

MINAT PENGGUNA E-WALLET DALAM BERDONASI ONLINE

(The Interest of E-Wallet Users in Donating Online)

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

WAHYU SEPTIANA NURJANAH

18423182

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Septiana Nurjanah
NIM : 18423182
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Minat Pengguna E-Wallet dalam Berdonasi Online

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 29 Agustus 2022



Wahyu Septiana Nurjanah

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama : Wahyu Septiana Nurjanah
NIM : 18423182
Judul Skripsi : Minat Pengguna E-Wallet dalam Berdonasi
Online

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 29 Agustus 2022



Fajar Fandi Atmaja, Lc. M.S.I.

NOTA DINAS

Yogyakarta, 29 Agustus 2022 M
1 Safar 1444 H

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Indonesia dengan surat nomor: 517/Dek/60/DAATI/FIAI/V/2022 tanggal 23 Mei 2022 (22 Syawal 1443 H) atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Wahyu Septiana Nurjanah
Nomor Induk Mahasiswa : 18423182
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi : Studi Islam/Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2021/2022
Judul Skripsi : Minat Pengguna E-Wallet dalam Berdonasi
Online

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, sudah dapat diajukan untuk memenuhi syarat untuk diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana. Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas untuk dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing,



Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I.







PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 27 September 2022
Judul Tugas Akhir : Minat Pengguna E-Wallet dalam Berdonasi Online
Disusun oleh : WAHYU SEPTIANA NURJANAH
Nomor Mahasiswa : 18423182

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua	: Anom Garbo, SEI, ME	
Penguji I	: Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM	
Penguji II	: Rheyza Virgiawan, Lc., ME	
Pembimbing	: Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I.	

Yogyakarta, 7 Oktober 2022

Dekan,




Dr. Drs. Asmuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil ‘alamiin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan segala kenikmatan. Sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan kita dan senantiasa kita harapkan syafaatnya di yaumul akhir. Atas berkat rahmat Allah SWT saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan segala ikhtiar yang sebaik-baiknya. Maka ini menjadi sebuah karya yang saya persembahkan kepada:

Pertama, kepada Ibunda tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh serta mengajarkan saya arti sebuah kesabaran dalam menempuh segala lika-liku dalam perkuliahan. Kedua, saya persembahkan kepada almarhum Ayahanda tercinta yang sudah tenang di sisi Allah SWT. Meskipun tidak dapat menyaksikan putri bungsunya ini menempuh kuliah sampai mendapatkan gelar sarjana, akan tetapi selama hidupnya Ayahanda telah memberikan dukungan serta nasihat-nasihat yang tidak akan pernah saya lupakan. Ketiga, saya persembahkan kepada kedua kakak kandung dan kedua kakak ipar yang telah memberikan dukungan baik dari segi moril maupun materil.

Kemudian saya ucapkan terimakasih kepada Bapak Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah mendampingi dengan sabar dalam proses bimbingan untuk menyelesaikan skripsi. Tidak dapat membalas budi atas kebaikan bapak, semoga Allah SWT membalas dengan segala rahmat yang dikehendaki-Nya. Tak lupa pula ucapan terimakasih saya sampaikan kepada seluruh dosen dan staff Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan ilmu dan membantu dalam proses urusan akademik.

Terakhir saya ucapkan terimakasih kepada teman-teman seperjuangan keluarga besar Ekonomi Islam 2018 Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Terimakasih telah saling memberikan dukungan satu sama lain selama proses perkuliahan dan pada akhirnya akan terpisahkan oleh jarak dan waktu menempuh perjuangan hidup masing-masing.

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya:

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S. Al Insiroh (94):5)

“Tiga kunci yang menjadi prinsip hidup saya yaitu:

Semangat, Sabar dan Syukur”

-Wahyu Septiana Nurjanah-

الجامعة الإسلامية
الاستدراكية
الاندونيسية

ABSTRAK

MINAT PENGGUNA E-WALLET DALAM BERDONASI ONLINE

WAHYU SEPTIANA NURJANAH
18423182

Negara Indonesia dinobatkan sebagai negara paling dermawan di dunia pada tahun 2021 oleh Charities Aid Foundation (CAF) World Giving Index. Hal itu selaras dengan meningkatnya galang dana sosial pada salah satu platform *crowdfunding* yaitu kitabisa.com. Metode pembayaran pada platform kitabisa.com telah terhubung dengan *e-wallet* di antaranya GoPay, DANA, ShopeePay, LinkAja dan JeniusPay. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui minat pengguna *e-wallet* dalam berdonasi secara online. Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* sehingga variabel yang digunakan yaitu variabel sikap, norma subjektif (X2), kontrol perilaku (X3) dan minat berdonasi (Y). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap minat pengguna *e-wallet* dalam berdonasi secara online. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, karena jumlah populasi tidak diketahui sehingga desain pengambilan sampel menggunakan metode *Non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel terbatas pada sasaran responden yang dengan kriteria yang telah ditentukan. Sampel penelitian sebanyak 100 responden yaitu mahasiswa aktif di Yogyakarta yang menggunakan *e-wallet*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berdonasi secara online. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa sikap tidak berpengaruh terhadap minat berdonasi online, sedangkan norma subjektif dan kontrol perilaku secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat berdonasi online.

Kata kunci: Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Minat Berdonasi Online

ABSTRACT

THE INTEREST OF E-WALLET USERS IN DONATING ONLINE

WAHYU SEPTIANA NURJANAH

18423182

Indonesia has been declared as the most generous country in the world in 2021 by the Charities Aid Foundation (CAF) World Giving Index. This is in line with the increase in social fundraising on one of the crowdfunding platforms, i.e. kitabisa.com. The payment method on the platform of kitabisa.com is connected to e-wallet, including GoPay, DANA, ShopeePay, LinkAja and JeniusPay. The researcher, in turn, intended to figure out the interest of e-wallet users in donating online. This study used the Theory of Planned Behavior in which the variables used included variables of attitude, subjective norms (X2), behavioral control (X3) and interest in donating (Y). The purpose of this study was to determine the effects of attitudes, subjective norms and behavioral control on e-wallet users' interest in donating online. This is a quantitative research in which the number of population was not identified; hence, the sampling design used *Non probability sampling* method with the *purposive sampling* technique that is the limited sampling technique with the target of respondent with the criteria determined. There were 100 respondents those are the active college students using e-wallet involved as the sample of this research. The data analysis used the multiple linear regression. The results of this research showed that the variables of attitude, subjective norms, and attitude control simultaneously had a significant effect on the interest in donating online. The results of the hypothesis test showed that the attitude had no effect on the interest in donating online; in contrast, the subjective norms and attitude control partially had the effects on the interest in donating online.

Keywords: Attitude, Subjective Norm, Attitude Control, Interest to Donate Online

October 11, 2022

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

PEDOMAN TRANSLITERASI KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 168 Tahun 1987

Nomor: 0643b/U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)

خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	`ain	`	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dommah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan Ya	AI	a dan i
...وُ	Fathah dan Wau	AU	a dan u

Contoh:

- Kataba كَتَبَ
- fa'ala فَعَلَ
- suila سُئِلَ
- kaifa كَيْفَ
- haula حَوْلَ

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tabel 0. 4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أَ...يَ	Fathah dan alif atau Ya	Ā	a dan garis diatas
...يِ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis diatas
...وُ	Dammah dan Wau	Ū	u dan garis diatas

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَاوْدَةُ الْاَطْفَالِ	raudah al-attfāl/raudahtul atfāl
الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّارَةُ	al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul munawwarah
طَلْحَةَ	talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh

نَزَّلَ nazzala

الْبِرِّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

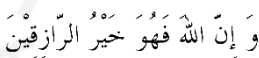

Contoh :

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- أَنْوَاءٌ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

-  Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innalāha lahuwa khairurrāziqīn
-  Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

-  Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

لله غفور رحيم Allaāhu gafūrun rahīm

لله الأمر جميعاً Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ
وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah memberi rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Minat Pengguna E-Wallet dalam Berdonasi Online”** dengan sebaik-baiknya. Sholawat serta salam tetap terlimpahkan kepada junjungan Nabi kita yakni Nabi Muhammad SAW sang pilihan dan sang pemilik ukhuwah. Skripsi ini diajukan guna ketentuan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah berikhtiar secara maksimal untuk menyelesaikannya, namun tanpa bantuan dari berbagai pihak penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat berjalan dengan baik dan lancar. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak terkait yang telah berkenan memberikan dukungan, nasihat, saran dan kritik terhadap penulis. Ucapan terimakasih disampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami menuntut ilmu sebagai mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Dra. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc., M.S.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

5. Bapak Fajar Fandi Atmaja., Lc., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan senantiasa sabar dan semangat dalam memberikan pengarahan dan bimbingan penyusunan skripsi ini sehingga tercapai hasil yang baik, terima kasih atas waktu dan tenaganya.
6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan berbagai ilmu serta memberikan pengalaman yang sangat bermakna selama menempuh kuliah, semoga ilmu yang disampaikan dapat bermanfaat berkah di dunia dan akhirat.
7. Staf akademik dan seluruh karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah membantu berkaitan dengan akademik.
8. Kepada Ibunda tercinta yang telah menyayangi dan selalu mendoakan untuk segala kebaikan penulis. Terimakasih pula penulis ucapkan kepada almarhum Ayahanda tercinta yang semasa hidupnya memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk menempuh perkuliahan ini.
9. Kedua kakak kandung tersayang Tita Yulinda dan Kiki Octa Dewi, yang telah mendoakan dan memberikan dukungan baik segi moril maupun materil kepada penulis.
10. Kedua kakak ipar tersayang Turlani dan Bayu Herjunadi yang telah mendoakan dan memberikan dukungan baik segi moril maupun materil kepada penulis.
11. Teman-teman RESPECT yang telah berjuang dan saling memberikan dukungan satu sama lain selama menempuh perkuliahan ini.
12. Teman-teman seangkatan Program Studi Ekonomi Islam 2018 yang telah kebersamai, menopang dan saling melengkapi dalam menimba ilmu di perkuliahan ini.
13. Serta pihak lain yang tidak dapat dicantumkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, nasihat, saran dan membantu dalam segala hal sehingga bisa terselesaikannya skripsi ini.
14. Kepada diri saya sendiri yang telah berjuang dan berusaha memberikan yang terbaik menurut versi diri saya sendiri sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Semoga kebaikan berbagai pihak terkait diberikan balasan yang terbaik oleh Allah SWT. Aamiin.

Dengan kerendahan hati, penulis berharap kepada pihak-pihak yang dengan ikhlas menopang atas segenap kesalahan serta hal-hal yang kurang berkenan di hati, sebab hal itu semua merupakan suatu kelalaian dari penulis, karena tidak ada manusia yang sempurna, kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis menerima secara terbuka saran dan kritik yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi referensi untuk pembaca.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 29 Agustus 2022

Penulis,



Wahyu Septiana Nurjanah

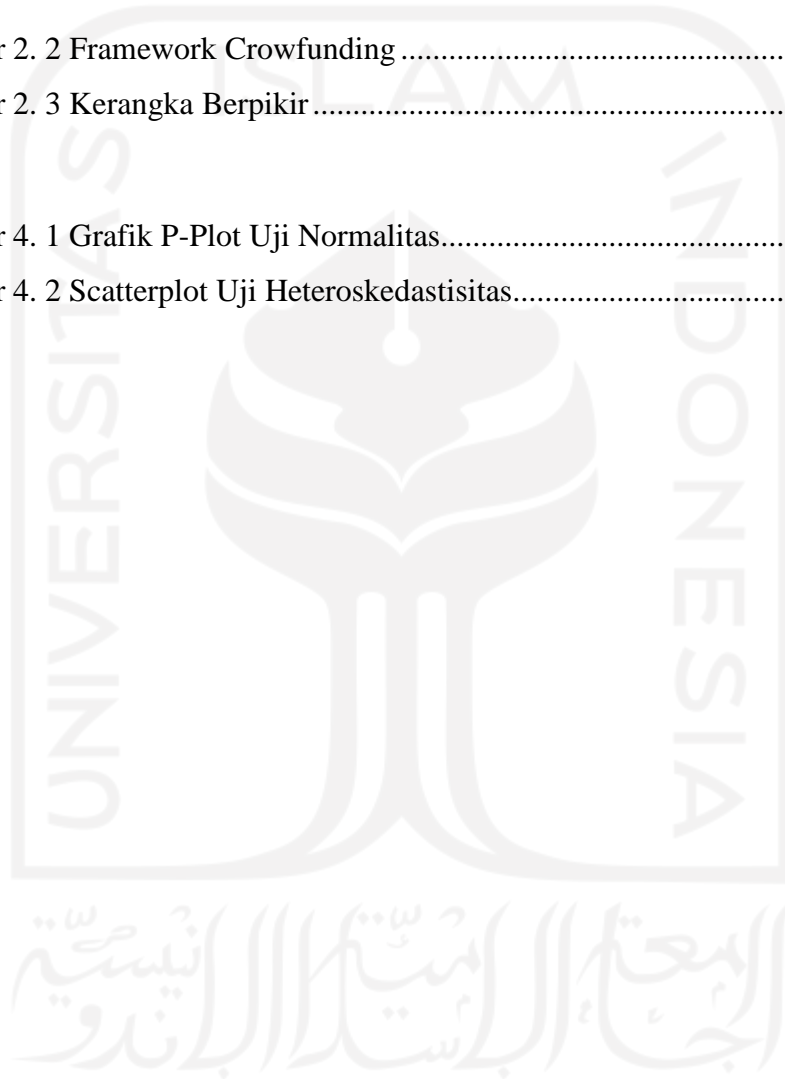
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	x
KATA PENGANTAR.....	xviii
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR TABEL.....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	10
A. Telaah Pustaka.....	10
B. Landasan Teori.....	22
1. Minat.....	22
2. Theory of Planned Behavior.....	22
3. E-wallet.....	25
4. Donasi.....	27
5. Crowdfunding.....	30
C. Hipotesis.....	33
D. Kerangka Berpikir.....	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	36
A. Metodologi Penelitian.....	36
1. Desain Penelitian	36
2. Lokasi Penelitian.....	37
3. Waktu Pelaksanaan Penelitian	37
4. Subjek dan Objek Penelitian	37
B. Metode Penentuan Sampel	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	38
C. Sumber Data	39
D. Definisi Operasional Variabel	40
E. Metode Analisis Data	41
BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Karakteristik Responden.....	47
B. Statistik Deskriptif.....	54
C. Analisis Data.....	61
1. Uji Kualitas Data.....	61
2. Uji Asumsi Klasik.....	63
3. Uji Hipotesis	67
D. Pembahasan	71
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Keterbatasan Penelitian.....	74
C. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Volume transaksi uang elektronik.....	1
Gambar 1. 2 Faktor Pendorong Adopsi e-Wallet.....	3
Gambar 2. 2 Framework Crowdfunding	31
Gambar 2. 3 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4. 1 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	64
Gambar 4. 2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	66



