

**MODEL PENJELAS KEPUTUSAN BERDONASI MELALUI LAYANAN
PENDANAAN BERBASIS *FINANCIAL TECHNOLOGY* (*CROWDFUNDING*)**

JURNAL



Oleh:

Nama : Claudia Villahi Chalimah

Nomor Mahasiswa : 14311285

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

UNIVERSITASI ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**MODEL PENJELAS KEPUTUSAN BERDONASI MELALUI LAYANAN
PENDANAAN BERBASIS *FINANCIAL TECHNOLOGY (CROWDFUNDING)***

Nama : Claudia Villahi Chalimah

Nomor Mahasiswa : 14311285

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

Yogyakarta, Juli 2018

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Abdur Rafik, SE., M.Sc.

MODEL PENJELAS KEPUTUSAN BERDONASI MELALUI LAYANAN PENDANAAN BERBASIS *FINANCIAL TECHNOLOGY (CROWDFUNDING)*

Claudia Villahi Chalimah¹, Abdur Rafik²

Claudiavllch09@gmail.com¹, abdurrafik01@gmail.com²

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang menjadi penjelas keputusan berdonasi pada layanan berbasis *financial technology (crowdfunding)*. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan menjadi tiga kategori utama, yaitu *project-related characteristic*, *platform-related characteristic*, dan *fundraiser-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi serta dimoderasi dengan tingkat religiusitas dan profil risiko yang mempengaruhi kerelaan berdonasi pemberi dana (*funder*) melalui situs (*platform*) *crowdfunding* di Indonesia. Penelitian ini menggunakan 203 sampel kuesioner dengan kriteria sudah pernah memberikan dana-nya melalui situs *crowdfunding*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS-SEM. Hasil menunjukkan bahwa seluruh variabel terkecuali kredibilitas pengguna dalam mempengaruhi kerelaan berdonasi pemberi dana (*funder*) terbukti menghasilkan pengaruh yang positif signifikan melalui kepercayaan, risiko terpersepsi, dan dimoderasikan oleh tingkat religiusitas, tetapi saat dimoderikan oleh profil risiko hasil menunjukkan negatif tidak signifikan.

Kata Kunci: Model penjelas, keputusan berdonasi, layanan berbasis *fintech*, *financial technology*, dan *Crowdfunding*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that become explanatory results on technology-based financial services (crowdfunding). These factors are grouped into three main categories: project-related characteristics, platform-related characteristics, and characteristics related to trust-mediated fundraising and representation and moderated with the level of religiosity and factor profiles that influence willingness to donate donors (funders) through crowdfunding platforms in Indonesia. This study used 203 samples of questionnaires with the concept of ever giving his fund through crowdfunding site. The analysis technique used in this study is PLS-SEM. The results show that all the variables with the exception of the credibility of the users in the influence of willingness donated donors (funders) proved to produce a significant positive effect through trust, quantity perceived, and moderated by the level of religiosity, but when moderated by negative profile results are not significant.

Keywords: Explanatory model, donating decisions, fintech-based services, financial technology, and Crowdfunding.

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan teknologi menjadi semakin pesat. Perkembangan teknologi memiliki peranan penting dalam mendorong seluruh sektor untuk menggunakan teknologi, yang salah satunya adalah sektor keuangan. Penggunaan teknologi dalam sektor keuangan sering disebut sebagai *financial technology* atau teknologi keuangan. Kemunculan teknologi keuangan (*financial technology*) memberikan perubahan yang signifikan pada sektor keuangan seperti pada produk keuangan, model bisnis keuangan, dan perangkat lunak yang berkaitan dengan keuangan serta komunikasinya (Gomber *et al.*, 2017).

Salah satu penggunaan teknologi keuangan yang belakangan ini cukup populer adalah penggalangan dana secara kolektif melalui media informasi, yang bisa disebut dengan *crowdfunding*. *Crowdfunding* adalah sebuah penggalangan dana secara kolektif yang ditujukan untuk suatu proyek tertentu. *Crowdfunding* diperkenalkan pertama kali pada tahun 1885 untuk proyek pembangunan patung Liberty di Amerika (Short *et al.*, 2017).

Dalam perkembangannya, *crowdfunding* kini telah digunakan hampir di berbagai penjuru dunia. *Crowdfunding* memberikan kemudahan dalam mengakses dan mengumpulkan dana secara cepat dengan hasil yang signifikan. Penggunaan internet dalam sistemnya memudahkan konsumen untuk mengetahui segala proyek yang disalurkan dan juga keterangan detail untuk meminimalisir kerancuan yang dimiliki oleh penggalang dana (*fundraiser*). Di balik dampak positif yang diberikan oleh *crowdfunding*, *crowdfunding* memiliki kekurangan dalam menghindari unsur penipuan pada sistemnya sehingga banyak pemberi dana (*funder*) memilih untuk tidak memberikan dana-nya dalam sistem tersebut (Kang *et al.*, 2016).

Crowdfunding memiliki empat model berbeda yang dapat memudahkan pemberi dana (*funder*) dalam membuat keputusan penempatan dana yang terbaik, yaitu *crowdfunding* berbasis donasi (*donation-based crowdfunding*) yang tidak memberi imbalan apapun dalam segala kontribusi pemberi dana (*funder*), *crowdfunding* berbasis penghargaan (*reward-based crowdfunding*) yang memberikan imbalan berupa penghargaan atau berbagai hal yang bukan berupa uang atau kepemilikan saham seperti contohnya baju atau *merchandise*, *crowdfunding* berbasis ekuitas (*equity-based crowdfunding*) yang memberikan imbalan kepada pemberi dana (*funder*) berupa kepemilikan saham dan *crowdfunding* berbasis pinjaman (*lend-based crowdfunding*) yang memberikan imbalan berupa bunga dalam pinjaman yang diberikan oleh pemberi dana (*funder*). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil satu model yang dominan terjadi di Indonesia, yaitu *crowdfunding* berbasis donasi (*donation-based crowdfunding*) (Kang *et al.*, 2016).

Perkembangan *crowdfunding* sangatlah pesat. Kemunculan Kickstarter yang berasal dari Amerika menjadi pelopor dari kemajuan sistem *crowdfunding*. Kickstarter sudah memiliki 140.036 proyek yang telah didanai oleh 14.287.932 pemberi dana (Kickstarter.com). Perkembangan sistem *crowdfunding* juga telah mengakar di Indonesia. Kesadaran ini dapat dilihat dari maraknya situs (*platform*) *crowdfunding* yang mulai bermunculan dan berdampak positif bagi masyarakat Indonesia (Bhawika, 2017). Kitabisa.com adalah salah satu situs (*platform*) yang menjadi pelopor sistem *crowdfunding* di Indonesia dengan sistem donasi. Hal ini dibuktikan pada proyek #Kapalkemanusiaan Indonesia untuk Palestina melalui sistem donasi yang dapat mengumpulkan Rp 9.700.594.453 pada tahun 2018 (Kitabisa.com).

Crowdfunding menjanjikan banyak hal positif yang dapat dirasakan oleh masyarakat terutama penggalang dana (*fundraiser*) dan pemberi dana (*funder*). Dalam penelitian terdahulu, tema *crowdfunding* lebih didominasi oleh kajian tentang konsep dan proses bisnis *crowdfunding* (Belleflamme *et al.*, 2014). Penelitian dengan tema *crowdfunding* yang lain lebih menitikberatkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja *crowdfunding project* (Mollick, 2014; Zheng *et al.*, 2014; Gleasure, 2015)

Penelitian tentang perilaku pemberi dana (*funder*) dalam menentukan keputusan investasi telah dilakukan oleh Kang *et al.*, (2016) di Amerika. Hal tersebut memberikan dampak yang besar terhadap pengetahuan penggalang dana (*fundraiser*) pada perilaku pemberi dana (*funder*). Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa atribut-atribut penting yang dipertimbangkan orang dalam memutuskan berinvestasi dalam *crowdfunding* berkaitan erat dengan proyek (*project-related characteristic*), situs (*platform-related characteristic*), dan penggalang dana (*fundraiser-related characteristic*).

Atribut yang berkaitan dengan proyek diantaranya terdiri dari dimensi jaringan eksternal dan persepsi informatif. Dalam jaringan eksternal, ketertarikan seorang pemberi dana (*funder*) dipengaruhi oleh jumlah dana yang terkumpul dan adanya kerabat atau orang yang dikenalnya ikut serta dalam pendanaan tersebut. Menurut Kang *et al.*, (2016) meningkatnya jumlah dana yang terkumpul akan meningkatkan kepastian dan meminimalisir risiko penipuan. Begitupula, persepsi informatif dalam menarik ketertarikan pemberi dana (*funder*) dengan menggunakan detail penyajian proyek tersebut. Jika, proyek yang ditampilkan sudah tidak meyakinkan pemberi dana (*funder*) maka proyek tersebut dapat terbilang gagal dalam mempresentasikannya. Menurut (Kim, D, J. Ferrin, D.L, and Rao, 2008) kemampuan menargetkan pelanggan dan informasi menjadi hal penting untuk meyakinkan pemberi dana (*funder*), dikarenakan penggalang dana (*fundraiser*) secara terbuka menjelaskan informasi waktu dan keterangan tempat proyek diadakan, penyelesaian proyek, keakuratan, dan tingkat pemberian dana pada proyek tersebut.

