitabisa.com melalui berbagai sosial media	24 120	44 176	7 21	-	-	317
5.	Saya melakukan penilaian terhadap platform kitabisa.com sebelum berdonasi	21 105	47 188	7 21	-	-	314
6.	Saya berdonasi di situs	17	46	11	1	-	

	website kitabisa.com setelah membandingkan dengan platform donasi online yang lain	85	184	33	2		304
7.	Saya memutuskan berdonasi di kitabisa.com setelah saya mengetahui berbagai hal seperti kategori donasi, jumlah minimal donasi dan cara pembayaran	21 105	52 208	2 6	-	-	319
8.	Saya merasa puas berdonasi di kitabisa.com	27 135	45 180	3 9	-	-	324
9.	Saya memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk berdonasi di kitabisa.com	21 105	54 216		-	-	321
10.	Saya akan melakukan donasi ulang di kitabisa.com	23 115	51 204	1 3	-	-	322
Total							3.162

Sumber : Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel diatas, menjelaskan tentang rekapitulasi variabel pengaruh transparansi, kepercayaan, religiusitas, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com, dapat dilihat dari total skor keputusan berdonasi online yang diperoleh adalah 3.162. maka dibawah ini dapat dilihat nilai tertinggi dan terendah sebagai berikut:

$$\text{Nilai tertinggi} = 10 \times 5 \times 75 = 3.750$$

$$\text{Nilai terendah} = 10 \times 1 \times 75 = 750$$

Untuk mencari nilai interval koefisiennya adalah :

$$\frac{\text{skor maksimal} - \text{skor minimum}}{\text{skor}} = \frac{3.750 - 750}{5} = \frac{3.000}{5} = 600$$

Untuk mengetahui tingkat kategori mengenai variabel keputusan berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com, maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

**Sangat setuju** = 3.150 – 3.750

Setuju = 2.550 – 3.150

Kurang setuju = 1.950 – 2.550

Tidak setuju = 1.350 – 1.950

Sangat tidak setuju = 750 – 1.350

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan berdonasi online pada platform crowdfunding kitabisa.com berada dalam kategori baik., kategori tertinggi didapat dari indikator keputusan berdonasi online dimana generasi milenial merasa puas dengan kitabisa.com dan indikator terendah dalam kategori berdonasi secara online ialah dimana generasi milenial berdonasi di situs website kitabisa.com setelah membandingkan dengan platform donasi online yang lain.

#### 5.1.4 Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

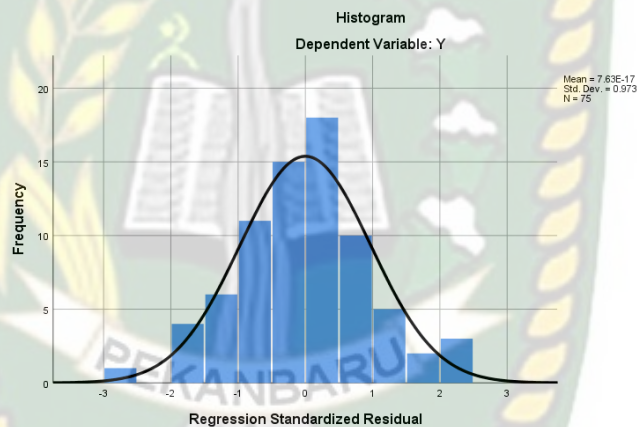
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Deteksi normalitas dapat dilakukan dengan analisis grafik dan uji statistic (melihat kurtosis dan skewness dari residual dan uji statistic non-parametik Kolmogorov-smirnov). Adapun hasil uji normalitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik (grafik histogram dan grafik normal probability plot) dapat dilihat pada gambar berikut :