DAFTAR TABEL

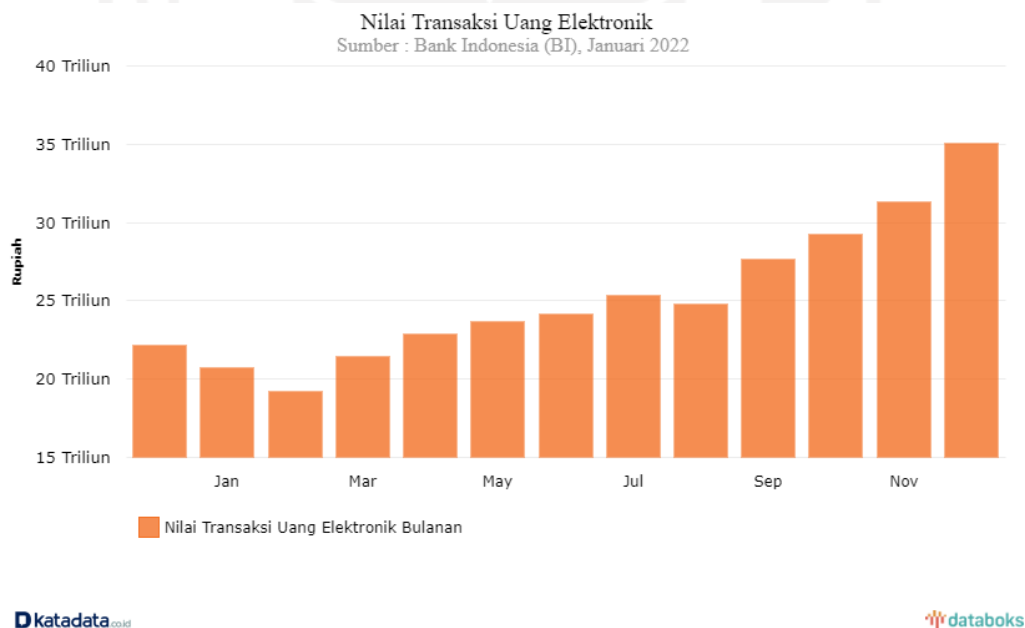
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3. 1 Skala Likert	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi.....	49
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berdonasi Online	51
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berdonasi dalam Satu Bulan	51
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Nominan Berdonasi.....	52
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis e-wallet yang digunakan	53
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Sikap	54
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Norma Subjektif	55
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Berdasarkan Kontrol Perilaku	57
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Berdasarkan Keputusan Berdonasi.....	59
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	68
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	70
Tabel 4. 20 Koefisien Determinasi.....	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dinamika kehidupan masyarakat dewasa ini, telah melahirkan berbagai inovasi baru seiring dengan kemajuan zaman. Sejalan dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat mendorong sistem pembayaran secara elektronik yang lebih praktis dan efisien. Kemudahan dalam melakukan transaksi secara elektronik menjadi alasan utama masyarakat dalam melakukan pembayaran sehingga menggeser peranan uang tunai (*currency*) sebagai alat pembayaran secara tunai.



Gambar 1. 1 Volume transaksi uang elektronik

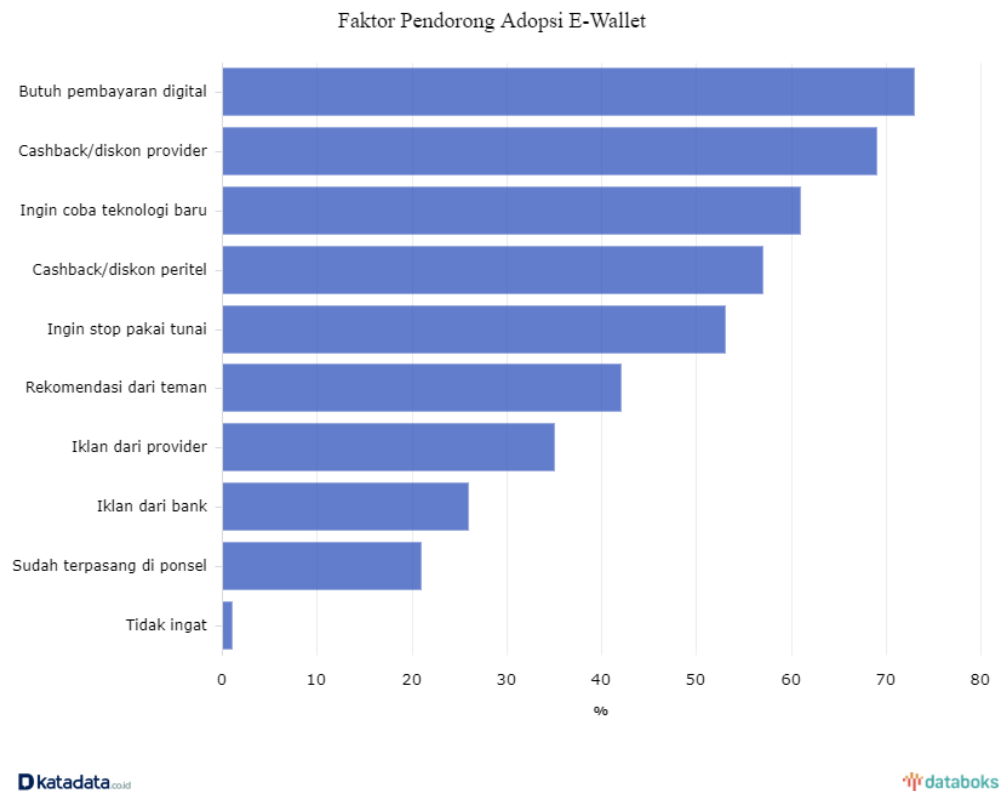
Dapat kita ketahui pada data Bank Indonesia tersebut bahwa volume transaksi uang elektronik mencapai Rp 35,10 triliun per Desember 2021. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya mengalami peningkatan sebesar

58,60% atau hanya mencapai Rp 22,13 triliun. Kenaikan angka juga naik sebesar 12,17% dibandingkan bulan November 2021 yang mencapai Rp 31,29 triliun.

Terkait dengan volume transaksi penggunaan uang elektronik di Indonesia, pada Desember 2021 tercatat mencapai 602,29 juta kali. Angka tersebut meningkat 13,63% jika dibandingkan pada bulan November 2021 yang hanya mencapai 530,02 juta transaksi. Jumlah volume transaksi tersebut jika dibandingkan dengan Desember 2020 meningkat sebesar 37,49% atau tercatat 438,04 juta kali transaksi.

Meningkatnya transaksi uang elektronik terjadi seiring dengan meningkatnya akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring serta didorong oleh perluasan dan kemudahan sistem pembayaran digital dan akselerasi digital banking, hal itu diungkapkan oleh Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo (Bank Indonesia, 2022).

Berdasarkan laporan Boku Inc. yang bertajuk ‘Mobile Wallets Report 2021’, terdapat beberapa faktor yang mendorong masyarakat Indonesia melakukan transaksi menggunakan *e-wallet*. Boku Inc. bersama dengan Juniper Research melakukan survei terhadap pengguna *e-wallet* lebih dari 5000 pengguna di seluruh negara Brasil, India, Indonesia, Jepang, dan Rusia. Penelitian tersebut dilakukan pada April dan Mei 2021. Hasil survei menyatakan bahwa tingkat kepercayaan mencapai 95% dan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar $\pm 3\%$. Dalam laporan tersebut menyebutkan total pengguna *e-wallet* di Indonesia sebesar 63,6 juta. Diprediksikan di tahun 2025 bakal mencapai angka 202 juta pengguna *e-wallet*. Sedangkan nilai transaksi *e-wallet* di Tanah Air mencapai US\$ 28 miliar pada tahun 2020. Sedangkan untuk volume transaksi *e-wallet* mencapai 1,7 miliar kali.



Gambar 1. 2 Faktor Pendorong Adopsi e-Wallet

Menurut hasil data tersebut faktor pendorong adopsi *e-wallet* persentase tertinggi mencapai 73% masyarakat Indonesia menggunakan *e-wallet* karena masyarakat membutuhkan pembayaran secara daring. Kemudian, sebanyak 69% responden menggunakan *e-wallet* karena terdapat *cashback*/diskon yang tersedia. Terdapat pula sejumlah 61% responden menggunakan *e-wallet* karena ingin mencoba teknologi baru, 57% reponden menggunakan *e-wallet* karena tertarik mendapatkan *cashback*/diskon dari peritel tertentu, 53% responden pengguna *e-wallet* ingin berhenti untuk menggunakan *e-wallet*. Kemudian terdapat 42% reponden menggunakan *e-wallet* karena direkomendasikan oleh teman, lebih lanjut reponden terdorong karena iklan dari penyedia *e-wallet* dan bank masing-masing sebanyak 35% dan 26% (Annur, 2021).

Peningkatan pengguna *e-wallet* di Tanah Air memberikan manfaat serta mewujudkan ekosistem *cashless society* atau masyarakat tanpa uang. Hal ini sejalan dengan program yang dicanangkan oleh Bank Indonesia pada 14

Agustus 2014 yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Tujuan GNNT untuk menciptakan sistem pembayaran yang aman, efisien dan lancar guna mendorong sistem keuangan nasional agar dapat bekerja secara efektif dan efisien. Dengan demikian, efisiensi uang elektronik dapat memudahkan masyarakat sehingga tidak perlu membawa uang dalam jumlah besar serta menghindari terjadinya kesalahan hitung atau *human error* (Bank Indonesia, 2020).

Di masa pandemi Covid-19 *World Health Organization* (WHO) menghimbau kepada masyarakat seluruh dunia agar dapat menerapkan *contactless payment*. Hal itu dimaksudkan untuk menghindari kontak fisik dan menjaga jarak (*physical distancing*) antar masyarakat. Sebelumnya WHO sebagai Organisasi Kesehatan Dunia mendeklarasikan melalui konferensi pers pada tanggal 9 Maret 2020 bahwa virus corona telah resmi sebagai pandemi yang belum pernah terjadi sebelumnya selama sejarah umat manusia. Hal ini berdampak pada perilaku masyarakat ekonomi global. Termasuk dalam melakukan transaksi tunai yang beralih melalui nontunai dengan menggunakan dompet digital. Menurut Rangkuty (2021) pengguna *e-wallet* (ShopeePay, OVO, Gopay, Dana, LinkAja) semakin meningkat seiring dengan meningkatnya nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia karena adanya kebijakan *physical distancing* yang menuntut masyarakat membatasi interaksi sosial sehingga transaksi pembayaran beralih pada sistem pembayaran digital. Peningkatan pengguna *e-wallet* tersebut karena memiliki 3 keuntungan diantaranya (1) praktis dan efisien; (2) banyak promo, diskon, dan *cashback*; (3) aman. Keuntungan dalam menggunakan *e-wallet* diharapkan mampu mendukung usaha atau industri dalam negeri yang berperan sebagai *e-commerce* untuk melakukan pembayaran menggunakan metode nontunai dan pada akhirnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi.

Uang elektronik menurut Pasal 1 angka 3 Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/40/PBI/2018 Tahun 2018 adalah instrumen pembayaran yang diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.

Dana tersebut kemudian disimpan secara elektronik dalam media *server* maupun *chip* dan dapat dipindahkan untuk melakukan transaksi pembayaran maupun transfer dana. Konsep uang elektronik sering dikaitkan dengan konsep konvensional yang artinya jika uangnya berbentuk elektronik maka dompet untuk menyimpan dananya berbentuk secara digital (Pratama, 2017). *E-wallet* merupakan uang elektronik yang berbasis media server (*server based*) berupa sebuah aplikasi dompet digital yang terdapat pada smarphone. Sebagai salah satu jenis penyelenggara jasa sistem pembayaran, *e-wallet* diselenggarakan oleh bank dan lembaga selain bank. Contoh *e-wallet* yang populer di Indonesia terdapat Gopay, OVO, DANA, ShopeePay, LinkAja dan JeniusPay.

Seiring dengan meningkatnya pengguna *e-wallet* di masa pandemi, Indonesia kembali dinobatkan sebagai negara paling dermawan di dunia. Predikat tersebut disematkan oleh Charities Aid Foundation (CAF) World Giving Index tahun 2021. Hal itu selaras dengan data kitabisa.com yang merupakan salah satu platform *crowdfunding* di Indonesia tercatat bahwa lebih dari 3 juta donatur berdonasi via aplikasi kitabisa yang membantu lebih dari 36.000 galang dana sosial (Kompas, 2021). Penilaian tersebut berdasarkan pada beberapa aspek yakni membantu orang asing, menyumbangkan uang ke lembaga amal dan mengikuti kegiatan amal secara sukarela. Hasil survei tersebut berdasarkan data yang dianalisis selama sepuluh tahun terakhir yang dilakukan terhadap 1,3 juta orang responden di 125 negara. Terdapat 10 negara paling dermawan yang dilaporkan oleh Charities Aid Foundation (CAF), diantaranya Indonesia berada pada urutan paling dermawan, kemudian disusul oleh negara Nigeria, Australia, New Zealand, Kosovo, Kenya, Myanmar, Ghana, Uganda, dan Thailand.

Donasi biasanya berbentuk tunai dan natura seperti barang-barang, sembako dan bahan baku lainnya yang menjadi keperluan sehari-hari. Akan tetapi yang lebih penting donasi tersebut harus tepat sasaran dan sesuai dengan orang yang berhak menerima donasi tersebut, agar bantuan yang diberikan tidak disalahgunakan (Alexandrea and Handiwidjojo, 2016). Pengumpulan

dana dari masyarakat disebut juga dengan istilah *crowdfunding*. Menurut Bradford (2012) istilah *crowdfunding* diartikan sebagai “*funding from the crowd-raising small amounts of money from a large number of investors*” atau pendanaan yang berasal dari masyarakat dengan mengumpulkan sejumlah uang kecil dari sejumlah besar investor. Di Indonesia *crowdfunding* yang berbentuk donasi (*donation-based*) yang pertama dan paling populer adalah platform *crowdfunding* Kitabisa.com yang diluncurkan pada tahun 2014. Jika dilihat dari ranah payung hukum, platform *donation-based crowdfunding* berbasis sistem elektronik diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, sedangkan jika ditinjau dari ranah hukum sebagai wadah kegiatan sosial kemanusiaan maka di bawah naungan hukum Kementerian Sosial Republik Indonesia yang tercantum dalam Undang-Undang Pengumpulan uang atau Barang (UU PUB) (Palito et al., 2020).