Atribut selanjutnya adalah *platform related characteristic* yang juga dianggap memiliki peranan terhadap keputusan investasi pemberi dana (*funder*). *Platform-related characteristic* adalah sebuah karakteristik yang didalamnya berupa persepsi akreditasi, jaminan structural, keterkaitan pihak ketiga dan konfigurasi website yang dihubungkan dengan penyajiannya dalam sebuah situs (*platform*) dalam *crowdfunding*. Persepsi akreditasi adalah hal pertama yang berpengaruh dalam karakteristik situs (*platform*) untuk menyajikan keterangan lengkap tentang data *history* atau peringkat situs (*platform*) tersebut (Pavlou, 2002). Begitupula jaminan structural yang didukung oleh penelitian Bock *et al.*, (2012) bahwa keyakinan atau jaminan dalam *platform* memiliki struktur hukum atau teknologi pelindung yang dapat menjamin keselamatan dan keamanan sistem *crowdfunding* seperti adanya kontrak, janji, ataupun jaminan di dalamnya. Menurut Kim *et al.*, (2008) menyatakan bahwa keberadaan pihak ketiga seperti bank, akuntan, serikat konsumen dan sebagainya dapat membantu pengelolaan dan penghimpunan dana bagi sistem *crowdfunding*. Keberadaan pihak ketiga juga dapat meminimalisir informasi asimetris yang semu di dalamnya. Dalam menjalankan sistem *crowdfunding*, konfigurasi website juga berperan penting dalam keputusan investasi dimana pemberi dana (*funder*) akan lebih loyal pada situs (*platform*) jika segala hal dalam situs (*platform*) terbilang mudah dan lebih terstruktur sehingga dapat memudahkan pengguna (Brainin and Neter, 2014).

Atribut terakhir yang dianggap memiliki peranan penting dalam keputusan pemberi dana (*funder*) adalah *fundtaiser-related characteristic*. Pemberi dana (*funder*) memperoleh ketertarikan dalam memberikan dana-nya dipengaruhi oleh berbagai faktor sebagai berikut yaitu kesesuaian agama, nilai kongruensi, ikatan hubungan interaksi sosial, dan kredibilitas penggalang dana. Kesesuaian agama memberikan berbagai pengaruh bagi pola perilaku manusianya, semakin baik ketekunan agama-nya maka semakin baik pula perilaku manusianya dan hal tersebut berkorelasi dengan kerelaan seseorang untuk berdonasi bagi yang membutuhkan (van Cappellen *et al.*, 2011). Dalam mendeklarasikan sebuah proyek, penggalang dana (*fundraiser*) menyiratkan adanya nilai yang akan dicapai sebagai hasil akhir sebuah proyek. Nilai-nilai yang tercantum menjelaskan bahwa pihak pemberi dana (*funder*) dan penggalang dana (*fundraiser*) diharuskan memiliki nilai dan hasil yang sama dalam mencapai hal tersebut Kang *et al.*, (2016). Selanjutnya, adanya ikatan hubungan interaksi sosial yang dilihat dari seberapa sering komunikasi antar pemberi dana (*funder*) dengan penggalang dana (*fundraiser*) tersebut maka ikatan akan semakin kuat. Kredibilitas penggalang dana menjadi sebuah kualitas dan kepercayaan yang diberikan oleh pihak lain secara jangka panjang yang berkaitan dengan kepercayaan pemberi dana (*funder*) dalam memberikan dana-nya kepada penggalang dana (*fundraiser*) (Wagar, 2014).

Kepercayaan adalah suatu hal yang sangat penting dalam menjalankan *crowdfunding platform*. Teori kepercayaan dapat dibedakan menjadi *calculus trust* (kepercayaan kalkulus) dan *relationship trust* (kepercayaan hubungan). Kepercayaan kalkulus adalah sebuah kepercayaan yang ditentukan secara objektif, seperti adanya pertukaran ekonomi, perhitungan ekonomi, dan pergerakan pasar yang bersifat berkelanjutan yang melibatkan logika (Chen *et al.*, 2014) dan kepercayaan hubungan bersifat sebaliknya dan lebih melibatkan perasaan (Urban *et al.*, 2009).

Religiusitas adalah sebuah koneksi atau hubungan nilai kemanusiaan dengan makhluk tertinggi dan bagaimana seseorang dapat menginprestasi hubungan tersebut dalam masyarakat (McDaniel and Burnett, 1990). Kepercayaan agama terhadap segala kegiatan dianut secara lengkap di Negara ini, sehingga hal tersebut secara tidak langsung memiliki faktor terhadap setiap keputusan yang digunakan oleh pemberi dana (*funder*). Pemberi dana (*funder*) yang melakukan investasi tidak terlepas dari faktor risiko. Risiko juga dapat diartikan sebagai kejadian yang tidak diinginkan atau dihindari dari suatu peristiwa (Aven *et al.*, 2011). Dalam dunia investasi, segala hal tentang risiko secara pasti mengikuti setiap kegiatannya termasuk juga pada dunia *crowdfunding* yang belum tentu mengharapkan imbalan seperti donasi.

Indonesia telah melakukan berbagai kemajuan dalam situs *crowdfunding*-nya, tetapi hingga saat ini penelitian tentang bagaimana perilaku pemberi dana (*funder*) di Indonesia dalam menentukan keputusan menginvestasikan dana-nya masih belum tersedia. Penelitian *crowdfunding* di Indonesia masih terpaku kepada risiko atau dampak yang ditimbulkan dari situs *crowdfunding* (Adiansah *et al.*, 2016; Bhawika, 2017). Melihat minimnya penelitian tentang hal ini, peneliti beranggapan untuk meneliti perilaku pemberi dana (*funder*) pada keputusan pendanaan yang diberikan pada situs *crowdfunding platform* dan juga meneliti apa keterkaitan antar donasi dengan keagamaan.

Berdasarkan paparan diatas, penelitian tentang perilaku pemberi dana (*funder*) yang mempengaruhi keputusan investasi kiranya sangat perlu untuk dilakukan. Penelitian ini berupaya untuk mendapatkan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan investasi individu atau kelompok pada Negara Indonesia dan menguji keterkaitan agama pada tiap kegiatan *donation-based crowdfunding*.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Pemberi Dana *Crowdfunding*

Dalam menjalankan sistem *crowdfunding* hal yang paling diperhatikan penggalang dana (*fundraisers*) adalah bagaimana mendapatkan ketertarikan pangsa pemberi dana (*funder*) akan proyek yang diselenggarakan. Menurut Kang *et al.*, (2016) pada penelitiannya

menyimpulkan bahwa terdapat tiga karakteristik penting yang dipertimbangkan orang dalam memutuskan berinvestasi dalam *crowdfunding* yaitu yang berkaitan erat dengan proyek (*project-related characteristic*), situs (*platform-related characteristic*), dan penggalang dana (*fundraiser-related characteristic*).

Dalam *project related characteristic* terdapat jaringan eksternal (jumlah dana dan orang yang ikut serta) dan persepsi informatif (keterbukaan penggalang dana). Selanjutnya, *platform-related crowdfunding* terdapat persepsi akreditasi (rekam jejak masa lalu), keamanannya, dan pihak ketiga yang ikut serta. Terakhir adalah *fundraiser-related crowdfunding* yaitu faktor yang mempengaruhi dari segi diri penggalang dana (*fundraiser*) sendiri seperti kesesuaian nilai dan ikatan hubungan interaksi sosial.

Penelitian tersebut menghasilkan bahwa jumlah individu yang ikut serta dalam proyek *crowdfunding*, keterbukaan penggalang dana pada setiap proyek dan kegiatannya, peningkatan dan jejak masa lalu penggalang dana, keterkaitan bank dan layanan sebagai pihak ketiga, dan interaksi antar pihak yang berkaitan dalam proyek menghasilkan pengaruh yang positif signifikan pada keputusan investasi. Dalam jaminan struktural yang seharusnya menjadi faktor penting menghasilkan hasil yang berbeda. Jaminan struktural tidak memiliki pengaruh pada keputusan investasi pemberi dana (*funder*), dikarenakan banyaknya situs yang telah menghabiskan sebagian besar dana untuk keamanan sistemnya yang ternyata tidak terlalu berdampak pada keputusan investasi. Begitupula dengan kesesuaian nilai yang juga tidak berpengaruh dalam keputusan pemberi dana (*funder*) dalam menentukan keputusannya.

Kepercayaan adalah hal yang juga disematkan oleh (Kang *et al.*, 2016) untuk menjadi mediasi dalam ketiga faktor tersebut kepada keputusan investasi pemberi dana (*funder*). Kepercayaan yang digunakan, dibagi menjadi dua hal yaitu kepercayaan kalkulus dimana kepercayaan tersebut lebih menggunakan logika dan kepercayaan hubungan yang dimana kepercayaan tersebut lebih menggunakan perasaan. Seluruh faktor yang digunakan memberikan hasil yang signifikan pada variabel mediasi kepercayaan kepada keputusan investasi pemberi dana (*funder*) kecuali jaminan struktural dan kesesuaian nilai.

2.2. Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengaruh *project-related characteristic*, *platform-related characteristic*, dan *fundraiser-related characteristic* melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi terhadap kerelaan dalam berdonasi

Dalam ketiga dimensi *project-related characteristic*, *platform-related characteristic*, dan *fundraiser-related characteristic* yang sudah dijelaskan pada pendahuluan masing-masing mempengaruhi kerelaan berdonasi. Meningkatnya ketiga dimensi tersebut akan meningkatkan kepercayaan dan meminimalisir risiko yang akan terjadi dalam kegiatan pembiayaan di proyek tersebut, dikarenakan dianggap akan jauh dari penipuan (Kang *et al.*, 2016). Sama halnya dengan kepercayaan, risiko juga berjalan berdampingan dalam mempengaruhi keputusan pemberian dana. Menurut Chou *et al.*, (2010) semakin tinggi persepsi risiko maka semakin tinggi pencarian informasi tentang hal tersebut, sehingga detail jumlah dana dan detail individu yang ikut serta mempengaruhi persepsi risiko seseorang. Sebaliknya, menurut penelitian Hung *et al.*, (2010) yang menyatakan persepsi risiko tinggi tidak akan meningkatkan pencarian informasi jika pencari memiliki pengetahuan keuangan yang rendah. Dengan demikian, ketiga dimensi tersebut akan berpengaruh pada keputusan pemberi dana (*funder*) dengan diperkuat dari kepercayaan dan juga persepsi- risikonya.