1. Uji Normalitas dengan menggunakan grafik histogram

**Gambar 5.1**

**Uji Normalitas Grafik Histogram**

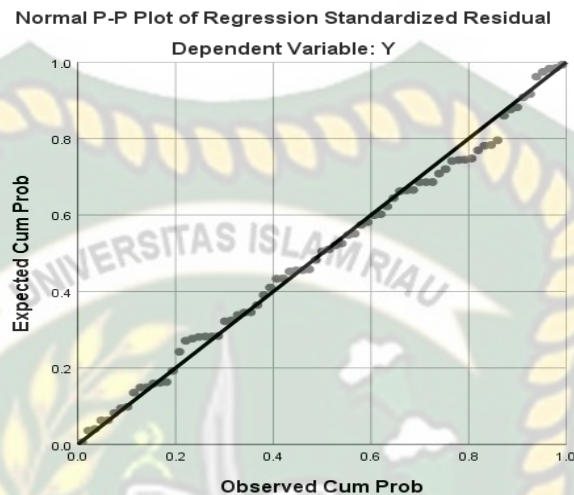


Sumber : Data olahan SPSS 25, 2021

Dari hasil uji normalitas menggunakan grafik histogram, dapat dilihat bahwa distribusi data mengikuti kurva, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

2. Uji Normalitas dengan menggunakan grafik normal *probability plot*

**Gambar 5.2**  
**Grafik Normal *Probability Plot***



Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik normal *probability plot*, menunjukkan bahwa titik-titik dalam plot terlihat menyebar mengikuti garis diagonal baik diatas maupun dibawah garis diagonal. Hal tersebut berarti data regresi terdistribusi normal.

#### **b. Uji Autokorelasi**

Model regresi yang baik ialah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk dapat menentukan ada atau tidaknya autokorelasi ialah dengan melakukan uji durbin Watson. Menurut Erlina (2011 : 106), pengambilan keputusan ada atau tidaknya korelasi adalah sebagai berikut :

1. Angka DW dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Angka DW diantara -2 sampai +2 artinya tidak ada autokorelasi.
3. Angka DW diatas +2 berarti terjadi autokorelasi negative.

Adapun hasil uji *Durbin Watson* dalam penelitian ditunjukkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.46**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.675 <sup>a</sup>	.456	.425	2.80825	1.768

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

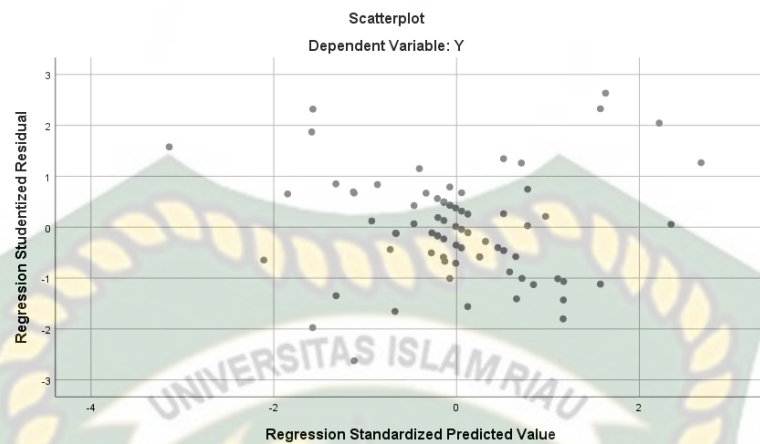
Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson yaitu sebesar 1.768. artinya nilai durbin Watson berada diantara -2 sampai +2, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada data regresi yang diteliti.

**c. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena varian gangguan berbeda antara satu observasi ke observasi lain. Untuk mengetahui adanya gejala heterokedastisitas salah satu caranya yakni dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Model regresi akan bersifat heterokedastisitas apabila ada pola tertentu, seperti titi-titik yang membentuk pola secara teratur. Adapun hasil uji heterokedastisitas ialah sebagai berikut :

**Gambar 5.3**  
**Uji Heterokedastisitas Grafik Scatterplot**



Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu atau tidak teratur, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini mengindikasikan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai. Adanya titik-titik yang menyebar menjauh dari titik-titik lain dikarenakan adanya data observasi yang sangat berbeda dengan data observasi lain.