Donasi yang terkumpul ditujukan untuk program kemanusiaan, misalnya korban bencana alam, pasien yang sakit membutuhkan biaya untuk operasi, dan donasi yang disalurkan untuk masyarakat miskin. Sejatinnya dalam Islam telah dianjurkan untuk berdonasi atau dengan yang lebih dikenal dengan istilah sedekah dan infaq.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai penggunaan *e-wallet* dan donasi penulis tertarik melakukan penelitian secara lebih dalam mengenai hal yang berkaitan dengan minat dari pengguna *e-wallet* dalam berdonasi online yang kemudian akan dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang berarti bahwa sikap terhadap perilaku merupakan pokok penting untuk melakukan perbuatan dengan mempertimbangkan norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsi seseorang. Maka dari itu penulis mengambil judul “MINAT PENGGUNA E-WALLET DALAM BERDONASI ONLINE”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut maka ditemukan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh sikap terhadap minat berdonasi online?
2. Bagaimana pengaruh norma subjektif terhadap minat berdonasi online?
3. Bagaimana pengaruh kontrol perilaku terhadap minat berdonasi online?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh sikap terhadap minat berdonasi online
2. Menganalisis pengaruh norma subjektif terhadap minat berdonasi online
3. Menganalisis pengaruh kontrol perilaku terhadap minat berdonasi online

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi akademisi maupun praktisi diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi para peneliti lain yang akan mengangkat masalah yang sama serta diharapkan memberikan informasi dan masukan kepustakaan dalam bidang ekonomi Islam.
2. Bagi praktisi, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan rujukan dan pertimbangan bagi pengguna *e-wallet* khususnya Mahasiswa di Yogyakarta dalam memutuskan untuk berdonasi berbasis online.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari beberapa bab dan masing-masing bab diuraikan dalam pembahasan masalah yang terdiri dari sub bab. Agar

pembahasan penelitian ini mudah mendapatkan gambaran maka penulis merangkumnya dalam sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai hal yang menjadi latar belakang dilakukannya penelitian. Latar belakang penelitian membahas tentang alasan akademis, variabel, dan subjek penelitian serta didukung dengan data yang memadai. Rumusan masalah berisi tentang intisari dari permasalahan yang akan diselesaikan dalam pembahasan penelitian ini yang ditulis dalam bentuk kalimat tanya. Tujuan penelitian harus konsisten terhadap latar belakang dan rumusan masalah. Manfaat penelitian merupakan manfaat yang dapat diperoleh berbagai pihak yang berkaitan erat dengan tujuan penelitian dan pengembangan akademik baik secara teoretis maupun praktis. Sistematika penulisan adalah sebuah metode atau urutan untuk menyelesaikan penelitian yang terdiri dari bab dan sub bab.

BAB II KERANGKA TEORI

Kerangka teori menjelaskan seputar telaah pustaka (*Literature Review*) yang bersumber dari 10 jurnal ilmiah penelitian terdahulu yang sejenis. Berbagai sumber kepustakaan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Landasan teori yang diuraikan dalam penelitian memuat uraian konsep, teori serta berbagai uraian yang relevan dengan permasalahan yang akan menjadi topik dalam penelitian. Dalam bab ini memuat hipotesis dan kerangka berpikir penelitian. Hipotesis merupakan dugaan sementara atas persoalan yang masih harus diuji kebenarannya. Kerangka berpikir adalah *sintesa* dari serangkaian teori yang memberikan gambaran sistematis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tata cara pelaksanaan penelitian untuk menjawab permasalahan penelitian yang diajukan secara logis, empiris, dan sistematis. Terdapat beberapa pokok bahasan dalam penelitian ini; desain

penelitian, lokasi, waktu, objek, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian dan teknis analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV memuat tentang analisis data dan pembahasan yang akan dipaparkan mengenai kaitannya antar suatu variabel terhadap variabel lain menggunakan metode yang diajukan dan menganalisis proses dari penyelesaian masalah penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab V berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan memberikan penjelasan singkat dari hasil penelitian yang sudah dibahas pada bagian pembahasan. Sedangkan saran disampaikan dengan tujuan untuk kepentingan riset selanjutnya serta masukan terhadap hal-hal yang perlu diperbaiki.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Dalam pembahasan telaah pustaka penulis bermaksud mencari data sebagai rujukan atau perbandingan yang berkaitan dengan penelitian-penelitian dan kajian-kajian terdahulu yang relevan. Sumber kepustakaan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah karena bagian penting dalam sebuah penelitian. Telaah pustaka menguraikan informasi dan hasil dari penelitian sejenis sebelumnya. Tujuannya adalah untuk mengetahui keaslian penelitian yang dikaji agar tidak terjadi plagiasi atau duplikasi.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang *e-wallet*. Namun perihal minat pengguna *e-wallet* dalam berdonasi online belum ada peneliti yang mengakajinya. Terkait pengguna *e-wallet* dikaitkan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sehingga terdapat beberapa faktor yang menjadi variabel dalam penelitian ini antara lain sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjektif norms*), kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Berikut telaah pustaka yang diambil dari penelitian terdahulu antara lain:

Pertama, menurut penelitian Celine Linardi dan Nur (2021) yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform *Crowdfunding*”, menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh tidak signifikan terhadap minat berdonasi, persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh signifikan terhadap minat berdonasi melalui platform *crowdfunding*, persepsi kepercayaan (*Perceived Trust*) berpengaruh signifikan terhadap minat berdonasi pada platform *crowdfunding*, dan norma subjektif (*Subjective Norms*) berpengaruh signifikan terhadap minat berdonasi pada platform *crowdfunding*.

Kedua, penelitian yang dilakukan Aziz, Nurwahidin dan Chailis (2019) menyebutkan bahwa faktor religiusitas, efektivitas kampanye dan inovasi platform memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi masyarakat untuk berdonasi melalui *crowdfunding* berbasis online. Akan tetapi faktor jiwa sosial masyarakat lebih memilih untuk menyalurkan donasi secara langsung tanpa perantara menggunakan sistem online.

Ketiga, dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Social Marketing* terhadap Keputusan Berdonasi melalui Kitabisa.com” yang dilakukan oleh Fajery dan Firdaus (2020) membahas tentang bagaimana pengaruh *social marketing* (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan berdonasi melalui platform kitabisa.com yang selalu meningkat. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan berdonasi, sehingga kitabisa.com perlu melakukan pembaharuan agar pengguna tetap *user friendly*, mudah digunakan dan tidak membuat pengguna mudah bosan. Sedangkan harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian karena donatur yang hendak berdonasi tidak terpengaruh oleh nominal donasi melainkan terdorong oleh keinginan kuat untuk menolong oranglain. Selanjutnya faktor tempat berpengaruh terhadap keputusan berdonasi karena website dan aplikasi kitabisa.com memberikan kemudahan dan praktis digunakan dimanapun. Faktor promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan berdonasi, karena dapat memberikan daya tarik kepada calon donatur untuk berdonasi.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Hasna dan Irwansyah (2019) dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Inovasi Crowdfunding terhadap Keputusan Berdonasi” dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh inovasi *crowdfunding* terhadap keputusan berdonasi melalui platform *crowdfunding* kitabisa.com. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi *crowdfunding* berpengaruh sebesar 18,2% terhadap keputusan berdonasi melalui platform kitabisa.com. Karena inovasi teknologi memberikan kemudahan kepada donatur untuk melakukan donasi. Akan tetapi untuk platform

crowdfunding bukan hanya untuk keperluan penggalangan dana melainkan perlu adanya kampanye pesan untuk membangun kepercayaan kepada masyarakat.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi, Wiranto, Anggrainingsih (2019) yang berjudul “Evaluation of Campaign Categories On Kitabisa.com by Naïve Bayes Classifier Method” menyatakan hasil penelitian bahwa klasifikasi kategori penggalangan dana pada kitabisa.com yang menggunakan metode Naïve Bayes Classifier, terdapat 5 kategori yaitu bencana alam, kesehatan, menolong hewan, pendidikan dan rumah ibadah. Namun kategori sosial dan kemanusiaan tidak termasuk dalam kategori klasifikasi tersebut. Jika terdapat penggalangan dana yang memiliki fitur diluar lima kategori tersebut maka termasuk dalam kategori sosial dan kemanusiaan. Agar platform Kitabisa.com dapat meminimalisir dalam penggalangan dana maka kategori tersebut menjadikan rekomendasi untuk proses penggalangan dana.

Keenam, penelitian berjudul “Digital Altruism: Strategi Kepercayaan Pendonasi Kitabisa.com dalam Membangun Solidaritas Sosial” menitikberatkan pada strategi untuk meningkatkan kepercayaan berdonasi melalui Kitabisa.com agar dapat terciptanya solidaritas sosial. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa berdasarkan teori *Trust Pyramid Petrovic* pendonasi tidak terlalu mementingkan beberapa aspek, antara lain *State of the art security*, *Merchant Legitimacy*, *Fulfillment*, *Tone and Ambience* serta *Costomer Control*. Karena pendonor tidak perlu mencari legitimasi hukum kitabisa.com karena azas kepercayaan terhadap nama besar kitabisa.com untuk membantu sesama. Sedangkan aspek *Consumer Collaboration*, pendonasi merekomendasikan platform kitabisa.com kepada teman, keluarga, maupun koleganya dengan tujuan untuk saling membantu sesama (Rachmawari dan Solikhati, 2020).

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Fitriana, Hamdan dan Imaningsih (2021) yang berjudul “Pengaruh *E-Product Knowledge*, *E-Social Influence*, dan *E-Trust* terhadap Keputusan Berdonasi di Aplikasi Kitabisa.com” yang menyatakan bahwa jika *e-Product Knowledge* konsumen

pada aplikasi kitabisa.com tinggi maka dapat meningkatkan keputusan berdonasi untuk menggunakan aplikasi kitabisa.com. Selain *e-Product Knowledge* yang tinggi *e-social influence* juga berpengaruh signifikan maka semakin tinggi pula tingkat keputusan berdonasi melalui aplikasi Kitabisa.com. Jika *e-Trust* pada aplikasi kitabisa.com dapat ditingkatkan maka keputusan berdonasi melalui aplikasi kitabisa.com juga akan mengalami peningkatan yang signifikan.

Kedelapan, penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online Kitabisa.com” yang menggunakan teori elemen pesan di media sosial/situs donasi dan teori partisipasi audiens dalam penggalangan dana melalui situs online kitabisa.com. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kitabisa.com memiliki strategi komunikasi melalui sarana media sosial. Dalam melakukan kampanye kitabisa.com melakukan strategi dengan cara mengunggah sebuah konten yang berisi *storytelling* dengan format video. Kampanye dengan format video lebih menarik dibandingkan dengan format foto, karena rekaman video tersebut dapat diputar secara berulang kali. Kitabisa.com juga selalu meng-*update campaign*/laporan aktivitas sosial melalui website secara transparan. Hal itu dilakukan secara konsisten dan maintenance secara terus menerus agar dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat. Penyebaran kampanye melalui media sosial merupakan upaya untuk menyampaikan pesan kepada calon donatur maupun donatur agar selalu berpartisipasi melakukan donasi (Herna, Hisnawati, Hidayaturahmi dan Putri, 2019)

Kesembilan, penelitian yang berjudul “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Beli Produk pada UMKM Center Kota Tarakan”, bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap niat beli pada UMKM Center Kota Tarakan. Hasil penelitian menyatakan bahwa sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk UMKM Center (Khaerani dan Hasanah, 2018).

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Kharisma dan Putri (2020) yang berjudul “Teori of Planned Behavior terhadap Intensi untuk Memberi Infaq dan Shadaqah melalui Aplikasi Financial Technology (Go-Pay)”, hasil penelitian menyatakan bahwa pengguna Go-Pay memiliki tingkat kesadaran tinggi untuk melakukan infaq maupun shadaqah melalui Go-Pay, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* secara keseluruhan positif dan signifikan mempengaruhi niat pengguna Go-Pay untuk memberikan infaq dan shadaqah melalui Go-Pay, sedangkan attitude atau perilaku tidak berpengaruh terhadap intensi untuk berinfaq dan bersedekah. Semakin tinggi niat individu untuk memberikan infaq dan shadaqah melalui Go-Pay maka kemungkinan meningkatkan perilaku tersebut akan terwujud. Hal ini penulis merekomendasikan kepada BAZNAS dan Lembaga Amil Zakat untuk mengembangkan metode pembayaran zakat, infaq dan shadaqah melalui digital payment yang beriringan dengan semakin meningkatnya transaksi dan pengguna digital *payment*.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis, Tahun, Judul	Identitas Sumber	Metode Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Celine Linardi dan Triasesiarta Nur, 2021, Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berdonasi melalui platform crowdfunding	Jurnal, jurnal inovasi bisnis dan manajemen Indonesia, volume 04, nomor 02, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi Universitas Bina Nusantara	1. Jenis: Kuantitatif 2. Sampel: Mahasiswa/ mahasiswi berdomisili Jabodetabek yang mengetahui platform <i>crowdfunding</i> 3. Teknik pengumpulan data: data primer dengan menyebarkan	1. Teori penelitian ini menggunakan teori <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> sedangkan teori yang akan dilakukan penelitian oleh penulis menggunakan <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> . 2. Subjek penelitian: pengguna <i>e-wallet</i>

			<p>kuesioner, menggunakan pendekatan metode <i>non-probability sampling</i> dengan teknik pengumpulan sampel <i>purposive sampling</i></p> <p>4. Teknik analisis data: Regresi linier berganda</p>	<p>yang berdomisili di Yogyakarta</p>
2	<p>I.A. Aziz, Nurwahidin dan I. Chailis, 2019, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi melalui Platform <i>crowdfunding</i> berbasis online</p>	<p>Jurnal, jurnal syarikah, vol. 5 no. 1, Program Studi Kajian Wilayah Timur Tengah dan Islam, Sekolah Kajian Strategik dan Global, Universitas Indonesia</p>	<p>1. Jenis: Kuantitatif</p> <p>2. Sampel: Metode <i>Non probability sampling</i> dengan <i>purposive sampling</i></p> <p>3. Teknik pengumpulan data: kuesioner dan wawancara.</p> <p>4. Teknik analisis data: analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) yang diolah menggunakan AMOS 22</p>	<p>1. Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan SEM sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis menggunakan teknik analisis linier berganda</p>
3	<p>Fajery dan M. Riza Firdaus, 2020, Pengaruh <i>Social Marketing</i> terhadap Keputusan Berdonasi melalui Kitabisa.com</p>	<p>Jurnal, jurnal sains manajemen dan kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,</p>	<p>1. Jenis: Kuantitatif</p> <p>2. Populasi: semua donator yang pernah berdonasi melalui Kitabisa.com</p>	<p>1. Dalam penelitian ini menggunakan variabel <i>social marketing</i> berupa faktor produk, harga, tempat dan promosi, sedangkan variabel</p>

		Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin	<p>Sampel: 80 responden dengan kriteria berusia minimal 17 tahun</p> <p>3. Teknik pengumpulan data: kuesioner, teknik <i>non probability sampling</i> dengan jenis teknik <i>purposive sampling</i></p> <p>4. Teknik analisis data: <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) dengan PLS (<i>Partial Equation Least Square</i>)</p>	<p>yang akan dilakukan oleh penulis menggunakan faktor dari <i>Theory of Planned Behavior</i> yang terdiri dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku</p> <p>2. Subjek penelitian ini adalah responden yang berusia minimal 17 tahun, sedangkan penelitian yang akan dibahas oleh penulis adalah mahasiswa pengguna <i>e-wallet</i> yang berdomisili di Yogyakarta</p>
4	Safira Hasna dan Irwansyah, 2019, Pengaruh Inovasi <i>Crowdfunding</i> terhadap Keputusan Berdonasi	Jurnal, jurnal teknologi dan komunikasi digital zone, Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia	<p>1. Jenis: kuantitatif</p> <p>2. Populasi: pria dan wanita, pengguna media sosial, pernah melakukan kegiatan donasi di platform Kitabisa.com</p> <p>Sampel: 96 orang</p> <p>3. Teknik pengambilan data: kuesioner, teknik <i>non probability sampling</i> dengan</p>	<p>1. Sampel: mahasiswa pengguna <i>e-wallet</i> di Yogyakarta</p>

			<p><i>purposive sampling</i></p> <p>4. Teknik analisis data: regresi linier sederhana menggunakan SPSS</p>	
5	<p>Dwi Putri Pertiwi, Wiranto dan Rini Anggrainingsih, 2019, Evaluation of Campaign Categories On Kitabisa.com by Naïve Classifier Method</p>	<p>Jurnal, Jurnal Ilmiah Teknologi dan Informasi, Departement of Informatics, Faculty of Mathematics and Natural Science</p>	<p>1. Jenis: Kuantitatif</p> <p>2. Metode yang digunakan menggunakan 6 tahap yaitu: 1) pengumpulan data, 2) text processing, 3) training-testing subset, 4) feature selection, 5) text classification, 6) pengujian.</p> <p>3. Sumber data: website Kitabisa.com (https://kitabisa.com)</p> <p>Teknik pengumpulan data: Penelitian ini menggunakan metode Naïve Bayes Classifier (NBC) yang merupakan salah satu metode yang dapat mengklasifikasikan teks.</p>	<p>1. Teknik pengumpulan data: kuesioner</p> <p>2. Sumber data: Mahasiswa pengguna <i>e-wallet</i> di Yogyakarta</p>

6	Dewi Rachmawati dan Khotimatus Solikhati, 2020, Digital Altruism: Strategi Kepercayaan Pendonasi Kitabisa.com dalam Membangun Solidaritas Sosial	Jurnal, Jurnal Kajian Media, STIKOM LSPR Jakarta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan: Kualitatif 2. Sampel: 4 orang informan yang merupakan pendonasi minimal sudah 2 bulan melalui Kitabisa.com 3. Teknik pengumpulan data: wawancara dan <i>interview</i> melalui <i>whatsapp chat</i>, telepon, dan <i>whatsapp call</i>, teknik <i>purposive sampling</i>. Jawaban informan dihubungkan dengan konsep <i>Trust Pyramid</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan: Kuantitatif 2. Sampel: Mahasiswa pengguna <i>e-wallet</i> di Yogyakarta 3. Teknik pengambilan sampel: Kuesioner, metode <i>Non probability sampling</i> dengan teknik <i>purposive sampling</i>
7	Nanda Della Fitriana, Hamdan dan Erna Sofriana Imaningsih, 2021, Pengaruh <i>E-Product Knowledge</i> , <i>E-Social Influence</i> , dan <i>E-Trust</i> terhadap Keputusan Berdonasi di Aplikasi Kitabisa.com	Jurnal, Jurnal ULTIMA Management, Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jenis: Kuantitatif Pendekatan: Dekriptif-kuantitatif 2. Sampel: 145 responden yang mengetahui atau pernah menggunakan aplikasi Kitabisa.com 3. Variabel: <i>e-Product Knowledge</i> (X1), 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sampel: Mahasiswa pengguna <i>e-wallet</i> di Yogyakarta 2. Variabel: Sikap terhadap perilaku (X1), Norma Subjektif (X2), Kontrol Perilaku (X3) DAN Keputusan Berdonasi (Y)

			<p><i>e-social Influence</i> (X2), e-Trust (X3) dan Keputusan Berdonasi (Y)</p> <p>4. Teknik pengambilan sampel: <i>Purposive sampling</i></p> <p>5. Teknik Analisis Data: Analisis SEM-PLS</p>	
8	Herna, Hiswanti, Hidayaturahmi dan Amanda Anindya Putri, 2019, Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online Kitabisa.com	Jurnal, Jurnal Komunikasi Pembangunan, Stikom ITKP, IBI Kosgoro, STIA LAN Jakarta	<p>1. Pendekatan: Deskriptif-kualitatif</p> <p>2. Teori: teori elemen pesan di media sosial dan teori partisipasi</p> <p>3. Teknik analisis data: Analisis data Miles dan Herman</p>	<p>1. Jenis: Kuantitatif</p> <p>2. Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)</p>
9	Azisah Nurul Khaerani dan Nurjannatul Hasanah, 2018, Pengaruh sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Beli Produk pada UMKM Center Kota Tarakan	Jurnal, Jurnal Ekonomika, Universitas Borneo Tarakan	<p>1. Jenis: Kuantitatif</p> <p>2. Teori: <i>Theory of Planned Behavior</i></p> <p>3. Populasi: Masyarakat kota Tarakan yang tidak diketahui jumlahnya</p> <p>4. Sampel: Masyarakat kota Tarakan dengan kriteria mengetahui</p>	<p>1. Perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan terdapat pada variabel terikat (Y). Pada penelitian yang dilakukan Nurul dkk niat beli produk UMKM sebagai variabel terikat, sedangkan penelitian yang akan dilakukan</p>

			<p>produk yang dijual pada UMKM Center kota Tarakan (200 responden)</p> <p>5. Variabel: Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), Kontrol Perilaku (X3), dan niat beli produk UMKM (Y)</p> <p>6. Metode pengumpulan data: survei</p> <p>7. Teknik pengumpulan data: Kuesioner (angket)</p> <p>8. Skala pengukuran: Likert</p> <p>9. Metode Analisis Data: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas dan Uji Regresi</p> <p>10. Teknik Analisis Data: Menggunakan Analisis Regresi dengan bantuan SPSS versi 16.0</p>	<p>keputusan berdonasi sebagai variabel terikat.</p>
10	Anisa Sains Kharisma dan Negerina Kencono Putri, 2020, Teori of	Jurnal, Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi (JEBA),	<p>1. Jenis: Kuantitatif</p> <p>2. Teori: Teori of Planned Behavior</p> <p>3. Populasi:</p>	<p>1. Perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada</p>

<p>Planned Behavior terhadap intensi untuk memberi infaq dan shadaqah melalui aplikasi financial technology (GO-Pay)</p>	<p>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Sudirman Purwokerto</p>	<p>4. Sampel: 50 responden muslim yang menggunakan Go-Pay 5. Variabel: Attitude (X1), Subjectif norms (X2), perceived behavioral control (X3), intensi infaq dan shadaqah (Y) 6. Metode Pengumpulan Data: Dokumentasi dan Kuesioner 7. Teknik Pengumpulan Data: menggunakan teknik accidental sampling 8. Teknik Analisis Data: Uji kualitas data dengan uji validitas dan <i>realibilitas</i>, uji asumsi klasik, multikoliniearitas, uji normalitas, uji heterokedastisitas, linier berganda regresi dan koefisien determinan/R²</p>	<p>variabel terikat (Y). Pada penelitian yang dilakukan ani Perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada variabel terikat (Y). Pada penelitian yang dan Neginia inten Perbedaan dalam penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada variabel terikat (Y). Pada penelitian yang dilakukan oleh Anisa dan Neginia infaq dan shadaqah ebagai variabel Y, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti keputusan berdonasi (Y) sebagai variabel terikat.</p>
--	--	---	---

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan relevan, penulis mempunyai kebaruan dalam penelitian ini. Terdapat beberapa penelitian yang menggunakan pendekatan teori yang sama yaitu *Theory of Planned Behavior* dengan kesamaan dalam menentukan variabel bebas (X) yaitu Sikap (X1), Norma Subjektif (X2) dan Kontrol Perilaku (X3). Namun, penulis tidak menemukan penelitian yang menggunakan teori tersebut dengan variabel terikat (Y) mengenai minat berdonasi online. Maka hal ini yang menjadi ketertarikan penulis untuk melakukan penelitian yang memiliki kebaruan lebih lanjut.

B. Landasan Teori

1. Minat

Minat merupakan keinginan kuat yang timbul dari dalam diri seseorang karena adanya suatu ketertarikan, kesukaan untuk mencapai tujuan tertentu (Kusumastuti & Waluyo, 2019). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah, keinginan yang lebih dari suatu hal. Seseorang yang memiliki minat tinggi cenderung akan memberikan perhatian yang lebih terhadap suatu hal tersebut.

2. Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior merupakan teori yang pertama kali dikembangkan oleh Ajzen (1991) yang pada awalnya bertujuan untuk mengamati perilaku individu maupun organisasi. Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reason Action* (Teori tindakan beralasan) yang sebelumnya telah dikemukakan oleh Ajzen & Fishben (1980) yang bertujuan untuk memperkirakan tingkah laku seseorang.

Theory of Planned Behavior didasarkan pada asumsi bahwa ketika manusia akan bertingkah laku dengan cara mempertimbangkan akal sehat dan kemudian mempertimbangkan akibatnya dari tingkah laku tersebut

secara eksplisit maupun implisit. Atau dengan kata lain tingkah laku seseorang akan muncul karena ada niat dalam dirinya untuk berperilaku. Dalam berperilaku manusia dipengaruhi oleh dua determinan dasar yaitu perilaku yang berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan perilaku yang berhubungan dengan norma subjektif (*subjective norms*). Dalam upaya mengungkapkan pengaruh sikap dan norma subjektif terhadap niat untuk melakukan atau tidak suatu perilaku maka Ajzen (2005) melengkapi teori ini dengan sebuah keyakinan (*beliefs*). Ajzen mengemukakan bahwa sikap berasal dari keyakinan terhadap perilaku (*behavioral beliefs*) yang bersifat personal, sedangkan norma subjektif berasal dari keyakinan normatif (*normative beliefs*) yang bersifat sosial.

Model teoritik dari *Theory of Planned Behavior* terdiri dari beberapa komponen yaitu:

- a. Latar belakang (*background factors*)
Faktor latang belakang merupakan sifat yang ada dalam diri seseorang, baik secara personal, sosial dan informasi (Ajzen, 2005).
- b. Keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*)
Keyakinan perilaku meliputi hal-hal yang diyakini oleh individu mengenai perilaku positif maupun negatif, sikap terhadap perilaku atau kecenderungan untuk melakukan suatu perilaku dalam bentuk suka atau tidak suka.
- c. Keyakinan normatif (*normative beliefs*)
Komponen ini berkaitan dengan pengaruh dari lingkungan sosial. Menurut Ajzen (2005) faktor lingkungan dapat mempengaruhi kehidupan individu (*significant others*) untuk mengambil suatu keputusan.

d. Norma subjektif (*subjective norms*)

Komponen ini untuk melihat sejauh mana motivasi seseorang untuk mengikuti pandangan oranglain terhadap perilaku yang akan dilakukannya (*normative belief*).

e. Keyakinan dari dalam diri individu

Keyakinan dari dalam diri individu seseorang ditentukan oleh ketersediaan waktu, fasilitas dan kemampuan untuk mengatasi kesulitan dalam melakukan perilaku, pengetahuan, keterampilan dan pengalaman setiap individu.

f. Persepsi kemampuan mengontrol tingkah laku (*perceived behavioral control*)

Kemampuan individu untuk mengontrol tingkah laku cenderung untuk memilih melakukan atau tidak dari perilaku tersebut. Hal ini merupakan niat yang ditentukan oleh individu untuk berperilaku dan mendapat dukungan dari orang lain yang berpengaruh terhadap kehidupannya.

Dalam penelitian ini penulis terfokus pada tiga komponen yang dijadikan sebagai variabel-variabel penelitian yang merupakan sebagai determinan dalam *Theory of Planned Behavior* antara lain Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*) dan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

a. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*)

Sikap terhadap perilaku merupakan suatu fungsi yang dipengaruhi oleh *behavioral beliefs*, yaitu kecenderungan seseorang terhadap respon positif atau negatif terhadap suatu objek, orang, institusi maupun peristiwa (Ajzen, 1991). Dalam konteks penelitian ini maka sikap pengguna *e-wallet* akan memutuskan untuk berdonasi apabila mereka meyakinkan diri secara positif bahwa berdonasi merupakan kegiatan yang menguntungkan bagi mereka.

b. Norma Subjektif (Subjectif Norms)

Norma subjektif merupakan faktor sosial yang menggambarkan sebuah tekanan sosial terhadap individu untuk melakukan suatu perilaku atau tidak (Ajzen, 1991). Faktor sosial yang berpengaruh terhadap perilaku individu antara lain keluarga, pasangan hidup, kerabat, rekan kerja dan acuan lainnya terkait dengan suatu perilaku (Ajzen, 2006). Secara normal suatu individu akan memberikan sugesti dengan cara menyarankan untuk melaksanakan suatu perilaku tertentu sehingga tekanan sosial seseorang untuk tergerak melakukan sesuatu.

c. Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Menurut Ajzen (1991) dalam Eriyani dan Wiyono (2012) persepsi kontrol perilaku merupakan “*the perceived ease or difficult of performing the behavior*” atau persepsi kemudahan atau kesulitan untuk melakukan suatu perilaku. Sedangkan menurut Hog dan Vaughan dalam Eriyani dan Wiyono (2012) persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi individu dalam mengukur sejauh mana tingkat kemudahan maupun kesulitan melakukan tingkah laku tertentu.