H1: Apakah *project-related crowdfunding* berpengaruh terhadap kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi?

H4: Apakah *platform-related characteristic* berpengaruh terhadap kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi?

H7: Apakah *fundraiser-related characteristic* berpengaruh terhadap kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi?

2.2.2. Pengaruh *project-related characteristic*, *platform-related characteristic*, dan *fundraiser-related characteristic* melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi dan dimoderasi tingkat religiusitas terhadap kerelaan dalam berdonasi

Dalam ketiga dimensi yang telah dimediasi, peneliti mengindikasikan bahwa kerelaan berdonasi dapat dimoderasikan oleh tingkat religiusitas. Dalam kerelaan berdonasi faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam memberikan dana-nya dimoderik oleh dua hal, yaitu tingkat religiusitas dan profil risiko. Religiusitas adalah sebuah koneksi atau hubungan nilai kemanusiaan dengan makhluk tertinggi dan bagaimana seseorang dapat menginprestasi hubungan tersebut dalam masyarakat (McDaniel dan Burnett, 1990). Menurut Kennedy *et al.*, (1998) tingkat religiusitas seseorang dapat memberikan sebuah dampak bagi individu untuk berperilaku baik sesuai tuntutan agama-nya yang mengindikasikan dapat mendukung individu dalam berdonasi. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian McGuire *et al.*, (2012) yang menyatakan bahwa pelaporan keuangan yang baik didukung oleh faktor lingkungan yang taat akan agamanya. Kedua pernyataan tersebut ditentang oleh penelitian Agustin dan Mawardi (2014) dimana penganutan agama atau kepercayaan yang dianut tidak menjadi faktor penentu pemberian dana individu. Dengan demikian peneliti beranggapan bahwa jaringan eksternal dapat dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi yang dapat dimoderasi oleh tingkat religiusitas kepada kerelaan dalam berdonasi.

H2: Apakah pengaruh *project-related crowdfunding* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (funder)?

H5: Apakah pengaruh *platform-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (funder)?

H8: Apakah pengaruh *fundraiser-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (funder)?

2.2.3. Pengaruh *project-related characteristic*, *platform-related characteristic*, dan *fundraiser-related characteristic* melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi dan dimoderasi profil risiko terhadap kerelaan dalam berdonasi

Dalam ketiga dimensi yang telah dimediasi, peneliti mengindikasikan bahwa kerelaan berdonasi dapat dimoderasikan oleh profil risiko. Profil risiko adalah sebuah kondisi dimana individu dapat dipengaruhi oleh lingkungan, usia, dan pemahaman bagi risiko itu sendiri dan keadaan investor tersebut dalam menanggung besar risiko dan mengharapkan sebuah keuntungan (Grafton dan Manning, 2017). Hal tersebut bertentangan dengan kerelaan berdonasi yang tidak memberikan imbalan untuk balasannya. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Cho dan Lee (2006) yang menyatakan bahwa seseorang dengan kecenderungan risiko yang tinggi memiliki tingkat toleransi terhadap risiko tinggi dengan tujuan mendapatkan keuntungan yang tinggi pula. Keuntungan yang besar tidak akan didapatkan dari pemberian dana sukarela, hal tersebut bertentangan dengan individu yang memiliki profil risiko yang agresif sehingga mereka akan lebih memilih kategori *crowdfunding* yang lain. Dengan demikian peneliti beranggapan bahwa jaringan eksternal dapat dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi yang dapat dimoderasi oleh tingkat religiusitas kepada kerelaan dalam berdonasi tanpa dimoderasi oleh profil risiko.

H3: Apakah pengaruh *project related crowdfunding* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (funder)?

H6: Apakah pengaruh *platform-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (funder)?

H9: Apakah pengaruh *fundraiser-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (funder)?

3. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang pernah menggunakan produk keuangan dan berusia di atas 18 tahun. Sementara sampel dijangkau menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria mengetahui adanya sistem penggalang dana (*crowdfunding*) dan pernah memberikan pendanaan (donasi) melalui sistem *crowdfunding*. Data primer menggunakan daftar pertanyaan yang telah tersusun secara terstruktur yang

bertujuan untuk memperoleh data dari responden. Penggunaan kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rentang nilai 10 jawaban dimana 1 untuk ketidaksangat setujuan dan 10 mengindikasikan kesangatsetujuan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini peneliti memperoleh 293 responden tetapi hanya 203 responden yang memenuhi syarat. Karakteristik responden dalam penelitian ini menjelaskan profil responden. Adapun karakteristik responden secara lengkap dijelaskan pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4. 1Karakteristik Responden

Variabel	Freq	(%)	Median	SD	Skewness	Kurtosis
Pengetahuan terhadap Crowdfunding (n = 203)						
1 Ya	203	100%	1	0		
2 Tidak	0	0%				
Pengalaman Berdonasi dalam Crowdfunding (n = 203)						
1 Ya	203	100%	1	0		
2 Tidak	0	0%				
Refleksi Tujuan Investasi (n = 203)						
4.1.1.1. Menghasilkan keamanan dari dana yang diinvestasikan	33	16.30%	3	1,03	-0,32	-1,03
4.1.1.2. Menghasilkan pendapatan dan keamanan dari dana yang diinvestasikan	45	22.20%				
5. Menghasilkan pendapatan dan pertumbuhan jangka panjang dari nilai investasi	72	35.50%				

Variabel	Freq	(%)	Median	SD	Skewness	Kurtosis
6. Menghasilkan pertumbuhan jangka panjang yang maksimal dari dana yang diinvestasikan	53	26%				
Jenis Kelamin (n = 203)						
1 Laki-Laki	98	48.30%	2	0,50	-0,07	-2,06
2 Perempuan	105	51.70%				
Usia (n = 203)						
1 <20 Tahun	10	5%	2	0,24	10,22	16,82
2 20-30 Tahun	188	92.70%				
3 30-40 Tahun	3	1.50%				
4 40-50 Tahun	1	0.40%				
5 >50 Tahun	1	0.40%				
Pendidikan Terakhir (n = 203)						
1 SMA ke bawah	97	47.80%	2	1,00	0,06	-1,84
2 D3	9	4.40%				
3 S1	94	46.30%				
4 S2	1	0.50%				
5 S3	2	1%				
Status Pernikahan						
1 Menikah	5	2.47%	2	0,16	-6,18	36,55
2 Belum Menikah	198	97.53%				
Pendapatan per Tahun (n = 203)						
1 <40 Juta	186	91.70%	1	0,53	5,25	26,00
2 40 Juta – 70 Juta	8	3.90%				
3 70 Juta – 100 Juta	2	1%				
4 >100 Juta	7	3.40%				
Pekerjaan (n = 203)						
1 Pelajar	1	0.50%	2	1,29	2,50	4,99
2 Mahasiswa	172	84.70%				
3 PNS / TNI / POLRI	1	0.50%				
4 Wirausaha	11	5.40%				
5 Ibu Rumah Tangga	1	0.50%				

Variabel	Freq	(%)	Median	SD	Skewness	Kurtosis
6 Pegawai Swasta	11	5.40%				
7 Lainnya	6	3%				
Agama (n = 203)						
1 Islam	199	98%	1	0,49	8,38	72,08
2 Kristen Protestan	1	0.50%				
3 Katolik	0	0%				
4 Hindu	1	0.50%				
5 Buddha	1	0.50%				
6 Kong Hu Cu	1	0.50%				
Suku (n = 203)						
1 Jawa	138	68%	1	2,66	1,68	1,32
2 Batak	3	1.50%				
3 Sunda	25	12.30%				
4 Bugis	4	2%				
5 Bali	1	0.50%				
6 Papua	2	1%				
7 Melayu	9	4.4.%				
8 Minang	6	3%				
9 Lainnya	15	7.30%				

Sumber: data primer, diolah 2018

Tabel 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

No	Variabel	Kode	Pengukuran	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
	Project-Related Characteristic	PRR					
1	Jaringan Eksternal (X1)	X1.1	Jumlah orang lain yang ikut berdonasi dalam proyek tersebut.	7.48	1.786	-0.805	0.869
		X1.2	Jumlah orang dekat yang ikut berdonasi dalam proyek tersebut.	6.86	1.935	-0.694	0.549
		X1.3	Banyaknya donatur pada situs <i>crowdfunding</i> yang digunakan.	7.7	1.623	-1.125	2.169
		X1.4	Banyaknya donatur yang bisa memberikan manfaat pada proyek tersebut.	7.95	1.583	-1.044	1.167
2	Presepsi Informatif (X2)	X2.1	Ketersediaan informasi yang rinci dan relevan terkait proyek	8.49	1.59	-1.074	0.797
		X2.2	Ketersediaan informasi yang jelas tentang waktu dan durasi pelaksanaan proyek	8.45	1.58	-1.346	2.324

No	Variabel	Kode	Pengukuran	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
		X2.3	Keakuratan informasi terkait dengan proyek yang mau dibiayai	8.53	1.633	-1.337	1.629
		X2.4	Ketersediaan informasi visual (foto atau video) yang relevan	8.32	1.602	-1.075	1.181
		X2.5	Ketersediaan informasi tentang perkembangan jumlah dana yang terkumpul	8.46	1.639	-1.207	1.218
	<i>Platform-Related Characteristic</i>	PLR					
3	Presepsi Akreditasi(X3)	X3.1	Adanya proses evaluasi terhadap kompetensi dan kredibilitas para penggalang dana	7.89	1.576	-0.655	0.186
		X3.2	Adanya sistem seleksi dan evaluasi terhadap kredibilitas dan kelayakan proyek yang bisa didanai	7.9	1.6	-1.309	2.098