#### **5.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda**

Uji analisis regresi berganda berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) dan variabel (Y). oleh karena itu pada penelitian ini dilakukan analisis regresi berganda antara variabel-variabel berikut ini : transparansi (X1), kepercayaan (X2), religiusitas (X3) dan kemudahan penggunaan (X4) terhadap keputusan berdonasi online (Y). adapun hasil pengelolaan data penelitian sebagai berikut :

**Tabel 5.47**  
**Hasil uji analisis regresi berganda**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.325	4.270		2.418	.018
	X1	.329	.155	.289	2.122	.037
	X2	.486	.215	.214	2.262	.027
	X3	.493	.231	.287	2.131	.037
	X4	.162	.158	.099	1.027	.308

a. Dependent Variable: keputusan berdonasi online

Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan data diatas, maka dapat dirumuskan hasil regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = 10.325 + 0.329 X1 + 0.486 X2 + 0.493 X3 + 0.162 X4 + e$$

Dari hasil persamaan regresi berganda diatas, masing-masing variabel independen dapat di interpretasikan pengaruhnya terhadap keputusan berdonasi online sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 10.325 menyatakan bahwa apabila semua variabel independen yaitu transparansi (X1), kepercayaan (X2), religiusitas (X3) dan kemudahan penggunaan (X4) nilainya adalah nol (0) maka nilai dari variabel dependent yaitu keputusan berdonasi online (Y) adalah 10.325.
2. Koefisien regresi variabel transparansi (X1) sebesar 0.329 menunjukkan bahwa jika nilai variabel transparansi (X1) mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel keputusan berdonasi online (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 32,9% dengan asumsi variabel independen nilainya tetap. Koefisien bernilai positif berarti terjadi



hubungan positif antara variabel transparansi dan variabel keputusan berdonasi online. Semakin transparan maka semakin meningkat keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada *platform crowdfunding* kitabisa.com.

3. Koefisien regresi variabel kepercayaan (X2) sebesar 0.486 menunjukkan bahwa jika nilai variabel kepercayaan (X2) mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel keputusan berdonasi online (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 48.6% dengan asumsi variabel independen nilainya tetap. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara variabel kepercayaan dan variabel keputusan berdonasi online. Semakin baiknya kepercayaan maka semakin meningkat keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada *platform crowdfunding* kitabisa.com.
4. Koefisien regresi variabel religiusitas (X3) sebesar 0.493 menunjukkan bahwa jika nilai variabel religiusitas (X1) mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel keputusan berdonasi online (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 49.3% dengan asumsi variabel independen nilainya tetap. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara variabel religiusitas dan variabel keputusan berdonasi online. Semakin baiknya religiusitas maka semakin meningkat keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada *platform crowdfunding* kitabisa.com.
5. Koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan (X4) sebesar 0.162 menunjukkan bahwa jika nilai variabel kemudahan penggunaan (X4)

mengalami peningkatan sebesar 1% maka variabel keputusan berdonasi online (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 16.2% dengan asumsi variabel independen nilainya tetap. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara variabel kemudahan penggunaan dan variabel keputusan berdonasi online. Semakin mudah penggunaan media maka semakin meningkat keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada *platform crowdfunding* kitabisa.com.

#### 5.1.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel independen (transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan) dengan variabel dependen (keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com).

Adapun hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.48**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 <sup>a</sup>	.456	.425	2.80825

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4

Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil uji determinasi dapat dilihat pada output *model summary* dari hasil regresi diatas, R Square diperoleh nilai 0.425 atau 42.5%. hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (transparansi,

kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan) sebesar 42.5% dipengaruhi sedangkan 57.5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

### 5.1.7 Uji hipotesis

#### 1. Uji parsial (uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (terikat). Untuk melihat hasil uji t (parsial) dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.49**  
**Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.325	4.270		2.418	.018
	X1	.329	.155	.289	2.122	.037
	X2	.486	.215	.214	2.262	.027
	X3	.493	.231	.287	2.131	.037
	X4	.162	.158	.099	1.027	.308

a. Dependent Variable: Y  
Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima terlebih dahulu menentukan nilai  $t_{tabel}$  yang taraf signifikannya 5% atau 0.05 dan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$  atau  $75-4-1 = 70$ . Dilihat dari pengujian dua sisi tersebut, maka hasil yang diperoleh untuk  $t_{tabel}$  sebesar 1.666 dan nilai untuk  $t_{hitung}$  masing-masing variabel ialah sebagai berikut:

#### a. Variabel Transparansi (X1)

Berdasarkan hasil regresi berganda diatas menunjukkan bahwa variabel transparansi (X1) memiliki nilai sig  $0.037 < 0.05$  dan nilai

$t_{hitung} 2.122 > t_{tabel} 1.666$ . dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya variabel transparansi (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

b. Variabel Kepercayaan (X2)

Berdasarkan hasil regresi berganda diatas menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X2) memiliki nilai sig  $0.027 < 0.05$  dan nilai  $t_{hitung} 2.262 > t_{tabel} 1.666$ . dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya variabel kepercayaan (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

c. Variabel Religiusitas (X3)

Berdasarkan hasil regresi berganda diatas menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X3) memiliki nilai sig  $0.037 < 0.05$  dan nilai  $t_{hitung} 2.131 > t_{tabel} 1.666$ . dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Artinya variabel religiusitas (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

d. Variabel Kemudahan Penggunaan (X4)

Berdasarkan hasil regresi berganda diatas menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan (X4) memiliki nilai sig  $0.308 > 0.05$  dan nilai  $t_{hitung} 1.027 < t_{tabel} 1.666$ . dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima. Artinya variabel kemudahan penggunaan (X4) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan

generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji f) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1, X2, X3 dan X4) secara bersama sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Hasil uji f dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 5.50**  
**Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	462.946	4	115.737	14.676	.000 <sup>b</sup>
	Residual	552.040	70	7.886		
	Total	1014.987	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

Sumber : data olahan SPSS 25, 2021

Berdasarkan tabel 5. Diatas pada kolom nilai Fhitung diperoleh sebesar 14.676. sedangkan pada Ftabel diperoleh nilai df1 (k-1) atau 4-1 = 3 dan df 2 (n-k) atau 75-4 = 71 dan menghasilkan nilai Ftabel sebesar 2.50. nilai tersebut menjelaskan bahwa Fhitung 14.676 > Ftabel 2.50 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak yang berarti variabel independen (transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan) jika di uji secara bersama sama atau simultan maka berpengaruh positif terhadap variabel dependen (keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com).

## 5.2 Pembahasan

Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan pada platform crowdfunding kitabisa.com sudah baik. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden setuju terhadap dimensi dan indikator penelitian. Sedangkan berdasarkan analisis statistic, hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com. dibawah ini akan dijelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan baik secara parsial maupun simultan.

1. Pengaruh transparansi terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa transparansi yang berkaitan dengan kitabisa.com menyediakan informasi tepat waktu (update), informasi yang disediakan oleh kitabisa.com memadai, kitabisa.com memberikan informasi secara jelas, kitabisa.com menyediakan informasi secara akurat, informasi tentang kitabisa.com mudah diakses, kitabisa.com menyediakn informasi tentang susunan pengurus organisasi dan kitabisa.com menyediakan informasi mengenai pengelolaan campaign mulai dari penghimpunan dana hingga penyalurannya adalah setuju.

Uji statistik secara parsial menghasilkan transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com. artinya semakin baik transparansi maka semakin meningkat keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