3. E-wallet

a. Pengertian e-wallet

E-wallet atau sering disebut juga dengan dompet elektronik merupakan layanan pembayaran yang diatur dalam regulasi keuangan dan dapat dioperasikan melalui perangkat mobile (Simon Megadewandanu, Suyoto, Pranowo, 2016).

b. Jenis-jenis e-wallet

Berdasarkan peraturan Bank Indonesia No.16/PBI/2014, berdasarkan tempat penyimpanan dana uang elektronik terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

- 1) Uang elektronik berbasis kartu (*chip*)

Nilai dana uang elektronik dicatat pada media elektronik oleh penerbit dan juga dicatat dalam media elektronik yang dipegang oleh pemilik yang disimpan menggunakan media kartu atau *chip* sehingga dapat digunakan secara offline.

2) Uang elektronik berbasis server

Nilai dana uang elektronik berbasis server tersimpan dalam database penerbit sehingga pengguna ketika akan melakukan transaksi membutuhkan media elektronik berupa gadget. Sehingga media tersebut dinamakan sebagai dompet elektronik untuk menyimpan dana yang hanya dapat dilakukan transaksi secara online. Dalam melakukan transaksi pengguna mengirim nomor sandi dan nilai transaksi yang dibutuhkan dan menerima nomor token untuk melakukan transaksi

c. Manfaat E-wallet

Manfaat penggunaan *e-wallet* dibandingkan dengan penggunaan alat pembayaran secara tunai maupun nontunai lainnya:

- 1) Penggunaan *e-wallet* dapat memudahkan transaksi dengan lebih cepat khususnya dalam melakukan transaksi yang bernilai kecil (*micro payment*), karena penggunaan dana tidak memerlukan sejumlah uang pas atau harus menyimpan uang kembalian serta meminimalisir kesalahan perhitungan kembalian.
- 2) Penggunaan *e-wallet* memberikan kenyamanan dan rasa aman, sehingga seseorang tidak perlu khawatir ketika memerlukan uang untuk transaksi dalam jumlah yang banyak.
- 3) Jika dibandingkan dengan transaksi melalui kartu kredit atau kartu debit, penggunaan *e-wallet* dapat melakukan transaksi yang lebih singkat karena tidak perlu memerlukan proses otorisasi online, tanda tangan maupun PIN.

- 4) Nilai dana *e-wallet* dapat dilakukan dengan cara mengisi ulang atau top up secara online tanpa harus mengantri mendatangi Bank Syariah atau lembaga keuangan syariah.

4. Donasi

Dalam suatu negara, pasti terdapat suatu permasalahan sosial yang bervariasi baik dalam bidang kesehatan, ekonomi dan pendidikan. Masalah sosial menyangkut masalah hal umum bagi semua masyarakat dan mengharuskan adanya upaya untuk menghadapi permasalahan tersebut. Upaya yang dilakukan tidak hanya menjadi tanggungjawab pemerintah melainkan tanggungjawab seluruh elemen masyarakat sebagai makhluk sosial. Dengan demikian, menjadikan seseorang untuk melakukan kegiatan amal atau memutuskan untuk berdonasi agar dapat mengatasi permasalahan tersebut (Safira Hasna dan Irwansyah, 2019).

Donasi merupakan suatu kegiatan kemanusiaan yang menghimpun dana dari masyarakat yang bertujuan untuk keperluan kegiatan sosial (Amalia, Ferdira dan Anggraini, 2017). Donasi biasanya disebut juga dengan sumbangan atau derma yang artinya sebuah pemberian bersifat sukarela oleh perorangan maupun badan hukum. Pemberian donasi dapat berupa makanan, barang, pakaian dan berupa bantuan kemanusiaan ketika terjadi peristiwa darurat dalam bentuk donasi untuk pembangunan maupun perawatan medis (Setianto, 2020)

Dalam Islam donasi disebut juga dengan infaq dan shadaqah. Kata shadaqah (sedekah) berasal dari *shadq* atau *shidq* yang artinya “kesungguhan atau kebenaran”, yang berarti kesungguhan sebagai bukti dari keimanan seseorang (Maulidi, 2012). Dalam Al Qur’an kata *shadaqatun* searti (sinonim) dengan kata *ihsan* yang artinya “kedermawanan atau kemurahan hati”. Menurut para ahli fuqaha shadaqah disebut dengan *at-tathawwu* yang artinya shadaqah secara sopan dan sukarela (tidak diwajibkan). Sedangkan menurut Yusuf Qardhawi

shadaqah berarti bukti kebenaran iman dan membenarkan adanya hari kiamat. Maka istilah shadaqah secara umum didefinisikan sebagai suatu pemberian yang diberikan seorang muslim kepada orang lain secara sukarela atau spontan tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu sebagai bentuk implementasi pengakuan dan bukti keimanan seseorang untuk mengharapkan ridho dari Allah SWT (Firdaus, 2017).

Sejatinya dalam Islam telah diatur menganjurkan umatnya untuk bersedekah. Allah SWT memberikan pahala yang banyak bagi orang yang bershadaqah, karena ketika seseorang bershadaqah hartanya tidak akan pernah berkurang melainkan Allah akan melipatgandakan pahalanya, sebagaimana Firman Allah SWT:

إِنَّ الْمُسْتَدِقِّينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضَاعَفَ لَهُمْ وَلَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ

Artinya:

"Sesungguhnya orang-orang yang membenarkan (Allah dan Rasulnya) baik laki-laki maupun perempuan dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipatgandakan (balasannya) kepada mereka; dan bagi mereka pahala yang banyak". (Q.S. Al-Hadid: 18)

Donasi dalam Islam juga disebut dengan infaq. Secara terminologi infaq adalah mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan dalam ajaran Islam (Hafidhuddin, 1998). Infaq tidak mengenal nisab atau jumlah harta yang telah ditentukan secara hukum. Allah SWT memerintahkan kepada umatnya untuk selau beriman dan menginfakkan sebagian hartanya. Sebagaimana Allah SWT berfirman;

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا انْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

Artinya:

"Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang telah Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji". (Q.S. Al-Baqarah: 267).

Ketika hendak melakukan infaq maupun shadaqah hendaknya memperhatikan sikap dan perilaku yang mencerminkan seorang muslim agar tidak memunculkan sikap dan perasaan riya yang mengakibatkan menyakiti hati bagi orang yang diberikan sedekah. Sebagaimana Firman Allah SWT:

إِنْ تُبْدُوا الصَّدَقَاتِ فَنِعِمَّا هِيَ وَإِنْ تُخْفُوهَا وَتُؤْتُوهَا الْفُقَرَاءَ فَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَيُكَفِّرُ عَنْكُمْ مِنْ سَيِّئَاتِكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya:

“Jika kamu menampakkan sedekah(mu), maka itu adalah baik sekali. Dan jika kamu menyembunyikannya dan kamu berikan kepada orang-orang fakir, maka menyembunyikan itu lebih baik bagimu. Dan Allah akan menghapuskan dari kamu sebagian kesalahan-kesalahanmu; dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Q.S. Al-Baqarah: 271).

Pengertian shadaqah maknanya lebih luas daripada infaq. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.23 Tahun 2011 shadaqah atau sedekah merupakan harta atau nonharta yang dikeluarkan seseorang atau badan usaha di luar zakat untuk kemaslahatan/kepentingan umum. Sebagaimana hadist yang diriwayatkan oleh Bukhari bahwa Nabi SAW bersabda:

Artinya:

” *Setiap perbuatan baik adalah sedekah*” (H.R. Bukhari)

Dapat disimpulkan bahwa infaq hanya terbatas pada amalan yang berupa harta yang diberikan kepada orang lain, sedangkan shadaqah cakupannya lebih luas bukan hanya sebatas harta tetapi segala perbuatan baik termasuk memberikan senyuman kepada orang lain dan menyingkirkan batu di jalan raya merupakan suatu bentuk ibadah shadaqah.

5. Crowdfunding

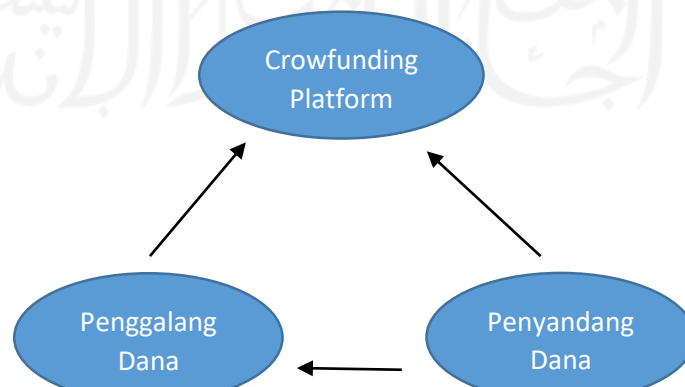
Menurut Bradford (2012) istilah *crowdfunding* diartikan sebagai “*funding from the crowd-raising small amounts of money from a large number of investors*” atau pendanaan yang berasal dari masyarakat-mengumpulkan sejumlah uang kecil dari sejumlah besar investor. *Crowdfunding* adalah suatu praktik penggalangan dana yang diperoleh dari masyarakat digunakan untuk membiayai berbagai jenis usaha, baik berupa ide produk, bisnis maupun suatu kegiatan, dan seringkali memiliki suatu imbalan baik berupa barang maupun jasa (Rosalina, Handojo dan Wibowo, 2015). Menurut Hui dalam Nugroho dan Rachmaiyah (2019) *Crowdfunding* merupakan sebuah permintaan terhadap sumber daya keuangan baik secara online maupun offline sebagai imbalannya ditawarkan berupa hadiah, seperti pengakuan, pengalaman, atau produk yang diciptakan oleh proyek tersebut. Maka *crowdfunding* adalah platform intermediasi keuangan berbasis internet untuk menggalang dana secara online sebagai bentuk kontribusi masyarakat dengan tujuan guna merealisasikan atau mensukseskan proyek tersebut. *Crowdfunding* dibagi menjadi 4 kategori yaitu:

1) *Donation Based Crowdfunding*

Crowdfunding berbasis donasi ini para pendonor yang menyetorkan modalnya tidak mendapatkan imbalan apapun baik berupa barang dan jasa. Karena sesuai dengan namanya *crowdfunding donasi* diperuntukan suatu proyek maupun kegiatan yang bersifat non profit (Celine Linardi, Triasesiarta Nur, 2021). Hal ini para penggalang dana tidak mengharapkan keuntungan dari donasi yang dilakukan. Contohnya membantu korban bencana alam, membangun panti asuhan, membiayai pengobatan kesehatan, membiayai untuk pembelian peralatan medis.

Pihak-pihak yang terkait dalam kegiatan *donation based crowdfunding* antara lain:

- a. Pengelola platform: penyedia layanan dan penghubung antara donatur dengan penerima dana.
- b. Penggalan dana: Pihak yang mengajukan penggalangan dana kepada pihak penyelenggara layanan donasi. Dana yang terkumpul akan masuk melalui rekening platform kemudian akan diteruskan kepada rekening penggalangan dana dan diberikan kepada pihak yang menerina dan tersebut.
- c. Donatur: Pihak yang memberikan dana atau donasi
- d. Pihak penerima donasi.



Gambar 2. 1 Framework Crowdfunding

Gambar di atas merupakan konsep dari platform *crowdfunding* pada umumnya. Penggalang dana memulai penggalangan dana yang disetujui oleh platform untuk mencari dana dan kemudian penerima dana tersebut akan mencairkan dana yang telah terkumpul. Pengelola platform memfasilitasi masyarakat untuk melakukan penggalangan dana. Platform yang digunakan berbasis sistem elektronik sehingga dapat memudahkan kepada beberapa pihak terkait. Salah satu platform *donation based crowdfunding* yaitu Kitabisa.com, yang bergerak di bidang sosial non profit seperti kesehatan, pendidikan, lingkungan dan budaya.

2) ***Reward Based Crowdfunding***

Reward based Crowdfunding atau *Crowdfunding* berbasis penghargaan/hadiah merupakan penggalangan dana untuk program yang menggunakan produk atau layanan sehingga keuntungannya dengan mendapatkan hadiah atau imbalan berupa barang maupun jasa maupun sebuah hak dan bukan keuntungan berupa uang (Nugroho dan Rachmaiyah, 2019). Biasanya crowdfunding jenis ini untuk membiayai industri kreatif seperti dunia industri film dan games. Imbalan yang didapatkan biasanya seperti potongan harga maupun salinan produk. Hadiah yang diberikan sebanding dengan kontribusi pendanaan yang diberikan (Kementrian Keuangan, 2016).

3) ***Debt Based Crowdfunding***

Debt Based Crowdfunding atau *crowdfunding* berbasis pinjaman sama dengan pinjaman kredit untuk memberikan pinjaman modal kepada masyarakat. *Crowdfunding* jenis ini biasanya berupa instrument layanan Peer to Peer Lending (P2P) karena memiliki tujuan yang sama.

4) ***Equity Based Crowdfunding***

Equity Based Crowdfunding atau disebut juga dengan *crowdfunding investing* merupakan tipe donasi yang memberikan pendanaan bagi perusahaan yang sedang membutuhkan modal dalam jumlah besar untuk meluncurkan atau mengembangkan bisnisnya. Hal ini

merupakan sebuah investasi baru dimana perusahaan membuka sahamnya (equitas) kepada masyarakat luas melalui bursa efek sebagai kepemilikan atas unit usaha yang diprogramkan oleh startup, UKM maupun perusahaan. Imbalan untuk investor dapat berupa keuntungan (dividen) dari unit usaha tersebut sesuai dengan persentase penyeteroran dana (Nugroho dan Rachmaiyah, 2019).

C. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara atas problematika yang diajukan dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang terfokus pada data yang diperlukan (Pangestu Dian Resky, 2021). Berdasarkan kerangka teori yang diajukan dalam penelitian ini yaitu *Theory of Planned Behavior* (teori perilaku terencana) maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh sikap terhadap minat berdonasi online

Penjelasan teori mengenai sikap merupakan perasaan individu terhadap suatu tindakan yang bersifat positif maupun negatif yang kemudian akan menjadi pertimbangan untuk mengambil suatu tindakan. Menurut penelitian Pangestu Dian Resky (2021) sikap berpengaruh terhadap keputusan berdonasi karena mereka meyakini bahwa donasi merupakan hal yang baik dan bermanfaat untuk banyak orang. Hal ini sesuai dengan konsep tolong menolong yang diajarkan dalam agama Islam. Selain itu donator juga merasa senang dan bangga atas apa yang telah mereka donasikan untuk saling membantu orang lain.