No	Variabel	Kode	Pengukuran	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
		X3.3	Ketersediaan informasi tentang banyaknya proyek yang telah berhasil didanai	8.17	1.415	-0.608	0.326
		X3.4	Adanya upaya terbaik yang dilakukan penyedia situs dalam menyeleksi kelayakan proyek	8.19	1.485	-0.848	0.994
4	Jaminan Struktural (X4)	X4.1	Adanya jaminan keamanan terhadap data pribadi	8.82	1.424	-1.428	2.334
		X4.2	Penggunaan teknologi terenkripsi yang tidak mudah dibobol hacker	8.77	1.588	-1.457	1.889
		X4.3	Adanya aturan dan perlindungan legal dari pemerintah	8.62	1.564	-1.264	1.334
5	Keterkaitan Pihak Ketiga (X5)	X5.1	Banyaknya dukungan dari lembaga lain (pihak ketiga)	7.82	1.662	-0.902	1.061

No	Variabel	Kode	Pengukuran	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
		X5.2	Kerjasama dengan pihak ketiga yang bisa mendukung keamanan situs <i>crowdfunding</i>	8.16	1.494	-0.696	0.317
		X5.3	Keberadaan tokoh (figur) publik yang ikut mengkampanyekan situs <i>crowdfunding</i>	7.76	1.792	-1.136	2.182
6	Konfigurasi Website (X6)	X6.1	Navigasi situs <i>crowdfunding</i> yang ramah pengguna dan mudah digunakan	8.36	1.451	-0.725	0.244
		X6.2	Kemenarikan tampilan situs <i>crowdfunding</i>	7.97	1.699	-1.133	2.024
		X6.3	Kemudahan keragaman fasilitas untuk pembayaran donasi	8.55	1.436	-1.002	0.645
	<i>Fundraiser-Related Characteristic</i>	FRR					
7	Kesesuaian Agama(X7)	X7.1	Adanya keselarasan nilai yang penggalang dana usung dengan agama yang saya anut	6.64	2.549	-0.749	-0.167

No	Variabel	Kode	Pengukuran	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
		X7.2	Kesamaan agama penggalang dana dengan agama yang saya anut	5.65	2.765	-0.331	-0.984
		X7.3	Tidak adanya tujuan penggalang dana yang berseberangan dengan nilai-nilai keagamaan saya	7.28	2.237	-0.763	0.149
8	Kesesuaian Nilai (X8)	X8.1	Adanya keselarasan nilai-nilai yang diperjuangkan dalam proyek dengan nilai-nilai yang saya perjuangkan	7.64	1.675	-0.499	-0.302
		X8.2	Adanya kesesuaian nilai antara penggalang dana dengan nilai-nilai hidup yang saya percayai	7.49	1.8	-0.736	0.341
		X8.3	Adanya keselarasan nilai yang diusung penggalang dana dengan nilai-nilai yang berlaku umum di masyarakat	7.76	1.578	-0.618	0.457

No	Variabel	Kode	Pengukuran	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
9	Keterkaitan Hubungan Interaksi Sosial (X9)	X9.1	Tersedianya group, baik di Whatssap atau di media sosial lain, yang memungkinkan donatur berinteraksi dengan donatur lain	7.12	1.946	-0.624	0.149
		X9.2	Adanya Intensitas komunikasi antara penggalang dana dan donatur melalui situs crowdfunding	7.71	1.557	-0.803	1.671
		X9.3	Tersedianya saluran komunikasi yang memungkinkan donatur berkomunikasi dan berinteraksi langsung dengan penggalang dana	7.94	1.572	-0.805	1.277
10	Kredibilitas Pengguna (X10)	X10.1	Reputasi penggalang dana	8.03	1.567	-0.533	-0.331
		X10.2	Terincinya informasi yang berkaitan dengan profil penggalang dana	8.21	1.452	-0.679	0.245

No	Variabel	Kode	Pengukuran	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
		X10.3	Rekam jejak penggalang dana	8.09	1.602	-0.73	0.235
11	Kepercayaan Kalkulus (X11)	X11.1	Saya percaya proyek penggalangan dana melalui <i>crowdfunding</i> bisa dipercaya dan dipertanggungjawabkan	8.01	1.303	-0.584	0.794
		X11.2	Saya percaya penggalang dana melalui <i>crowdfunding</i> berintegritas tinggi	7.82	1.452	-0.687	0.49
		X11.3	Saya percaya proyek penggalangan dana melalui <i>crowdfunding</i> tidak mungkin direkayasa	7.27	1.734	-0.399	-0.311
12	Kepercayaan Hubungan (X12)	X12.1	Saya percaya akan mendapatkan kepedulian yang sama dari penggalang dana jika mengalami masalah di kemudian hari	7.41	1.675	-0.755	0.799

No	Variabel	Kode	Pengukuran	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
		X12.2	Saya merasa memiliki tanggungjawab sosial untuk membantu sesama melalui proyek <i>crowdfunding</i>	7.94	1.481	-0.562	0.018
		X12.3	Saya merasa terpanggil untuk ikut berdonasi melalui proyek <i>crowdfunding</i>	7.77	1.466	-0.649	0.862
		X12.4	Saya percaya akan bisa berbagi masalah yang saya hadapi dengan penggalang dana melalui <i>crowdfunding</i>	7.48	1.555	-0.361	-0.136
13	Tingkat Religiusitas (X13)	X13.1	Saya adalah orang yang taat (religius) dalam beragama	7.26	1.87	-0.823	0.883
		X13.2	Saya adalah orang yang selalu menjalankan apa yang diperintahkan agama	7.39	1.718	-0.687	0.782
		X13.3	Saya adalah orang yang selalu menghindari apa yang dilarang agama	7.43	1.816	-0.759	0.491

No	Variabel	Kode	Pengukuran	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
14	Profil Risiko (X14)	X14.1	Jika harus berinvestasi, saham adalah instrumen investasi yang cocok bagi saya	7.15	1.912	-0.791	0.678
		X14.2	Untuk mendapatkan keuntungan sesuai ekspektasi saya menempatkan uang di deposito adalah pilihan relevan bagi saya	4.09	1.846	760	1.052
		X14.3	Saya bersedia berinvestasi pada aset berisiko tinggi asal keuntungan yang dihasilkan juga tinggi	7.31	1.806	-0.755	0.503
15	Premi Risiko Terpresepsi (X15)	X15.1	Saya percaya risiko penipuan dalam proyek <i>crowdfunding</i> tinggi	3.98	1.847	0.466	0.016

No	Variabel	Kode	Pengukuran	Mean	SD	Skewness	Kurtosis
		X15.2	Saya percaya potensi manfaat yang bisa didapatkan melalui <i>crowdfunding</i> lebih besar dibandingkan potensi risikonya	7.47	1.473	-0.246	-0.5
		X15.3	Saya percaya risiko penyalahgunaan dana dalam proyek <i>crowdfunding</i> kecil	6.96	1.713	-0.396	-0.294
X16.	Kerelaan Dalam Berdonasi (X16)	X16.1	Saya bersedia berdonasi dalam proyek <i>crowdfunding</i>	7.67	1.443	-0.484	0.173
		X16.2	Saya bersedia merekomendasikan proyek <i>crowdfunding</i> pada teman dan kerabat saya	7.61	1.477	-0.414	-0.321
		X16.3	Jika diminta, saya bersedia berdonasi pada proyek <i>crowdfunding</i> lain dikemudian hari	7.63	1.544	-0.57	0.206

Sumber: data primer, diolah 2018

Dari tabel tersebut menunjukkan pengalaman menggunakan *crowdfunding*. Median merupakan nilai tengah dari jawaban responden, misalnya pada pengetahuan mengetahui *crowdfunding* memiliki nilai median sebesar 1.00 yang berarti nilai tengah dari jawaban responden adalah “tidak”. Standar deviasi menunjukkan ragam dari item atau indikator, semakin tinggi nilai standar deviasi maka semakin beragam jawaban dari responden. Uji selanjutnya adalah skewness dan kurtosis. Skewness merupakan kemiringan distribusi data, apabila skewness menunjukkan bentuk yang simetri atau sama dengan 0 maka dikatakan data membentuk distribusi normal. Distribusi normal biasanya melalui rentang -2 sampai 2. Jika, kemiringan distribusi data condong ke kiri ditunjukkan dengan nilai skewness yang positif atau lebih dari 0, sedangkan jika kemiringan distribusi data condong ke kanan ditunjukkan dengan nilai skewness yang negatif atau kurang dari 0. Kurtosis merupakan keruncingan distribusi data, semakin runcing nilai kurtosis maka semakin homogen data yang diperoleh. Apabila nilai kurtosis positif artinya data bersifat homogen sedangkan jika nilai kurtosis negatif artinya datanya tumpul atau cenderung melebar ke bawah. Penilaian konstruk pada tabel 4.3. selanjutnya memiliki pola pengartian yang sama.

4.2. Hasil Pengujian

4.2.1. Hasil Pengujian Model Pengukuran

4.2.1.1. Hasil Pengujian Model Reflektif

Model reflektif adalah sebuah model untuk menguji seberapa indikator (pengukuran) dapat mewakili sebuah konstruk. Seperti yang terlihat pada Tabel 4.4 reliabilitas internal untuk semua indikator terpenuhi karena pada *composite reliability* menunjukkan semua indikator memiliki *composite reliability* > 0.70 yang menunjukkan relevansi yang tinggi dari indikator sebagai serangkaian pengujian. Selanjutnya, menguji reliabilitas indikator yang memberikan syarat nilai > 0.50 . Reliabilitas indikator merupakan hasil kuadrat dari *outer loadings* dimana nilai dari *outer loadings* yang disyaratkan sebesar > 0.708 , jika terdapat indikator dibawah 0,708 maka indikator tersebut harus ditiadakan karena tidak dapat mewakili konstraknya dan beberapa indikator memiliki reliabilitas indikator > 0.50 yang artinya varian antara konstruk dan indikator lebih besar dibandingkan dengan varian dari kesalahan pengujian. Semua indikator tetap memiliki nilai *average variance extracted* (AVE) yang disyaratkan yaitu $> 0,50$ yang artinya konstruk tersebut mampu menjelaskan lebih dari setengah indikator. Oleh karena itu, menurut Hair *et al.* (2012) indikator tersebut tetap dapat digunakan dalam

pengujian, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator konstruk tersebut memenuhi uji validitas dan reliabilitas.