Keterbukaan informasi (transparansi) didukung dengan adanya Sharia Enterprise Theory oleh triyuwono (2012) ialah teori yang menyatakan bahwa pada prinsipnya Sharia Enterprise Theory memberikan bentuk pertanggungjawaban utama kepada Allah, manusia, dan alam atas distribusi kekayaan berdasarkan kontribusi partisipan. Teori tersebut sejalan dengan penelitian ini karena kitabisa.com yang menerapkan konsep transparansi atas informasi, pengetahuan dan pelayanan yang bisa didapatkan oleh semua pengakses website, sehingga kitabisa.com mempunyai peluang untuk memiliki banyak donatur, begitupun donatur akan lebih merasa percaya kepada kitabisa.com ketika informasi yang dibutuhkan dengan mudah didapatkan. Kitabisa.com membuat proses galang dana menjadi transparan dengan berbagai fitur, Seperti fitur cerita yang menuliskan tujuan galang dana, fitur informasi yang memuat rencana penggunaan dana serta validasi status penyakit untuk galang dana medis, hingga fitur update untuk menuliskan kabar terbaru yang otomatis akan terkirim kepada donatur.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh insiyatun nafidzah (2020) dengan hasil penelitian transparansi

memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berdonasi secara online pada Kitabisa.com.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa kepercayaan yang berkaitan dengan percaya bahwa kitabisa.com selalu jujur dalam mengelola donasi online, yakin kitabisa.com dapat bersaing dan dapat diandalkan, dan yakin informasi yang diberikan dapat dipercaya adalah setuju.

Uji statistik secara parsial menghasilkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com. artinya semakin baik kepercayaan maka semakin meningkat keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

Teori kepercayaan menurut schurr dan ozane (1985) teori ini menyatakan bahwa rasa percaya muncul dalam perilaku yang ditentukan oleh faktor-faktor seperti informasi, pengaruh dan pengendalian. Kepercayaan akan meningkat apabila informasi yang diterima dinilai akurat, relevan dan lengkap. Teori tersebut sejalan dengan penelitian ini karena kitabisa.com telah memberikan rasa percaya atas penghimpunan dan penyaluran donasi kepada pengakses website, maka hal ini akan berpengaruh terhadap keputusan berdonasi di kitabisa.com.



Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh insiyatun nafidzah (2020) dengan hasil penelitian kepercayaan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan berdonasi secara online pada Kitabisa.com.

3. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa religiusitas yang berkaitan dengan berdonasi karena menjalankan perintah Tuhan yaitu bersedekah, ketika membantu orang lain dengan berdonasi saya mencari ridho dan berkah dari Tuhan, saya berdonasi karena keinginan hati nurani dan percaya kelak Tuhan akan memberikan balasan lebih atas tindakan saya, saya berdonasi karena sesuai dengan pemahaman saya terhadap ajaran agama dan saya berdonasi agar dapat membantu orang lain yang membutuhkan dan mendapatkan pahala dari Tuhan adalah setuju.

Uji statistik secara parsial menghasilkan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com. artinya semakin baik religiusitas maka semakin meningkat keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh kashif et al., (2015) yang menyatakan bahwa religiusitas memberikan penjelasan yang lebih baik tentang niat donasi pada platform

crowdfunding, kebanyakan orang yang berbeda agama memberikan sejumlah hartanya untuk orang yang kurang mampu serta orang yang membutuhkan karena mereka percaya dengan memberikan sedekah mereka akan mendapatkan berkah dari Tuhan.

Generasi milenial yang ada di Indonesia memiliki norma, budaya dan landasan agama yang kuat dengan mayoritas generasi milenialnya memeluk agama islam. Semua agama mengajarkan tentang berbuat baik dan sikap membantu satu sama lain salah satunya adalah dengan bersedekah atau berdonasi. Bisa dipahami jika religiusitas merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi perilaku donasi di Indonesia khususnya terkait dengan responden dalam penelitian ini yaitu generasi milenial yang ada di Kota Pekanbaru. Dapat disimpulkan bahwa religiusitas dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan donasi dan agama memiliki peran penting dalam pengaruh perilaku sosial pada generasi milenial.

4. Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com

Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa transparansi yang berkaitan dengan fitur-fitur yang terdapat di aplikasi kitabisa.com mudah untuk dipelajari sehingga memudahkan saya mencari kategori donasi yang saya inginkan, saya memilih berdonasi di kitabisa.com karena saya dapat dengan mudah mengontrol seluruh

proses kegiatan berdonasi saya, detail kategori donasi yang ditampilkan dalam aplikasi kitabisa.com jelas dan terperinci sehingga saya dapat dengan mudah memahami, aplikasi kitabisa.com dapat diakses kapanpun dan dimana pun dengan menggunakan HP/PC selama terhubung dengan internet, saya merasa icon-icon kategori donasi yang ada di aplikasi kitabisa.com mudah dimengerti sehingga saya menjadi mahir dalam menggunakan aplikasi kitabisa.com dan saya merasa mudah menggunakan aplikasi kitabisa.com ketika akan berdonasi pada suatu kategori (bantuan pendidikan, bencana alam, kegiatan sosial, rumah ibadah dan lain-lain) adalah setuju.

Uji statistik secara parsial menghasilkan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com, artinya mudahnya menggunakan suatu aplikasi tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa alasan seseorang untuk ingin berdonasi pada platform donasi online bukan dilandasi mudah atau sulitnya media, tetapi sebagian generasi milenial khususnya responden dalam penelitian ini berdonasi di Kitabisa.com kerana memiliki jiwa sosial yang tinggi, mereka cenderung bersedekah karena ingin membantu orang lain yang membutuhkan bantuan mereka, serta adanya rasa empati yang besar dari dalam diri

mereka sehingga memutuskan untuk berdonasi secara online setelah melihat kisah atau cerita orang-orang yang membutuhkan di media sosial. dan alasan lain yang menyebabkan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh adalah karena sebagian besar generasi milenial masih lebih memilih berdonasi/bersedekah secara langsung untuk orang-orang yang ada disekitar lingkungan mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dhimas Muhammad Zulfian (2020) dengan hasil penelitian menyatakan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap keputusan berdonasi, yang artinya mudah atau sulitnya suatu sistem donasi tidak begitu berpengaruh dengan keputusan seseorang dalam melakukan donasi secara online.

5. Pengaruh transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com

Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com. berdasarkan pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 42.5%. artinya persentase pengaruh variabel independen (transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan) yang digunakan mampu berpengaruh

positif dan signifikan sebesar 42.5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Adapun perbedaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh insiyatun nafidzah (2020) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online di Kitabisa.com” ialah variabel keterbukaan informasi, kepercayaan dan ikatan emosional berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi di Kitabisa.com dan untuk variabel religiusitas dan kualitas proyek secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan berdonasi di Kitabisa.com. sedangkan penelitian ini berdasarkan pengujian secara parsial variabel transparansi, kepercayaan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com. sedangkan kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada *platform crowdfunding* Kitabisa.com yang telah dijelaskan dalam bab V, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Hasil tanggapan responden dalam penelitian ini yang berkaitan dengan Transparansi, Kepercayaan, Religiusitas dan Kemudahan Penggunaan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding Kitabisa.com adalah menyatakan setuju.
2. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh bahwa Transparansi (X1), Kepercayaan (X2) dan Religiusitas (X3) terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada *platform crowdfunding* kitabisa.com. sedangkan untuk variabel kemudahan penggunaan (X4) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com.
3. Hasil pengujian hipotesis secara simultan diperoleh bahwa transparansi (X1), kepercayaan (X2), religiusitas (X3) dan kemudahan penggunaan (X4) secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform

crowdfunding kitabisa.com (Y). dilihat dari nilai *adjusted R square* yaitu 0.425, hal ini berarti bahwa kemampuan variabel-variabel transparansi, kepercayaan, religiusitas dan kemudahan penggunaan memberikan kontribusi terhadap keputusan generasi milenial berdonasi secara online pada platform crowdfunding kitabisa.com ialah 42.5% sedangkan 57.5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

## 6.2 Saran

berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Indikator informasi yang diberikan memadai dalam variabel transparansi merupakan indikator dengan skor penilaian terendah. Untuk itu sebaiknya kitabisa.com harus lebih meningkatkan informasi yang diberikan supaya calon donatur mudah untuk mendapatkan informasi yang memadai mengenai program donasi.
2. Indikator situs website kitabisa.com dapat bersaing dan diandalkan dalam variabel kepercayaan merupakan indikator dengan skor penilaian terendah. Untuk itu perusahaan harus terus mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan terhadap konsumennya. sehingga konsumen tidak ragu dan tidak takut untuk berdonasi secara online di situs donasi online kitabisa.com dan perusahaan harus lebih inovatif supaya dapat bersaing dari platform lain dan dapat lebih diandalkan.