H₁ : Sikap berpengaruh terhadap minat berdonasi online

2. Pengaruh norma subjektif terhadap minat berdonasi online

Norma subjektif (*subjective norms*) merupakan faktor sosial yang menggambarkan sebuah tekanan sosial terhadap individu untuk melakukan suatu perilaku atau tidak (Ajzen, 1991). Hal ini mengacu pada

pengaruh sosial dari orang terdekatnya seperti orang tua, teman maupun orang lain.

Berdasarkan hal di atas, penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Maningga (2019) menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap keputusan investasi saham. Semakin besar seseorang dalam menggunakan norma subjektifnya, maka semakin besar pula kesadaran masyarakat dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.

Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Amar (2018) norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat nasabah untuk melakukan pembiayaan pada koperasi jasa keuangan syariah di Kabupaten Bogor. Semakin meningkatnya norma subjektif dengan beberapa faktor dari orang lain yang berupa saran dari keluarga, teman, tokoh agama, relasi dan pegawai koperasi jasa keuangan syariah maka akan mempengaruhi pada niat dalam melakukan pembiayaan pada koperasi jasa keuangan syariah di Kabupaten Bogor.

H₂ : Norma subjektif berpengaruh terhadap minat berdonasi online

3. Pengaruh kontrol perilaku terhadap keputusan minat berdonasi online

Menurut Hog dan Vaughan dalam Eriyani dan Wiyono (2012) persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi individu dalam mengukur sejauh mana tingkat kemudahan maupun kesulitan melakukan tingkah laku tertentu. Atau dengan kata lain seseorang akan melakukan suatu tindakan ketika mendapatkan dorongan/motivasi kemudahan sehingga seseorang mudah untuk bertindak, begitupun sebaliknya

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Khaerani dan Hasanah (2018) kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli produk pada UMKM Center, hal ini karena konsumen yakin dapat membeli produk UMKM Center, selain banyak pilihan produk tersebut juga

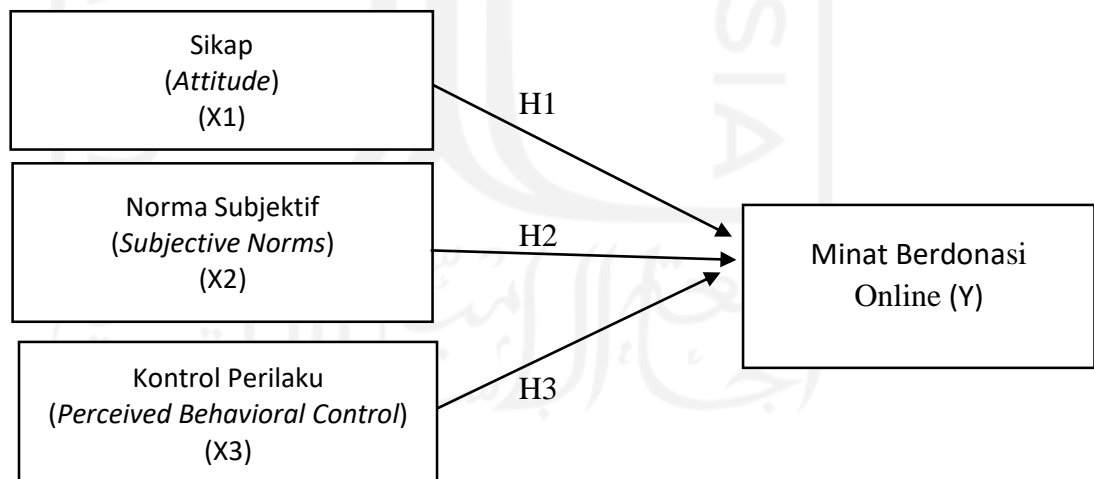
memberikan informasi yang jelas dan lengkap dan membeli produk tersebut merupakan hal yang mudah sehingga dapat memunculkan niat beli terhadap produk UMKM.

H₃ : Kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat berdonasi online

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual terhadap teori yang berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai permasalahan yang penting untuk dikaji (Sugiyono, 2015).

Model penelitian ini mengenai pengaruh pengguna *e-wallet* terhadap keputusan berdonasi melalui platform Crowdfunding Kitabisa.com yang dikaitkan dengan konsep *Theory of Planned Behavior* atau teori perilaku terencana. Berdasarkan pemikiran tersebut, sehingga terdapat 3 faktor yang menjadi variabel independen yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku. Sedangkan keputusan berdonasi merupakan variable dependen.



Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan uraian tentang tata cara yang akan dilakukan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan yang dirumuskan dalam sub bab rumusan masalah penelitian atau yang menjadi titik fokus dari sebuah penelitian (Wahidmurni, 2017). Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan antara lain cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti penelitian yang sesuai dengan ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis.

1. Desain Penelitian

Penelitian ini mencakup tentang penelitian kausalitas untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel melalui pengujian hipotesis. Tujuannya untuk mengetahui variabel mana yang akan menjadi penyebab dan pengaruh terhadap masalah penelitian. Sementara jenis pendekatan penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif disebut juga sebagai metode tradisional karena sudah cukup lama digunakan, positivistic karena berlandaskan filsafat positivisme, bersifat ilmiah/*scientific* karena memenuhi kaidah ilmiah yang konkrit, empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Sedangkan metode ini disebut juga metode *discovery* karena dapat ditemukan dan dikembangkan dengan berbagai iptek baru. Dalam penelitian kuantitatif ini berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik (Ibrahim Andi et al, 2018).

2. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dijadikan tempat dalam pengambilan data penelitian adalah Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih 4 bulan, di mulai pada bulan April 2022 sampai dengan Agustus 2022. Pengambilan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (google formulir) melalui *Broadcasting messages*. Kuesioner dapat diakses selama 24 jam oleh responden, sehingga dapat dikases kapanpun.

4. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta dengan kriteria sebagai pengguna *e-wallet* GoPay, DANA, ShopeePay, LinkAja atau Jenius Pay.

Objek pada penelitian ini yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku pengguna *e-wallet* terhadap keputusan berdonasi melalui platform *crowdfunding* kitabisa.com.

B. Metode Penentuan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik untuk dipelajari kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di Yogyakarta. Pemilihan populasi tersebut bertujuan untuk mengetahui minat mahasiswa pengguna *e-wallet* dalam berdonasi online. Hal itu yang dapat diketahui dengan menganalisis dari sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku mahasiswa di Yogyakarta untuk melakukan

donasi. Pemilihan wilayah Yogyakarta sebagai objek sasaran wilayah penelitian karena Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar dan tentu banyak mahasiswa yang menempuh pendidikan di Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian lebih kecil daripada populasi yang memiliki karakteristik tertentu. Dalam penelitian ini karena jumlah populasi tidak diketahui sehingga desain pengambilan sampel menggunakan metode *Non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel terbatas pada sasaran responden yang dengan kriteria yang telah ditentukan. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Yogyakarta yang menggunakan *e-wallet* yang telah memenuhi kriteria penelitian. Adapun kriteria responden yang dijadikan objek dalam penelitian ini, antara lain:

1. Mahasiswa aktif yang berada atau tinggal di wilayah Yogyakarta
2. Beragama Islam
3. Berusia 18-24 tahun
4. Pengguna *e-wallet* GoPay, DANA, ShopeePay, LinkAja atau Jenius Pay

Penelitian sampel menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi tidak diketahui.

$$n = \frac{z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$z^2_{1-\alpha/2}$ = Z adalah skor pada $1-\alpha/2$ tingkat kepercayaan 95%

($\alpha = 0,05$) sehingga diperoleh nilai $Z=1,960$

P = Estimasi proporsi populasi (0,5)

d = Presisi yang digunakan (0,1)

Berikut penulis memilih nilai estimasi proporsi populasi 0,5 dalam menentukan jumlah sampel. Lemeshow (1990) menyatakan bahwa “Menggunakan nilai P=0,5 Sudah cukup memenuhi syarat untuk menentukan besaran sampel”. Presisi yang digunakan adalah 0,1 (d). Menurut Roscoe (1975) yang dikutip oleh Uma Sekaran (2006) semakin besar tingkat kesalahan maka semakin kecil jumlah sampel penelitian. Namun jika jumlah sampel semakin besar (mendekati jumlah populasi) maka semakin kecil peluang kesalahan generalisasi dan sebaliknya. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 merupakan ukuran yang tepat untuk kebanyakan penelitian. Berdasarkan rumus lemeshow maka dihasilkanlah perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{1.960^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{1.960^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,1^2}$$

$$n = 96,4$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus di atas, maka didapatkan jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 96,4 responden, maka dengan dibulatkan menjadi 100 responden yang dibutuhkan dalam penelitian.

C. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data primer merupakan jenis data yang didapatkan langsung dari sumber utama yang sedang dikaji. Dalam hal ini yang menjadi objek sumber data primer adalah mahasiswa Yogyakarta yang sedang menggunakan *e-wallet*. Data tersebut akan didapatkan melalui penyebaran kuesioner online (google form). Kelebihan dari kuesioner ini dapat disebarkan kepada responden dalam jumlah besar dengan waktu yang

relatif singkat dan kerahasiaan responden tetap terjaga sehingga informasi yang diberikan sesuai pendapat pribadi. Di samping itu kelemahan dari kuesioner online adalah terjadinya *double input* data yang diisi oleh responden.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari suatu obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Untuk menghindari kesesatan data maka definisi variabel-variabel dalam penelitian harus dirumuskan. Variabel dalam penelitian terdiri dari dua variabel yakni variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas).

1. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat dari variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat berdonasi online (Y).

Y= Minat berdonasi

2. Variabel independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen sikap (X1), norma subjektif (X2) dan kontrol perilaku (X3). Definisi operasional variabel independen dikemukakan sebagai berikut:

X1 = Sikap
X2 = Norma subjektif
X3 = Kontrol perilaku

E. Metode Analisis Data

1. Skala Penelitian

Pengukuran variabel (sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku) menggunakan pengukuran skala likert. Menurut (Sugiyono, 2015) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi suatu individu maupun kelompok terhadap fenomena sosial. Skala likert yang digunakan memiliki rentang 1 sampai 5 pilihan jawaban yaitu:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Tanggapan	Bobot/skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Menurut Suliyanto (2011) jawaban skala likert sebaiknya dibuat ganjil dan berpedoman bahwa didalamnya memuat pilihan jawaban ragu-ragu atau netral. Jika menggunakan pilihan yang genap akan memaksakan responden untuk memilih sikap yang jelas terhadap pernyataan, hal tersebut akan menimbulkan eror pengukuran. Adapun peneliti memilih rentang satu sampai lima agar dapat mudah dipahami oleh responden dibandingkan jika menggunakan rentang ganjil yang lebih dari lima karena akan menimbulkan kebingungan terhadap responden dalam memilih pilihan yang tepat.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk google form kepada mahasiswa pengguna *e-wallet* di wilayah Yogyakarta. Sehingga data yang didapatkan merupakan data primer. Kuesioner disebar dengan cara *broadcast messages* melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengumpulkan data agar dapat memperoleh informasi dari individu maupun kelompok. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner google form dan skala bertingkat menggunakan skala likert.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengolah data yang menghasilkan suatu informasi dan solusi atas berbagai permasalahan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mendapatkan gambaran bagaimana variabel sikap (X1), norma subjektif (X2) dan kontrol perilaku (X3) mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan berdonasi (Y) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali dalam Pangestu (2021) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur dalam penelitian. Validitas data yang diperoleh dalam penelitian ini diuji menggunakan uji *pearson correlation* dengan nilai yang valid jika menghasilkan r hitung $>$ daripada r tabel.

2) Uji Reliabilitas

Ansori dan Iswati (2009) dalam Harnoko dan Hernianingrum (2020) menjelaskan bahwa instrumen yang reliabel merupakan instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur data dengan objek yang sama maka akan menghasilkan data (ukuran) yang sama. Pengujian reliabilitas data menggunakan rumus Alpha. Realibilitas instrument yang angket dengan skor bertingkat (seperti 0-10, 0-100,

1-5, 1-7 dan lainnya) dapat menggunakan rumus Alpha. Setiap variabel dinilai reliabel apabila telah melalui uji *cronboach's* alpha yang menghasilkan nilai $> 0,60$.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *kolmogorov smirnov* untuk mendeteksi nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Penelitian yang baik maka berdistribusi normal. Dalam penelitian ini untuk menguji normalitas data menggunakan grafik probability plot dan menggunakan melihat nilai signifikansi. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas dengan metode grafik P-Plot sebagai berikut:

1. Jika titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data dikatakan berdistribusi normal
2. Jika titik-titik menyebar jauh dari garis diagonal maka dikatakan tidak berdistribusi normal

Sedangkan dasar pengambilan keputusan uji normalitas dengan melihat nilai signifikansi, sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independent). Model regresi yang baik harus bebas multikolinieritas dengan ketentuan:

1. Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas

2. Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016). Dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot*, kemudian didukung dengan menggunakan uji *glejser*. Asumsi yang baik dalam uji ini adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas menggunakan metode *scatterplots* sebagai berikut:

1. Titik-titik yang menyebar berada di atas dan di bawah atau di sekita angka 0
2. Titik-titik data tidak hanya berada di atas atau di bawah saja
3. Titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang
4. Tidak berpola

Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji *glejser* sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas

c. Uji Hipotesis

1) Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah masing-masing variabel berhubungan secara positif atau negatif. Variabel dalam penelitian ini antara lain sikap (X1), Norma Subjektif (X2) Kontrol Perilaku (X3) dan Keputusan Berdonasi (Y). Maka persamaan untuk 3 prediktor antara lain:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Berdonasi

α = Koefisien Regresi

X1 = Sikap (Attitude)

X2 = Norma Subjektif (*Subjective Norms*)

X3 = Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

ϵ = Error

2) Uji signifikasi hubungan antara variabel parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikasi hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara terpisah atau parsial. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan angka probabilitas signifikan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak

3) Uji signifikan secara simultan (Uji F)

Uji F ini bertujuan untuk menguji signifikasi hubungan antara pengaruh variabel bebas (X) secara serentak terhadap variabel terikat (Y). Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika F hitung $> F$ tabel dan signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh antar variabel
2. Jika F hitung $< F$ tabel dan signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh antar variabel.

4) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) untuk menguji seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas (X) secara serentak terhadap variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel-variabel

independen menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai mendekati 1 maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.