Pada Tabel 4.4 terdapat dua item yang kosong karena item tersebut telah dihapus dari pengujian karena memiliki nilai outer loadings < 0.708 yang apabila item tersebut dimasukkan dapat menyebabkan nilai AVE menjadi lebih rendah. Item tersebut adalah X14.2 dan X15.1. X14.2 berisi tentang instrumen investasi yang berlawanan dengan donasi, sedangkan X15.1 berisi tentang kepercayaan bahwa situs *crowdfunding* rawan penipuan.

Kemudian pada Tabel 4.5 merupakan hasil uji validitas diskriminan dengan pengujian Fornell-Larcker. Hasil tersebut menunjukkan bahwa akar kuadrat AVE pada setiap konstraknya lebih besar dari korelasi antar konstruk ($\sqrt{AVE} > R_{i,j}$), yang mengartikan bahwa setiap konstruk terbagi pada lebih banyak varian dengan indikatornya dibandingkan dengan konstruk lain yang berada dalam model. Dalam pengujian Fornell-Lacker terdapat tiga variabel yang belum memenuhi kriteria Fornell-Lacker, yaitu konfigurasi website (KW), persepsi akreditasi (PA) dan persepsi informatif (PI) dikarenakan akar kuadrat AVE masih belum lebih besar dari antar konstraknya.

Tabel 4. 1 Hasil Spesifikasi Reflektif Model

First order constructs	Item	Measure	Loadings	AVE	IR
Jaringan Eksternal	X1.1	Reflective	0.8408	0.67287	0.8911
	X1.2		0.7153		
	X1.3		0.8714		
	X1.4		0.8447		
Presepsi Informatif	X2.1	Reflective	0.8891	0.77515	0.94512
	X2.2		0.8918		
	X2.3		0.9171		
	X2.4		0.8494		
	X2.5		0.8529		
Presepsi Akreditasi	X3.1	Reflective	0.8524	0.73937	0.91899
	X3.2		0.8533		
	X3.3		0.8463		
	X3.4		0.8869		
Jaminan Struktural	X4.1	Reflective	0.9424	0.85823	0.94779

First order constructs	Item	Measure	Loadings	AVE	IR
	X4.2		0.9378		
	X4.3		0.8983		
Keterkaitan Pihak Ketiga	X5.1	Reflective	0.8877	0.72867	0.88919
	X5.2		0.8926		
	X5.3		0.7754		
Konfigurasi Website	X6.1	Reflective	0.8954	0.72057	0.885
	X6.2		0.7602		
	X6.3		0.8843		
Kesesuaian Agama	X7.1	Reflective	0.8416	0.65705	0.85164
	X7.2		0.8165		
	X7.3		0.7721		
Kesesuaian Nilai	X8.1	Reflective	0.9124	0.84469	0.94223
	X8.2		0.94		
	X8.3		0.9044		
Keterkaitan Hubungan Interaksi Sosial	X9.1	Reflective	0.8015	0.7297	0.88987
	X9.2		0.9006		
	X9.3		0.8577		
Kredibilitas Pengguna	X10.1	Reflective	0.8938	0.79619	0.92137
	X10.2		0.8797		
	X10.3		0.9032		
Kepercayaan Kalkulus	X11.1	Reflective	0.8879	0.77095	0.90972
	X11.2		0.9197		
	X11.3		0.8239		
Kepercayaan Hubungan	X12.1	Reflective	0.8327	0.73478	0.91711
	X12.2		0.8649		
	X12.3		0.9092		
	X12.4		0.8191		
Tingkat Religiusitas	X13.1	Reflective	0.9038	0.8417	0.94098
	X13.2		0.9447		
	X13.3		0.9032		
Profil Risiko	X14.1	Reflective	0.8974	0.78237	0.87787
	X14.2				
	X14.3		0.8715		
Premi Risiko Terpresepsi	X15.1	Reflective		0.83921	0.91257
	X15.2		0.9252		
	X15.2		0.9069		

First order constructs	Item	Measure	Loadings	AVE	IR
Kerelaan Dalam Berdonasi	X16.1	Reflective	0.916	0.86002	0.94853
	X16.2		0.9415		
	X16.3		0.9244		

Sumber: data primer, diolah 2018

Tabel 4. 2 Hasil Pengujian Fornell-Lacker

	FRR	JE	JS	KA	KDB	IHIS	KETP3	KH	KK	KN	KP	KW	PA	PI	PLR	PR	PRR	PRT	PRT * PR	PRT * TR	TR	
FRR	0.7023																					
JE	0.5116	0.8202																				
JS	0.4063	0.4463	0.9264																			
KA	0.6868	0.2488	0.0796	0.8105																		
KDB	0.5566	0.5094	0.3969	0.1914	0.9273																	
IHIS	0.7988	0.5028	0.4298	0.3406	0.4655	0.8542																
KETP3	0.5237	0.5545	0.5852	0.2216	0.4967	0.4966	0.8536															
KH	0.6226	0.5567	0.4301	0.32	0.7802	0.4808	0.6471	0.8571														
KK	0.5995	0.5102	0.4684	0.2119	0.7449	0.512	0.5628	0.7939	0.878													
KN	0.917	0.4451	0.3831	0.5405	0.5791	0.5672	0.4827	0.6289	0.6145	0.919												
KP	0.6344	0.4875	0.564	0.2471	0.5365	0.6057	0.4673	0.497	0.5555	0.594	0.8922											
KW	0.5568	0.5977	0.7232	0.1913	0.5209	0.5193	0.6537	0.5504	0.593	0.5397	0.6567	0.8488										
PA	0.6129	0.6214	0.746	0.2313	0.5939	0.5942	0.6259	0.5541	0.5571	0.5697	0.7021	0.7602	0.8598									
PI	0.4295	0.5859	0.7595	0.0653	0.4994	0.4675	0.561	0.4757	0.5394	0.4028	0.5813	0.7421	0.7978	0.8804								
PLR	0.6067	0.6399	0.8735	0.2105	0.5812	0.5894	0.8068	0.6225	0.6236	0.5703	0.6913	0.8936	0.9142	0.8249	0.7625							
PR	0.5091	0.3933	0.2358	0.3414	0.5664	0.4661	0.3625	0.5545	0.5704	0.4299	0.3264	0.2862	0.34	0.2343	0.3533	0.8845						
PRR	0.5186	0.8395	0.7086	0.1579	0.5639	0.5394	0.6248	0.5703	0.5913	0.4705	0.6077	0.7643	0.8126	0.9321	0.8392	0.336	0.7636					
PRT	0.6061	0.3742	0.219	0.3327	0.7106	0.6011	0.4354	0.6721	0.6996	0.5084	0.426	0.3643	0.4332	0.3042	0.4197	0.6473	0.3737	0.916				
PRT * PR	-0.0463	0.017	-0.12	0.0444	-0.1358	-0.0864	0.0346	-0.0779	-0.0621	-0.0415	-0.0427	-0.0272	-0.0489	-0.1139	0.0482	-0.198	-0.0686	-0.1337	0.8228			
PRT * TR	-0.061	-0.0766	-0.0001	-0.0488	0.0616	-0.0563	0.0542	-0.0475	-0.0212	-0.0487	0.0634	-0.0306	0.0367	0.0307	0.0192	0.029	-0.0146	-0.0895	0.3903	0.8003		
TR	0.5821	0.3267	0.2085	0.3887	0.4584	0.4907	0.3647	0.5232	0.483	0.5203	0.2766	0.3556	0.3449	0.2187	0.3652	0.3978	0.2948	0.5188	0.0249	-0.1646	0.9174	

Sumber: data primer, diolah 2018

4.2.1.2. Hasil Pengujian Model Formatif

Pada tabel 4.6 merupakan hasil dari pengujian Fornell-Larcker yang menunjukkan korelasi antara *first order-constructs* dengan *second-order construct*. Korelasi pada tabel diurai sebagai berikut, *project-related characteristic* dengan *fundraiser-related characteristic*, *platform-related characteristic* dengan *project-related characteristic*, dan *fundraiser-related characteristic* dengan *platform-related characteristic*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa korelasi konstruk *first order* dengan konstruk *second order* miliknya lebih besar daripada korelasi antara *first order* dengan konstruk *second order* yang lain, sehingga dapat dikatakan bahwa masing-masing konstruk *first order* benar menjadi pengukur yang tepat bagi konstruk *second order* masing-masing.