3. Indikator pemahaman terhadap ajaran agama dalam variabel religiusitas merupakan indikator dengan skor penilaian terendah. Untuk itu sebaiknya pemahamann terhadap ajaran-ajaran agama harus lebih ditingkatkan lagi supaya keputusan untuk berdonasi semakin meningkat.
4. Indikator mudah digunakan dalam variabel kemudahan penggunaan merupakan indikator dengan skor penilaian terendah. Untuk itu sebaiknya pihak lembaga galang dana harus terus meningkatkan kualitas situs websitenya sehingga konsumen lebih nyaman dan mudah saat berdonasi disitus website kitabisa.com.
5. diharapkan agar peneliti selanjutnya dapat menambah variabel baru seperti kemampuan dalam teknologi dengan mencari penelitian terdahulu sebagai acuan dalam menentukan variabel baru tersebut. Dan juga diharapkan kepada peneliti selanjutnya supaya dapat memperluas cakupan wilayah responden yang tidak terbatas hanya diwilayah pekanbaru saja dan diharapkan untuk menambah jumlah responden didalam penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alfisyahrin, Gafi.2019.*Pengaruh Ease Of Use, Trust Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Pada Tokopedia Oleh Masyarakat Kota Pekanbaru*.Pekanbaru. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim.
- Anggareni Penia dan Nina M Putu.2016. *Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Www.Traveloka.Com*. universitas Telkom.
- Aufa, S & Nour Febry. 2018. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Donatur dalam Menyalurkan Infaq Via Social Networking Site: Studi Pada Masyarakat Muslim Kota Malang*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB
- Aziz, I.A. Nurwahidin, Chailis, I. 2019. *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online*. Jurnal Ekonomi Syariah. Vol. 5. (No. 1)
- benty dibyani, Salama.2019. *Pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online*.Yogyakarta.Universitas Islam Indonesia.
- Fauzan.2013. *Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis (Studi Pada Rm. Padang Di Kota Malang)*. Universitas Kanjuruhan Malang.
- Fauzia, Nurul.2017. *Internet Sebagai Media Fundarising*. Skripsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Hardiawan, Anandya Cahya. 2013. *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*.
- Hot Asi Sitanggang, March. *Memahami mekanisme Crowdfunding dan Motivasi Berpartisipasi dalam platform kitabisa.com*, Semarang: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik universitas Diponegoro.
- Kiko, Sarwin dkk. 2017. *Kajian perlindungan Konsumen Sektor Jasa keuangan: Perlindungan Konsumen pada Fintech*, Jakarta:OJK.
- Koren, G.2010. *A History of Crowdfunding*. Retrieved from *Crowdsourcing and Crowdfunding - The Industry*
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1997. *Principles of marketing 7e*. Jakarta. salemba empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Mauludiyahwati, Septi.2017. *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.

Nafidzah, Insiyatun.2020. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Berdonasi Secara Online Di Kitabisa.Com*. Malang : Universitas Brawijaya.

paradhita sari, Annisyah. 2019. *Pengaruh Brand Awareness, Kualitas Proyek, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Berdonasi Secara Online Pada Platform Crowdfunding Kitabisa.Com*. thesis. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Medan.

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: salemba empat.

Sanusi, Anwar. 1964. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT Macanan Jaya Cemerlang.

[www.kitabisa.com](http://www.kitabisa.com)

Yuliafitri, Indri dan Nur Khoiriyah AN. 2016. *Pengaruh Kepuasan Muzakki, Transparansi dan Akuntabilitas Pada Lembaga Amil Zakat Terhadap Loyalitas Muzakki (Studi Persepsi Pada LAZ Rumah Zakat)*. Jurnal Ekonomi Islam.