BAB IV

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, jenjang pendidikan, asal perguruan tinggi, pengalaman berdonasi online, intensitas berdonasi dalam satu bulan, nominal berdonasi (jika pernah melakukan donasi online) dan jenis *e-wallet* yang digunakan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai kondisi responden yang berkaitan dengan masalah dan tujuan dalam penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden melalui penyebaran kuesioner, maka dapat diperoleh gambaran sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dapat ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	25	25%
Perempuan	75	75%
Total	100 orang	100%

Sumber: Data Primer Kuesioner

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden terlihat bahwa responden laki-laki sebesar 25% atau sejumlah 25 orang. Sedangkan jenis kelamin perempuan sebesar 75% atau sejumlah 75 orang. Maka sebagian besar responden adalah berjenis kelamin perempuan.

2. Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
18 tahun	1	1%
19 tahun	1	1%
20 tahun	8	8%
21 tahun	25	25%
22 tahun	45	45%
23 tahun	14	14%
24 tahun	6	6%
Total	100 orang	100%

Sumber: Data Primer Kuesioner

Berdasarkan karakteristik usia responden pada tabel tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berusia 18 tahun sebesar 1% (1 orang), responden yang berusia 19 tahun dengan persentase sebesar 1% (1 orang), responden yang berusia 20 tahun dengan persentase sebesar 8% (8 orang), responden yang berusia 21 tahun dengan persentase sebesar 25% (25 orang), responden yang berusia 22 tahun dengan persentase sebesar 45 (45 orang), responden yang berusia 23 tahun dengan persentase sebesar 14% (14 orang) dan responden yang berusia 24 tahun dengan persentase sebesar 6% (6 orang). Hal ini didominasi oleh responden yang berusia 22 tahun sejumlah 45 orang.

3. Jenjang Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan jenjang pendidikan dapat ditunjukkan pada diagram di bawah ini:

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Jenjang Pendidikan	Jumlah	Persentase
S1	94	94%
S2	6	6%
Total	100 orang	100%

Sumber: Data Primer Kuesioner

Berdasarkan karakteristik jenjang pendidikan responden terlihat bahwa didominasi oleh responden yang sedang menempuh jenjang pendidikan S1 yaitu dengan persentase sebesar 94% atau sejumlah 94 orang. Sedangkan jenjang pendidikan responden yang sedang menempuh S2 hanya sebesar 6% atau sejumlah 6 orang.

4. Asal Perguruan Tinggi

Karakteristik responden berdasarkan asal perguruan tinggi dapat ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

No	Asal Perguruan Tinggi	Jumlah	Persentase
1	Universitas Islam Indonesia	52	52%
2	Universitas Gadjah Mada	2	2%
3	Universitas Negeri Yogyakarta	5	5%
4	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga	11	11%
5	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	5	5%

6	Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"	6	6%
7	Universitas Ahmad Dahlan	6	6%
8	Sekolah Tinggi Psikologi Yogyakarta	1	1%
9	STIKes Surya Global Yogyakarta	3	3%
10	Universitas Teknologi Yogyakarta	2	2%
11	STMIK El Rahma Yogyakarta	1	1%
12	IST AKPRIND Yogyakarta	4	4%
13	Universitas AMIKOM Yogyakarta	1	1%
14	Universitas Mercu Buana Yogyakarta	1	1%
Total		100 orang	100%

Sumber: Data Primer Kuesioner

Berdasarkan karakteristik asal perguruan tinggi responden pada tabel tersebut menunjukkan bahwa responden mahasiswa Universitas Islam Indonesia sejumlah 52 orang dengan persentase sebesar 52%, mahasiswa Universitas Gadjah Mada sejumlah 2 orang dengan persentase 2%, mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta sejumlah 5 orang dengan persentase sebesar 5%, mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sejumlah 11 orang dengan persentase 11%, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sejumlah 5 orang dengan persentase 5%, mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" sejumlah 6 orang dengan persentasi 6%, mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan sejumlah 6 orang dengan persentase 6%, mahasiswa Sekolah Tinggi Psikologi Yogyakarta sejumlah 1 orang dengan persentase 1%, mahasiswa STIKes Surya Global Yogyakarta sejumlah 3 orang dengan persentase 3%, mahasiswa Universitas Teknologi Yogyakarta sejumlah 2 orang dengan persentase sebesar 2%, mahasiswa STMIK El Rahma Yogyakarta sejumlah 1 orang dengan persentase 1%, mahasiswa IST AKPRIND Yogyakarta sejumlah 4 orang dengan persentase 4%, mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta sejumlah 1 orang dengan persentase 1% dan mahasiswa

Universitas Mercu Buana Yogyakarta sejumlah 1 orang dengan persentase sebesar 1%.

5. Pengalaman Berdonasi Online

Karakteristik responden berdasarkan pengalaman berdonasi online dapat ditunjukkan pada diagram di bawah ini:

Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Berdonasi Online

Pengalaman	Jumlah	Persentase
Pernah	81	81%
Belum Pernah	19	19%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Kuesioner

Berdasarkan karakteristik pengalaman responden berdonasi online menunjukkan bahwa sebesar 81% atau sejumlah 81 orang pernah melakukan donasi online, sedangkan sisanya sebesar 19% atau sejumlah 19 orang belum pernah melakukan donasi online.

6. Intensitas Berdonasi dalam Satu Bulan

Karakteristik responden berdasarkan intensitas berdonasi online dapat ditunjukkan pada gambar diagram di bawah ini:

Tabel 4. 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Berdonasi Online dalam Satu Bulan

Intensitas Berdonasi	Jumlah	Persentase
1 kali	50	50%
2 kali	11	11%
Lebih dari 3 kali	20	20%
Belum Pernah	19	19%
Total	100 orang	100%

Sumber: Data Primer Kuesioner

Berdasarkan karakteristik intensitas berdonasi online menunjukkan bahwa sebagian besar responden melakukan donasi online sebanyak 1 kali dalam satu bulan dengan persentase sebesar 50%, responden yang melakukan donasi online sebanyak 2 kali dalam satu bulan sebesar 11% atau dengan sejumlah 11 orang, responden yang melakukan donasi online sebanyak 3 kali dalam satu bulan sejumlah 20 orang dengan persentase 20% dan sejumlah 19 orang atau dengan persentase 19% belum pernah melakukan donasi online.

7. Nominal Berdonasi

Karakteristik responden berdasarkan nominal berdonasi dapat ditunjukkan pada di bawah ini:

Tabel 4. 7
Responden Berdasarkan Nominan Berdonasi

Nominal Berdonasi	Jumlah	Persentase
< Rp 100.000	69	69%
Rp 100.000 – Rp 200.000	9	9%
Rp 200.000 – Rp 300.000	1	1%
> Rp 400.000	2	2%
Belum Pernah	19	19%
Total	100 orang	100%

Sumber: Data Primer Kuesioner

Berdasarkan karakteristik nominal berdonasi responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berdonasi kurang dari Rp 100.000, hal itu ditunjukkan dengan persentase 69% atau sejumlah 69 responden. Kemudian responden yang berdonasi dengan nominal Rp 100.000 – Rp 200.000 sebesar 9% atau sejumlah 9 responden, yang berdonasi dengan nominal Rp 200.000 – Rp 300.000 sebesar 1% atau sejumlah 1 responden dan yang berdonasi dengan nominal lebih dari Rp

400.000 sebesar 2% atau sejumlah 2 responden. Sisanya belum pernah melakukan donasi online sebesar 19% atau salah 19 responden.

8. Jenis E-Wallet yang digunakan

Karakteristik responden berdasarkan jenis *e-wallet* yang digunakan dapat ditunjukkan dalam gambar di bawah ini:

Tabel 4. 8
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis e-wallet yang digunakan

Jenis E-Wallet	Jumlah	Persentase
GoPay	14	14%
DANA	25	25%
ShopeePay	58	58%
LinkAja	2	2%
JeniusPay	1	1%
Total	100 orang	100%

Sumber: Data Primer Kuesioner

Berdasarkan karakteristik jenis *e-wallet* yang digunakan responden menunjukkan bahwa ShopeePay merupakan *e-wallet* yang paling banyak digunakan oleh responden, terbukti bahwa pengguna *e-wallet* ShopeePay mencapai angka 58% atau sejumlah 58 responden. Kedua, DANA merupakan *e-wallet* yang paling banyak digunakan responden setelah ShopeePay dengan persentase sebesar 25% atau sejumlah 25 responden yang menggunakan jenis *e-wallet* DANA. Pada urutan ketiga, pengguna GoPay mencapai persentase sebesar 14% atau sejumlah 14 responden. Keempat, pengguna LinkAja dengan persentase sebesar 2% atau sejumlah 2 orang pengguna. Dan pada urutan terakhir jenis *e-wallet* Jenius Pay yang hanya mencapai persentasi 1% atau hanya sejumlah 1 orang pengguna.

B. Statistik Deskriptif

1. Sikap

Sikap akan menggambarkan keyakinan perilaku setiap individu untuk melakukan donasi yang terindikasi dalam beberapa indikator yaitu kognitif (pengetahuan), afektif (emosi dan perasaan) dan konatif (tindakan) (Solomon, 2013). Tanggapan responden mengenai sikap ditunjukkan pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Tanggapan Responden Mengenai Sikap

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya menyadari bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang membutuhkan bantuan berupa donasi	64	32	4	0	0
2	Saya berniat untuk melakukan donasi secara online	34	48	15	1	2
3	Saya menyadari bahwa dengan berdonasi akan membantu saudara kita yang lebih membutuhkan	68	28	4	0	0
4	Saya menyadari bahwa perilaku berdonasi merupakan sikap tolong menolong sebagaimana yang diajarkan Rasulullah SAW untuk bersedekah dan berinfaq	82	15	3	0	0
5	Saya menyadari bahwa dengan berdonasi akan mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT	81	17	2	0	0

Sumber: Data Primer Kuesioner

Berdasarkan tanggapan responden mengenai sikap pada tabel 4.9 tersebut, dapat diketahui bahwa kesadaran responden terhadap masih banyak masyarakat Indonesia yang membutuhkan bantuan berupa donasi

sebesar 64 responden menyatakan sangat setuju, 32 responden menyatakan setuju, 4 responden menyatakan kurang setuju. Mengenai pernyataan niat responden untuk melakukan donasi secara online, sejumlah 34 responden menyatakan sangat setuju, 48 responden menyatakan setuju, 15 responden menyatakan cukup setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju dan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju. Mengenai kesadaran responden bahwa dengan berdonasi akan membantu saudara kita yang lebih membutuhkan, sejumlah 68 responden menyatakan sangat setuju, 28 responden menyatakan setuju, 4 responden menyatakan cukup setuju. Mengenai pernyataan kesadaran responden bahwa perilaku berdonasi merupakan sikap tolong menolong sebagaimana yang diajarkan Rasulullah SAW untuk bersedekah dan berinfaq, sejumlah 82 responden menyatakan sangat setuju, 15 responden menyatakan setuju dan 3 responden menyatakan cukup setuju. Mengenai kesadaran responden bahwa dengan berdonasi akan mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT, sejumlah 81 responden menyatakan sangat setuju, 17 responden menyatakan setuju dan 2 responden menyatakan cukup setuju.

2. Norma Subjektif

Norma subjektif menggambarkan dorongan atau pengaruh dari orang lain maupun media sosial baik berupa motivasi maupun saran untuk melakukan donasi melalui secara online. Tanggapan responden mengenai norma subjektif ditunjukkan pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Tanggapan Responden Mengenai Norma Subjektif

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya pernah mengetahui keluarga berdonasi secara online melalui platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com	21	16	30	11	22

2	Saya tertarik menggunakan platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com jika direkomendasikan oleh keluarga	19	37	33	7	4
3	Saya pernah mengetahui teman berdonasi secara online melalui platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com	23	31	20	13	13
4	Saya akan menggunakan platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com jika direkomendasikan oleh teman	17	35	36	7	5
5	Saya pernah mencari informasi terkait platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com melalui media sosial online	18	30	22	15	15
6	Saya tertarik menggunakan platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com karena melihat berbagai <i>campaign</i> galang dana dari media sosial	26	33	27	8	6

Sumber: Data Primer Kuesioner

3. Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku merupakan persepsi kemudahan atau kesulitan responden terhadap minat berdonasi online. Tanggapan responden mengenai kontrol perilaku ditunjukkan pada tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4. 11
Tanggapan Responden Berdasarkan Kontrol Perilaku

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya percaya bahwa platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com merupakan platform yang tepat untuk melakukan donasi secara online	29	39	29	1	2
2	Saya percaya bahwa kitabisa.com merupakan platform <i>crowdfunding</i> paling populer di Indonesia	33	36	21	9	1
3	Saya percaya bahwa platform kitabisa.com merupakan platform <i>crowdfunding</i> yang aman karena dana dapat disalurkan tepat sasaran	28	45	25	1	1
4	Saya percaya bahwa platform kitabisa.com dapat digunakan dengan mudah karena sudah terhubung dengan E-Wallet (GoPay, Dana, ShopeePay, LinkAja, Jenius Pay)	36	42	17	3	2
5	Saya percaya bahwa kitabisa.com merupakan platform <i>crowdfunding</i> yang transparan karena dapat diakses siapa saja dan jumlah donasi yang masuk bisa terlihat secara <i>realtime</i>	33	41	24	1	1
6	Saya percaya bahwa platform kitabisa.com merupakan platform <i>crowdfunding</i> yang akuntabel karena memberikan laporan berkala kepada donatur	25	44	27	3	1

Sumber: Data Primer Kuesioner

Berdasarkan tanggapan responden mengenai kontrol perilaku pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa responden percaya bahwa platform kitabisa.com merupakan platform yang tepat untuk melakukan donasi secara online, sejumlah 29 responden menyatakan sangat setuju, 39 responden menyatakan setuju, 29 responden menyatakan cukup setuju dan 1 responden menyatakan tidak setuju.

Mengenai kepercayaan responden terhadap platform kitabisa.com yang merupakan platform *crowdfunding* paling populer di Indonesia, sejumlah 33 responden menyatakan sangat setuju, 36 responden menyatakan setuju, 21 responden menyatakan cukup setuju, 9 responden menyatakan tidak setuju dan responden menyatakan sangat tidak setuju.