Tabel 4. 3 Hasil Pengujian Validitas Diskriminan

<i>Correlation between first and second order constructs</i>				
<i>Constructs</i>	Jaringan Eksternal	Presepsi Informatif		
<i>Project-Related Characteristic</i>	0.8395	0.9321		
<i>Fundraiser-Related Characteristic</i>	0.5116	0.4295		
<i>Constructs</i>	Presepsi Akreditasi	Jaminan Struktural	Keterkaitan Pihak Ketiga	Konfigurasi Website
<i>Platform-Related Characteristic</i>	0.8735	0.8068	0.8936	0.9142
<i>Project-Related Characteristic</i>	0.7086	0.6248	0.7643	0.8126
<i>Constructs</i>	Kesesuaian Agama	Kesesuaian Nilai	Ikatan Hub Interaksi Sosial	Kredibilitas Pengguna
<i>Fundraiser-Related Characteristic</i>	0.6868	0.7988	0.917	0.6344
<i>Platform-Related Characteristic</i>	0.2105	0.5894	0.5703	0.6913

Sumber: data primer, diolah 2018

Pengujian formatif dapat dilihat pada Tabel 4.7, semua konstruk diharuskan memiliki *outer weight* < 0.5 dan *t value* > 1.3 yang artinya indikator formatif dengan konstraknya signifikan. Dalam hal ini kredibilitas pengguna memiliki *t value* >1.3 sehingga hal tersebut mengindikasikan bahwa kredibilitas pengguna tidak signifikan. Demikian pula pada persepsi informatif dan kesesuaian nilai yang >0.5 yang berarti tidak signifikan. Nilai variance inflation factor (VIF) untuk semua indikator < 5, hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antar indikator tidak terjadi *mullticolinearity*.

Tabel 4. 4 Hasil Pengujian Formatif

Second Order Construct	First-Order Construct/dimensions	Measure	Weights	t value	VIF
<i>Project-Related Characteristic</i>	Jaringan Eksternal	Formative	0.447	18.7236	1.523
	Presepsi Informatif		0.67	24.3506	1.523
<i>Platform-Related Characteristic</i>	Presepsi Akreditasi	Formative	0.352	22.2247	3.041
	Jaminan Struktural		0.271	21.8428	2.627
	Keterkaitan Pihak Ketiga		0.256	15.9456	1.901
	Konfigurasi Website		0.262	20.9857	2.985
<i>Fundraiser-Related Characteristic</i>	Kesesuaian Agama	Formative	0.251	7.4193	1.445
	Kesesuaian Nilai		0.554	19.1839	2.199
	Keterkaitan Hubungan Interaksi Sosial		0.397	14.4427	1.783
	Kredibilitas Pengguna		0.002	0.5564	1.887

Sumber: data primer, diolah 2018

4.2.2. Hasil Pengujian Model Struktural

Analisis menggunakan PLS dilakukan melalui dua tahap yaitu uji model pengukuran dan uji model struktural dengan melihat signifikansi pengaruh antar konstruk dengan melihat hasil nilai pada path coefficients (Mean, STDEV, dan T-Values) (Ghozali dan Latan, 2015). Pada Tabel 4.8 nilai koefisien determinasi atau R^2 menunjukkan seberapa jauh data independen dapat menjelaskan data dependen, semakin mendekati 1 maka artinya tingkat akurasi prediktifnya semakin tinggi. Misalkan pada variabel PLR (*Platform-related characteristic*) diketahui memiliki nilai R^2 sebesar 0.999, artinya PLR mampu menjelaskan varian atau mempengaruhi sebesar 99.9%.

Tabel 4. 5 Hasil Koefisien Determinasi dan Relevansi Prediktif

	R ²
FRR	0.999891
KDB	0.558234
KH	0.489064
KK	0.480408
PLR	0.999936
PRR	0.999885
PRT	0.526213

Sumber: data primer, diolah 2018

Pada Tabel 4.9 di bawah menunjukkan hasil efek f^2 yaitu ukuran kebaikan dari sebuah model. Misalkan, pada tabel di bawah ini menunjukkan pengaruh efek f^2 *project-related characteristic* terhadap kepercayaan kalkulus sebesar 0.027, hal ini berarti bahwa jika *project-related characteristic* memiliki komitmen pada KK sebesar 2.7%.

Tabel 4. 6 Effect Size

Keterangan	f^2
<i>Project-Related</i> KK	0.027
<i>Platform-Related</i> KK	0.027
<i>Fundraiser-Related</i> KK	0.139
<i>Project Related</i> KH	0.014
<i>Platform Related</i> KH	0.035
<i>Fundraiser Related</i> KH	0.178
Kepercayaan Kalkulus	0.167
Kepercayaan Hubungan	0.075
Premi Risiko Terpresepsi	0.389
Profil Risiko	0.05
Tingkat Religiusitas	0.075

Sumber: data primer, diolah 2018

Hasil pengujian ini didapatkan dari proses *bootstrapping* dengan pengulangan sebanyak 5.000 kali. Pada Tabel 4.10 *path coefficient* menunjukkan besarnya hubungan atau pengaruh antar variabel. Beberapa variabel berikut yaitu jaringan eksternal (JE), persepsi informatif (PI) kepada *project-related characteristic*

(PRR), persepsi akreditasi (PA), jaminan struktural (JS), keterkaitan pihak ketiga (KETP3), konfigurasi website (KW) kepada *platform-related characteristic* (PLR), kesesuaian agama (KA), kesesuaian nilai (KN), ikatan hubungan interaksi sosial (IHIS) kepada *fundraiser-related characteristic* (FRR), *project-related characteristic* (PRR) kepada kepercayaan kalkulus (KK), *platform-related characteristic* (PLR) kepada kepercayaan kalkulus (KK) dan kepercayaan hubungan (KH), *fundraiser-related characteristic* (FRR) kepada kepercayaan kalkulus (KK) dan kepercayaan hubungan (KH), kepercayaan kalkulus (KK) kepada risiko terpersepsi (RT), kepercayaan hubungan (KH) kepada risiko terpersepsi (RT), risiko terpersepsi (RT) kepada kerelaan dalam berdonasi (KDB), Profil risiko (PR) kepada kerelaan dalam berdonasi (KDB), tingkat religiusitas (TR) kepada kerelaan dalam berdonasi (KDB), dan hasil moderasi risiko terpersepsi (RT) dengan tingkat religiusitas (TR) kepada kerelaan dalam berdonasi (KDB) diterima dikarenakan nilai t-value >1.3. Sedangkan pada variabel *project-related characteristic* (PRR) kepada kepercayaan hubungan (KH), kredibilitas pengguna (KP) kepada *fundraiser related characteristic* (FRR) dan hasil moderasi risiko terpersepsi (RT) dengan profil risiko (PR) kepada kerelaan dalam berdonasi (KDB) ditolak karena <1.3. Kemudian untuk *total effect* dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4. 7 Path Coefficients

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)
FRR -> KH	0.3854***	6.5133
FRR -> KK	0.3466***	4.7314
JE -> PRR	0.4468***	18.7236
JS -> PLR	0.2712***	21.8428
KA -> FRR	0.2512***	7.4193
IHIS -> FRR	0.3974***	14.4427
KETP3 -> PLR	0.2564***	15.9456
KH -> RT	0.3156***	3.5148
KK -> RT	0.449***	4.3762
KN -> FRR	0.5545***	19.1839
KP -> FRR	0.0023	0.5564
KW -> PLR	0.2621***	20.9857
PA -> PLR	0.3522***	22.2247

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)
PI -> PRR	0.6703***	24.3506
PLR -> KH	0.2633**	2.2427
PLR -> KK	0.2298**	2.262
PR -> KDB	0.1188*	1.4359
PRR -> KH	0.1495	1.1883
PRR -> KK	0.2186**	2.059
RT -> KDB	0.5539***	6.9274
RT * PR -> KDB	-0.111	0.9763
RT * TR -> KDB	0.1767*	1.4352
TR -> KDB	0.1556**	2.2605

Sumber: data primer, diolah 2018

Note: *** mengindikasikan bahwa koefisien signifikan pada alpha 1%, ** mengindikasikan bahwa koefisien signifikan pada alpha 5%, dan * mengindikasikan bahwa koefisien signifikan pada 0.05%

Tabel 4. 8 Total Effect

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)
FRR -> KDB	0.1536***	4.1797
FRR -> KH	0.3854***	6.5615
FRR -> KK	0.3466***	4.6855
FRR -> PRT	0.2773***	5.3918
JE -> KDB	0.036*	1.6687
JE -> KH	0.0668	1.2141
JE -> KK	0.0977**	2.0995
JE -> PRR	0.4468***	18.4273
JE -> PRT	0.0649*	1.7871
JS -> KDB	0.028***	2.3722
JS -> KH	0.0714**	2.2492
JS -> KK	0.0623**	2.2816
JS -> PLR	0.2712***	21.8617
JS -> PRT	0.0505**	2.5276
KA -> FRR	0.2512***	7.5372
KA -> KDB	0.0386***	3.6565
KA -> KH	0.0968***	4.6141

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)
KA -> KK	0.0871***	3.9807
KA -> PRT	0.0696***	4.2805
KETHINT -> FRR	0.3974***	14.7986
KETHINT -> KDB	0.061***	3.9605
KETHINT -> KH	0.1532***	6.4766
KETHINT -> KK	0.1378***	4.5756
KETHINT -> PRT	0.1102***	5.1434
KETP3 -> KDB	0.0265**	2.2651
KETP3 -> KH	0.0675**	2.1687
KETP3 -> KK	0.0589**	2.2443
KETP3 -> PLR	0.2564***	15.7609
KETP3 -> PRT	0.0478***	2.4392
KH -> KDB	0.1748***	3.4363
KH -> PRT	0.3156***	3.5767
KK -> KDB	0.2487***	3.2892
KK -> PRT	0.449***	4.3867
KN -> FRR	0.5545***	19.0053
KN -> KDB	0.0852***	4.1827
KN -> KH	0.2137***	6.1136
KN -> KK	0.1922***	4.4245
KN -> PRT	0.1537***	5.2242
KP -> FRR	0.0023	0.5653
KP -> KDB	0.0004	0.5392
KP -> KH	0.0009	0.5473
KP -> KK	0.0008	0.5374
KP -> PRT	0.0006	0.5399
KW -> KDB	0.0271***	2.3382
KW -> KH	0.069**	2.2471
KW -> KK	0.0603**	2.2821
KW -> PLR	0.2621***	20.7259
KW -> PRT	0.0488***	2.5091
PA -> KDB	0.0363***	2.4194
PA -> KH	0.0927***	2.3229
PA -> KK	0.081***	2.3628
PA -> PLR	0.3522***	22.1301

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)
PA -> PRT	0.0656***	2.6016
PI -> KDB	0.054*	1.6384
PI -> KH	0.1002	1.2039
PI -> KK	0.1466**	2.0482
PI -> PRR	0.6703***	24.383
PI -> PRT	0.0974*	1.7573
PLR -> KDB	0.1032***	2.3572
PLR -> KH	0.2633**	2.2693
PLR -> KK	0.2298**	2.2979
PLR -> PRT	0.1863***	2.5329
PR -> KDB	0.1188*	1.4433
PRR -> KDB	0.0805*	1.6543
PRR -> KH	0.1495	1.2073
PRR -> KK	0.2186*	2.0794
PRR -> PRT	0.1453*	1.7731
PRT -> KDB	0.5539***	6.9435
PRT * PR -> KDB	-0.111	0.9488
PRT * TR -> KDB	0.1767*	1.4601
TR -> KDB	0.1556**	2.2171

Sumber: data primer, diolah 2018

Note: *** mengindikasikan bahwa koefisien signifikan pada alpha 1%, ** mengindikasikan bahwa koefisien signifikan pada alpha 5%, dan * mengindikasikan bahwa koefisien signifikan pada alpha 0.05%

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dipaparkan diatas, maka hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat dirangkum sebagaimana tabel berikut:

Tabel 4. 9 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Keterangan	Arah	Hasil
1.	H1a	Pengaruh jaringan eksternal (<i>network externality</i>) terhadap kerelaan berdonasi dimediasi secara positif oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi	Positif	Diterima

No	Hipotesis	Keterangan	Arah	Hasil
	H2a	Pengaruh mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi dari jaringan eksternal terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara positif oleh tingkat religiusitas	Positif	Diterima
	H3a	Pengaruh mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi dari jaringan eksternal terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara negatif oleh profil risiko	Negatif	Ditolak
2.	H1b	Pengaruh persepsi informatif (<i>perceived informativeness</i>) terhadap kerelaan berdonasi dimediasi secara positif oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi	Positif	Diterima
	H2b	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari persepsi informatif terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara positif oleh tingkat religiusitas	Positif	Diterima
	H3b	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari persepsi informatif terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara negatif oleh profil risiko	Negatif	Ditolak
3.	H4a	Pengaruh persepsi akreditasi (<i>perceived accreditation</i>) terhadap kerelaan berdonasi dimediasi secara positif oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi	Positif	Diterima
	H5a	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari persepsi akreditasi terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara positif oleh tingkat religiusitas	Positif	Diterima
	H6a	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari persepsi akreditasi terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara negatif oleh profil risiko	Negatif	Ditolak
4.	H4b	Pengaruh jaminan struktural (<i>structural assurance</i>) terhadap kerelaan berdonasi dimediasi secara positif oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi	Positif	Diterima
	H5b	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari jaminan struktural terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara positif oleh tingkat religiusitas	Positif	Diterima

No	Hipotesis	Keterangan	Arah	Hasil
	H6b	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari jaminan struktural terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara negatif oleh profil risiko	Negatif	Ditolak
5.	H4c	Pengaruh keterkaitan pihak ketiga (<i>third-party seal</i>) terhadap kerelaan berdonasi dimediasi secara positif oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi	Positif	Diterima
	H5c	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari keterkaitan pihak ketiga terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara positif oleh tingkat religiusitas	Positif	Diterima
	H6c	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari keterkaitan pihak ketiga terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara negatif oleh profil risiko	Negatif	Ditolak
6.	H4d	Pengaruh konfigurasi website (<i>website configuration</i>) terhadap kerelaan berdonasi dimediasi secara positif oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi	Positif	Diterima
	H5d	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari konfigurasi website terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara positif oleh tingkat religiusitas	Positif	Diterima
	H6d	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari konfigurasi website terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara negatif oleh profil risiko	Negatif	Ditolak
7.	H7a	Pengaruh kesesuaian agama (<i>religion-congruence</i>) terhadap kerelaan berdonasi dimediasi secara positif oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi	Positif	Diterima
	H8a	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari kesesuaian agama terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara positif oleh tingkat religiusitas	Positif	Diterima
	H9a	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari kesesuaian agama terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara negatif oleh profil risiko	Negatif	Ditolak

No	Hipotesis	Keterangan	Arah	Hasil
8.	H7b	Pengaruh kesesuaian nilai (<i>value-congruence</i>) terhadap kerelaan berdonasi dimediasi secara positif oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi	Positif	Diterima
	H8b	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari kesesuaian nilai terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara positif oleh tingkat religiusitas	Positif	Diterima
	H9b	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari kesesuaian nilai terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara negatif oleh profil risiko	Negatif	Ditolak
9.	H7c	Pengaruh ikatan hubungan interaksi sosial (<i>social interaction ties</i>) terhadap kerelaan berdonasi dimediasi secara positif oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi	Positif	Diterima
	H8c	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari ikatan hubungan interaksi sosial terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara positif oleh tingkat religiusitas	Positif	Diterima
	H9c	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari ikatan hubungan interaksi sosial terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara negatif oleh profil risiko	Negatif	Ditolak
10.	H7d	Pengaruh kredibilitas pengguna (<i>funder credibility</i>) terhadap kerelaan berdonasi dimediasi secara positif oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi	Positif	Ditolak
	H8d	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari kredibilitas pengguna terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara positif oleh tingkat religiusitas	Positif	Ditolak
	H9d	Pengaruh mediasi risiko terpersepsi dari kredibilitas pengguna terhadap kerelaan berdonasi dimoderasi secara negatif oleh profil risiko	Negatif	Ditolak

Sumber: data primer, diolah 2018

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh *project-related crowdfunding* terhadap kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi

Menurut *total effect* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa PRR kepada kerelaan berdonasi melalui mediasi menghasilkan nilai koefisien 0.5539 dengan *t-statistic* 6.9435 yang mengindikasikan bahwa *project related characteristic* berpengaruh positif signifikan berdasarkan alpha 10% secara bersama-sama melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi. Berdasarkan hasil tersebut maka jumlah dana dan orang yang ikut serta dalam proyek serta keterbukaan *fundraiser* dalam memberikan detailnya berpengaruh secara positif pada keputusan pemberi dana (*funder*) dalam memberikan dana-nya yang mendukung pernyataan (Kang *et al.*, 2016).

4.3.2. Pengaruh *project-related crowdfunding* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (*funder*)

Menurut *total effect* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa PRR kepada kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (*funder*) menghasilkan nilai positif signifikan berdasarkan alpha 1% yang dihasilkan saat tingkat religiusitas memoderasi keputusan berdonasi pemberi dana sebesar 0.1767 dengan *t-statistik* 1.4601, sehingga hasil tersebut mendukung pernyataan Kennedy *et al.*, (1998) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang akan menjadi lebih baik saat tingkat religiusitasnya tinggi. Pernyataan tersebut bertentangan dengan pendapat Agustin dan Mawardi (2014) yang menyatakan tingkat religiusitas tidak mempengaruhi keputusan memberikan dana.

4.3.3. Pengaruh *project related crowdfunding* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (*funder*)

Menurut *total effect* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa PRR kepada kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (*funder*) menghasilkan nilai negatif tidak signifikan yang dihasilkan saat tingkat religiusitas memoderasi keputusan

berdonasi pemberi dana sebesar -0.111 dengan t-statistik 0.9488, yang berarti profil risiko tidak mempengaruhi apapun dikarenakan kurang dari alpha 1% pada kerelaan berdonasi saat memoderasi risiko terpersepsi. Hasil ini mendukung pernyataan Cho dan Lee (2006) yang menyatakan bahwa seseorang dengan profil risiko agresif atau tingkat toleransi risikonya tinggi maka akan lebih memilih instrument yang memberikan imbalan sehingga hal tersebut bertentangan dengan sistem donasi yang bersifat sukarela.

4.3.4. Pengaruh *platform-related characteristic* terhadap kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi

Menurut *total effect* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa PLR kepada kerelaan berdonasi melalui mediasi menghasilkan nilai koefisien 0.1032 dengan *t-statistic* 2.3572 yang mengindikasikan bahwa *platform related characteristic* berpengaruh positif signifikan berdasarkan alpha 10% melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi. Berdasarkan hasil tersebut maka keterbukaan *history*, keamanan situs (*platform*), ikut campur tangan pihak ketiga dan struktur akses website berpengaruh secara positif signifikan secara bersama-sama pada keputusan pemberi dana (*funder*) dalam memberikan dana-nya melalui (Kang *et al.*, 2016).

4.3.5. Pengaruh *platform-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (*funder*)

Menurut *total effect* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa PLR kepada kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (*funder*) menghasilkan nilai positif signifikan berdasarkan alpha 1% yang dihasilkan saat tingkat religiusitas memoderasi keputusan berdonasi pemberi dana sebesar 0.1767 dengan t-statistik 1.4601, sehingga hasil tersebut mendukung pernyataan Kennedy *et al.*, (1998) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang akan menjadi lebih baik saat tingkat religiusitasnya tinggi. Pernyataan tersebut bertentangan dengan pendapat Agustin dan Mawardi (2014) yang menyatakan tingkat religiusitas tidak mempengaruhi keputusan memberikan dana.

4.3.6. Pengaruh *platform-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (*funder*)

Menurut *total effect* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa PLR kepada kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (*funder*) menghasilkan nilai negatif tidak signifikan dikarenakan kurang dari alpha 1% yang dihasilkan saat tingkat religiusitas memoderasi keputusan berdonasi pemberi dana sebesar -0.111 dengan t-statistik 0.9488, yang berarti profil risiko tidak mempengaruhi apapun pada kerelaan berdonasi saat memoderasi risiko terpersepsi. Hasil ini mendukung pernyataan Cho dan Lee (2006) yang menyatakan bahwa seseorang dengan profil risiko agresif atau tingkat toleransi risikonya tinggi maka akan lebih memilih instrument yang memberikan imbalan sehingga hal tersebut bertentangan dengan sistem donasi yang bersifat sukarela.

4.3.7. Pengaruh *fundraiser-related characteristic* terhadap kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi

Menurut *total effect* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa FRR kepada kerelaan berdonasi melalui mediasi menghasilkan nilai koefisien 0.1536 dengan *t-statistic* 4.1797 yang mengindikasikan bahwa *fundraiser related characteristic* berpengaruh positif signifikan berdasarkan alpha 10% secara bersama-sama melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi. Dalam variabel dimensi FRR terdapat variabel kredibilitas pengguna yang menghasilkan pengaruh positif tidak signifikan, tetapi saat berpengaruh secara bersamaan memberikan hasil positif signifikan. Berdasarkan hasil tersebut kesesuaian agama, kesesuaian nilai, ikatan antar penggalang dana (*fundraiser*) dan pemberi dana (*funder*) serta kredibilitas pengguna berpengaruh secara positif pada keputusan pemberi dana (*funder*) dalam memberikan dana-nya yang mendukung pernyataan (Kang *et al.*, 2016).

4.3.8. Pengaruh *fundraiser-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas pemberi dana (*funder*)

Menurut *total effect* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa FRR kepada kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh tingkat religiusitas

pemberi dana (*funder*) menghasilkan nilai positif signifikan berdasarkan alpha 1% yang dihasilkan saat tingkat religiusitas memoderasi keputusan berdonasi pemberi dana sebesar 0.1767 dengan t-statistik 1.4601, sehingga hasil tersebut mendukung pernyataan Kennedy *et al.*, (1998) yang menyatakan bahwa perilaku seseorang akan menjadi lebih baik saat tingkat religiusitasnya tinggi. Pernyataan tersebut bertentangan dengan pendapat Agustin dan Mawardi (2014) yang menyatakan tingkat religiusitas tidak mempengaruhi keputusan memberikan dana.

4.3.9. Pengaruh *fundraiser-related characteristic* yang dimediasi oleh kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (*funder*)

Menurut *total effect* pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa FRR kepada kerelaan berdonasi melalui mediasi kepercayaan dan risiko terpersepsi dimoderasi oleh profil risiko pemberi dana (*funder*) menghasilkan nilai negatif tidak signifikan dikarenakan kurang dari alpha 1% yang dihasilkan saat tingkat religiusitas memoderasi keputusan berdonasi pemberi dana sebesar -0.111 dengan t-statistik 0.9488, yang berarti profil risiko tidak mempengaruhi apapun pada kerelaan berdonasi saat memoderasi risiko terpersepsi. Hasil ini mendukung pernyataan Cho dan Lee (2006) yang menyatakan bahwa seseorang dengan profil risiko agresif atau tingkat toleransi risikonya tinggi maka akan lebih memilih instrument yang memberikan imbalan sehingga hal tersebut bertentangan dengan sistem donasi yang bersifat sukarela.

5. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian model penjas keputusan berdonasi melalui layanan pendanaan berbasis *financial technology (crowdfunding)* dapat disimpulkan bahwa kredibilitas pengguna tidak mempengaruhi keputusan berdonasi oleh pemberi dana (*funder*) dan profil risiko tidak terbukti memberikan pengaruh pada keputusan berdonasi dikarenakan menghasilkan nilai koefisien negatif tidak signifikan sehingga hal tersebut tidak dapat mempengaruhi variabel apapun dalam penelitian.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adiansah, W., Mulyana, N. and Fedryansyah, M. (2016) 'Potensi crowdfunding di Indonesia dalam praktik pekerjaan sosial', *Prosiding Ks:Riset&Pkm*, 3(2), pp. 230–236.
- Agustin, P. and Mawardi, I. (2014) 'JESTT Vol. 1 No. 12 Desember 2014', 1(12), pp. 874–892.
- Aven, T., Renn, O. and Rosa, E. A. (2011) 'On the ontological status of the concept of risk', *Safety Science*. Elsevier Ltd, 49(8–9), pp. 1074–1079. doi: 10.1016/j.ssci.2011.04.015.
- Belleflamme, P., Lambert, T. and Schwienbacher, A. (2014) 'Crowdfunding: Tapping The Right Crowd', *Journal Business Venture*, 29(5), pp. 585–609. doi: 10.1016/j.jbusvent.2013.07.003.
- Bhawika, G. W. (2017) 'Risiko Dehumanisasi Pada Crowdfunding Sebagai Akses Pendanaan Berbasis Teknologi Di Indonesia', *Jurnal Sosial Humaniora*, 10(1), p. 47. doi: 10.12962/j24433527.v10i1.2355.
- Bock, G.-W., Lee, J., Kuan, H.-. and Kim, J.-H. (2012) 'The Progression of online trust in the multichannel retailer context and the role of product uncertainty', *Decision Support Systems*, 53(1), pp. 97–107.
- Brainin, E. and Neter, E. (2014) 'Inside Technology: Opening the Black Box of Health-Website Configuration and Content Management', *Future Internet*, (6), pp. 773–799. doi: 10.3390/fi6040773.
- van Cappellen, P. *et al.* (2011) 'Beyond mere compliance to authoritative figures: Religious priming increases conformity to informational influence among submissive people', *International Journal for the Psychology of Religion*, 21(2), pp. 97–105. doi: 10.1080/10508619.2011.556995.
- Chen, Y. ., Lin, T. P. and Yen, D. . (2014) 'How to Facilitate Inter-Organizational Knowledge Sharing: The Impact of Trust', *Information and Management*, 51(5), pp. 568–578.
- Cho, J. and Lee, J. (2006) 'An Integrated Model of Risk and Risk-reducing Strategies', *Journal of Business Research*, 59(1), pp. 112–120.
- Chou, S. ., Huang, G. . and Hsu, H. . (2010) 'Investor Attitudes and Behavior towards Inherent Risk and Potential Returns in Financial Products', *International Research Journal of Finance and Economics*, pp. 16–29.
- Ghozali, I. and Latan, H. (2015) *Partial Least Squares: konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0*. 2nd edn. Semarang: Badan

Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

- Gleasure, R. (2015) 'Resistance to Crowdfunding among Entrepreneurs: An Impression Management Perspective', *Journal of Strategic Information Systems*, 24(4), pp. 219–233.
- Gomber, P., Koch, J.-A. and Siering, M. (2017) 'Digital Finance and FinTech: current research and future research directions', *Journal of Business Economics*. Springer Berlin Heidelberg, 87(5), pp. 537–580. doi: 10.1007/s11573-017-0852-x.
- Grafton, M. and Manning, M. (2017) 'Establishing a Risk Profile for New Zealand Pastoral Farms', *Agriculture*, 7(10), p. 81. doi: 10.3390/agriculture7100081.
- Hair, J. b. *et al.* (2012) *PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODELING (PLS-SEM)*.
- Hung, A., Heinberg, A. and Yoong, J. C. (2010) *Do Risk Disclosures Affect Investment Choice?*
- Kang, M. *et al.* (2016) 'Understanding the determinants of funders' investment intentions on crowdfunding platforms', *Industrial Management & Data Systems*, 116(8), pp. 1800–1819. doi: 10.1108/IMDS-07-2015-0312.
- Kennedy, E.J. and Lawton, L. (1998) 'Religiousness and business ethics', *Journal of Business Ethics*, 17(2), pp. 163–175.
- Kim, D, J. Ferrin, D.L, and Rao, H. R. (2008) 'A trust-based consumer decision making model in electronic commerce: the role of trust, perceived risk and their antecedents', *Decision Support Systems*, 44(2), pp. 544–564.
- McDaniel, S. W. and Burnett, J. J. (1990) 'Consumer Religiosity and Retail Store Evaluation Criteria', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18(2), pp. 101–112.
- McGuire, S. T., Omer, T. C. and Sharp, N. Y. (2012) 'The impact of religion on financial reporting irregularities', *Accounting Review*, 87(2), pp. 645–673. doi: 10.2308/accr-10206.
- Mollick, E. (2014) 'The Dynamics of Crowdfunding: An Exploratory Study', *Journal of Business Venturing*, 29(1), pp. 1–16.
- Pavlou, P. A. (2002) 'Institution-based trust in interorganizational exchange relationship: the role of online B2B marketplace on trust formation', *Journal of Strategic Information Systems*, 11 Nos 3/4, pp. 215–243.
- Short, J. C. *et al.* (2017) 'Research on Crowdfunding: Reviewing the (Very

Recent) Past and Celebrating the Present', *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(2), pp. 149–160. doi: 10.1111/etap.12270.

Urban, G. L., Amyx, C. and Lorenzon, A. (2009) 'Online Trust: State of The Art, New Frontiers, and Research Potential', *Journal of Interactive Marketing*, 23(2), pp. 179–190.

Wagar, E. A. (2014) 'Credibility', *Archives of Pathology & Laboratory Medicine*, 138(7), pp. 873–875. doi: 10.5858/arpa.2014-0151-ED.

Zheng, H. *et al.* (2014) 'The Role of Multidimensional Social Capital in Crowdfunding: A Comparative Study in China and US', *Information and Management*, 51(4), pp. 488–496.

7. PUSTAKA TAMBAHAN

www.kickstarter.com

www.kitabisa.com