Mengenai kepercayaan responden terhadap platform kitabisa.com merupakan platform *crowdfunding* yang aman karena dana dapat disalurkan tepat sasaran, sejumlah 28 responden menyatakan sangat setuju, 45 responden menyatakan setuju, 25 responden menyatakan cukup setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Mengenai kepercayaan responden terhadap platform kitabisa.com dapat digunakan dengan mudah karena sudah terhubung dengan *e-wallet* (GoPay, DANA, ShopeePay, LinkAja dan Jenius Pay), sejumlah 36 responden menyatakan sangat setuju, 42 responden menyatakan setuju, 17 responden menyatakan cukup setuju, 3 responden menyatakan tidak setuju dan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Mengenai kepercayaan responden terhadap platform kitabisa.com yang merupakan platform *crowdfunding* yang transparan karena dapat diakses siapa saja dan jumlah donasi yang masuk bisa terlihat secara *realtime*, sejumlah 33 responden menyatakan sangat setuju, 41 responden menyatakan setuju, 24 responden menyatakan sangat tidak

setuju, 1 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Mengenai kepercayaan responden terhadap platform kitabisa.com yang merupakan platform crowdfunding yang akuntabel karena memberikan laporan berkala kepada donator, sejumlah 25 responden menyatakan sangat setuju, 44 responden menyatakan setuju, 27 responden menyatakan cukup setuju, 3 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju.

4. Minat Berdonasi Online

Tanggapan responden mengenai minat berdonasi online ditunjukkan pada tabel 4.12 sebagai berikut

Tabel 4. 12
Tanggapan Responden Berdasarkan Minat Berdonasi Online

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya berminat menggunakan platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com karena donasi merupakan salah satu upaya untuk menyelesaikan permasalahan sosial di Indonesia dengan niat saling tolong menolong	26	45	24	3	2
2	Saya berminat menggunakan platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com karena donasi secara online dapat dipercaya dalam menyalurkan dana secara tepat sesuai sasaran yang membutuhkan	23	48	24	2	3
3	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain agar berdonasi melalui platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com karena sudah terhubung dengan	25	34	34	4	3

	<i>e-wallet</i> allet (GoPay, Dana, ShopeePay, LinkAja, dan Jenius Pay) sehingga dapat memudahkan dalam melakukan transaksi					
4	Saya berminat menggunakan platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com karena jumlah donasi yang masuk dapat terlihat secara <i>realtime</i> (transparan)	32	34	31	2	1
5	Saya akan kembali berdonasi melalui platform <i>crowdfunding</i> kitabisa.com karena sebagai donatur akan mendapatkan laporan secara berkala (akuntabel)	23	39	32	5	1

Sumber: Data primer Kuesioner

Berdasarkan tanggapan responden mengenai keputusan berdonasi pada tabel 4.12 tersebut, dapat dinyatakan bahwa pada poin pertama mengenai responden berminat menggunakan platform *crowdfunding* kitabisa.com karena donasi merupakan salah satu upaya untuk menyelesaikan permasalahan sosial di Indonesia dengan niat saling tolong menolong, sejumlah 26 responden menyatakan sangat setuju, 45 responden menyatakan setuju, 24 responden menyatakan cukup setuju, 3 responden menyatakan tidak setuju dan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Mengenai responden yang berminat menggunakan platform *crowdfunding* kitabisa.com karena donasi secara online dapat dipercaya dalam menyalurkan dana secara tepat sesuai sasaran yang membutuhkan, sejumlah 23 responden menyatakan sangat setuju, 48 responden menyatakan setuju, 24 responden menyatakan cukup setuju, 2 responden menyatakan tidak setuju dan 3 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Mengenai responden yang akan merekomendasikan kepada oranglain agar berdonasi melalui platform *crowdfunding* kitabisa.com karena sudah terhubung dengan *e-wallet*, sejumlah 25 responden menyatakan sangat setuju, 34 responden menyatakan setuju, 34 responden menyatakan cukup setuju, 4 responden menyatakan tidak setuju dan 3 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Mengenai responden yang berminat menggunakan platform *crowdfunding* kitabisa.com karena jumlah donasi yang masuk dapat terlihat *realtime* (transparan), sejumlah 32 responden menyatakan sangat setuju, 34 responden menyatakan setuju, 31 responden menyatakan cukup setuju, 2 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Mengenai responden yang berminat menggunakan platform *crowdfunding* kitabisa.com karena sebagai donatur akan mendapatkan laporan secara berkala (akuntabel), sejumlah 23 responden menyatakan sangat sethuj, 39 responden menyatakan setuju, 32 responden menyatakan cukup setuju, 5 responden menyatakan tidak setuju dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju.

C. Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang didapatkan layak untuk diteliti atau tidak. Pada uji kualitas data menggunakan uji validitas dan uji realibilitas, antara lain:

a. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali dalam Pangestu (2021) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur dalam

penelitian. Hasil dari uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 4. 13
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	R hitung	R tabel (5%)	Keterangan
1	Sikap	X1.1	0,859	0,195	Valid
		X1.2	0,736	0,195	Valid
		X1.3	0,892	0,195	Valid
		X1.4	0,834	0,195	Valid
		X1.5	0,822	0,195	Valid
2	Norma Subjektif	X2.1	0,811	0,195	Valid
		X2.2	0,772	0,195	Valid
		X2.3	0,796	0,195	Valid
		X2.4	0,793	0,195	Valid
		X2.5	0,852	0,195	Valid
		X2.6	0,843	0,195	Valid
3	Kontrol Perilaku	X3.1	0,853	0,195	Valid
		X3.2	0,919	0,195	Valid
		X3.3	0,896	0,195	Valid
		X3.4	0,894	0,195	Valid
		X3.5	0,935	0,195	Valid
		X3.6	0,912	0,195	Valid
4	Minat Berdonasi Online	Y.1	0,884	0,195	Valid
		Y.2	0,923	0,195	Valid
		Y.3	0,824	0,195	Valid
		Y.4	0,890	0,195	Valid
		Y.5	0,877	0,195	Valid

Sumber: Data primer SPSS

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel. Jumlah sampel yang digunakan untuk melakukan uji validitas dalam penelitian ini sebanyak 100 dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% maka diperoleh r tabel sebesar 0,195. Berdasarkan uji validitas tersebut

maka semua indikator pengukuran dalam kuesioner ini dapat dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui sejauh mana kuesioner tersebut apakah sudah reliabel atau tidak maka dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner. Variabel dikatakan reliabel jika nilai menunjukkan *Alpha Cronboach* lebih dari 0,60.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Alpha	Keterangan
Sikap	0,871	0,60	Reliabel
Norma Subjektif	0,892	0,60	Reliabel
Kontrol Perilaku	0,953	0,60	Reliabel
Minat Berdonasi Online	0,924	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer SPSS

Berdasarkan uji reliabilitas pada tabel 4.14 tersebut dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α), menunjukkan bahwa variabel memiliki *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. Dengan demikian kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dan keputusan berdonasi adalah reliabel.

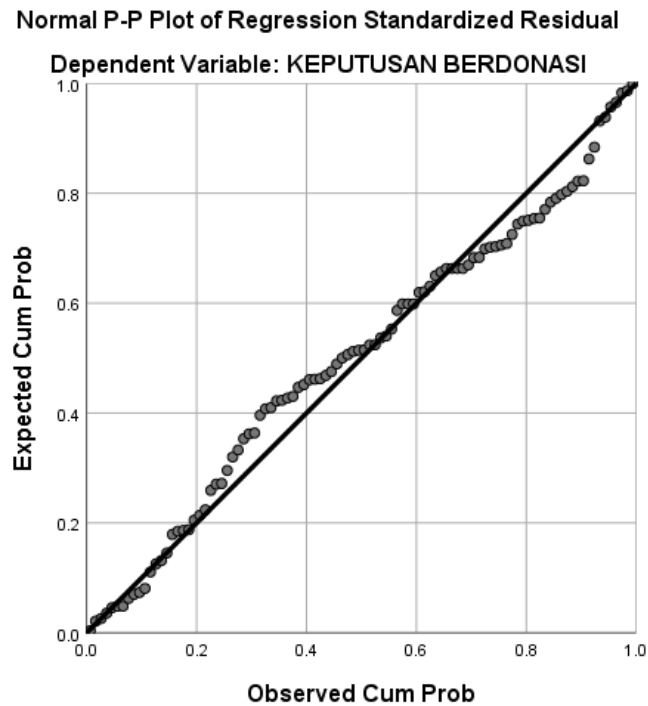
2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Model analisis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak

berdistribusi normal. Pengujian ini menggunakan metode dengan melihat grafik P-Plot uji normalitas dan metode *Kolmogorov smirnov* untuk meyakinkan hasil uji normalitas.



Gambar 4. 1 Grafik P-Plot Uji Normalitas

Berdasarkan pada grafik normal P-Plot residual penyebaran data atau titik-titik berada disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Untuk mendukung hasil analisis uji normalitas maka dapat dilihat dengan nilai signifikansi. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka ada hubungan secara signifikan.

Tabel 4. 15
Hasil Uji Normalitas

Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
Most Extreme Differences	Std. Deviation	.29718922
	Absolute	.066
Test Statistic	Positive	.043
	Negative	-.066
		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)	Sig. (2-tailed)	.200

Sumber: Data Primer SPSS

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.15 tersebut dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*, hasil pengujian diketahui bahwa nilai signifikansinya sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi $0,200 > 0,05$ maka model regresi yang digunakan tersebut berdistribusi normal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen (variabel bebas). Uji ini menggunakan metode toleran dan *Variant Inflation Factor* (VIF) dengan asumsi bahwa hubungan yang baik tidak terjadi multikolinieritas. Jika nilai tolerance $> 0,01$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Atau bisa juga dengan menggunakan nilai VIF, jika nilai $VIF < 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 16
Hasil Uji Multikolinieritas

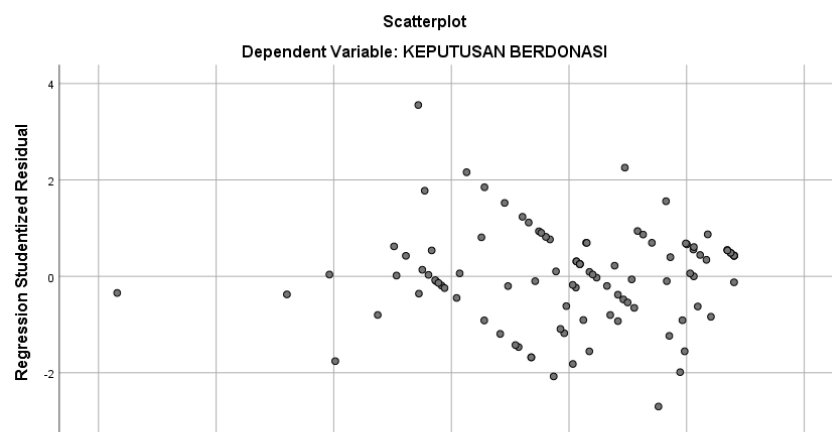
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Costant)		
	Sikap	0,636	1,573
	Norma Subjektif	0,439	1,573
	Kontrol Perilaku	0,331	3,020

a. Dependent Variable: Minat Berdonasi

Hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.16 tersebut menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang kecil, yaitu variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berada di bawah 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Gambar 4. 2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada grafik scatterplot di atas menunjukkan bahwa terdapat titik-titik yang menyebar berada di atas dan di angka 0 pada sumbu Y, dan titik-titik data tersebut tidak membentuk pola yang bergelombang. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. 17
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Signifikansi	Probabilitas
Sikap	0,226	0,05
Norma Subjektif	0,472	0,05
Kontrol Perilaku	0,193	0,05

Sumber: Data primer SPSS

Berdasarkan uji heteroskedastisitas pada tabel 4.17 dengan menggunakan *Uji Glejser* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel sikap $0,226 > 0,05$, variabel norma subjektif $0,472 > 0,05$, variabel kontrol perilaku $0,193 > 0,05$, maka semua variabel bebas menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini diuji variabel bebas sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku secara parsial apakah memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan berdonasi. Jika signifikansi $< 0,05$ artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Atau dapat dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Jika t hitung $> t$ tabel maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Nilai t tabel dari 100 adalah 1,66.

Tabel 4. 18
Hasil Uji t

Variabel	Sig.	t hitung	Probabilitas	Ket.
Sikap	0,470	0,726	0,05	Tidak Signifikan
Norma Subjektif	0,038	2,101	0,05	Signifikan
Kontrol Perilaku	0,000	9,390	0,05	Signifikan

Sumber: Data Primer

Berdasarkan hasil regresi linier berganda uji t pada tabel 4.18 tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berdonasi. Sedangkan hasil uji t variabel norma subjektif dan kontrol perilaku masing-masing berpengaruh terhadap keputusan berdonasi. Tabel 4.18 hasil uji t dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Sikap (X1) terhadap Minat Berdonasi Online (Y)

Nilai t hitung variabel sikap (X1) sebesar 0,726 dengan tingkat signifikansi 0,470 ($p > 0,05$). Hal ini memberikan arti bahwa variabel bebas sikap secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat berdonasi online. Dengan demikian hipotesis pertama (H_1) tidak diterima yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh terhadap minat berdonasi online.

2. Pengaruh Norma Subjektif (X2) terhadap Minat Berdonasi Online (Y)

Berdasarkan t hitung norma subjektif sebesar 2,101 dengan tingkat signifikansi 0,038 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel bebas norma subjektif secara

parsial berpengaruh terhadap keputusan berdonasi. Dengan demikian hipotesis kedua (H_2) diterima, bahwa norma subjektif memiliki pengaruh terhadap minat berdonasi online. Hal ini menunjukkan semakin tinggi keyakinan masyarakat terhadap suatu produk dan motivasi untuk memenuhi saran dari oranglain seperti keluarga dan teman maka akan mempengaruhi seseorang untuk melakukan donasi secara online. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Linardi dan Nur (2021) bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berdonasi pada platform *crowdfunding*.

3. Pengaruh Kontrol Perilaku (X3) terhadap Minat Berdonasi Online (Y)

Berdasarkan t hitung variabel kontrol perilaku diketahui 9,390 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), maka menunjukkan bahwa variabel bebas kontrol perilaku secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan berdonasi. Dengan demikian hipotesis ketiga (H_3) dapat diterima, bahwa kontrol perilaku memiliki pengaruh terhadap minat berdonasi online. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah platform yang digunakan untuk berdonasi online maka akan meningkatkan minat mahasiswa pengguna *e-wallet* untuk berdonasi online. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Astuti dan Prijanto, 2021) bahwa kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan zakat digital pada *kitabisa.com*.

b. Uji F

Hasil uji statistik secara simultan untuk variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap minat berdonasi online diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 19
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares		df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	1262.619	3	420.873	124.714	.000 ^b
	Residual	323.971	96	3.375		
	Total	1586.590	99			

a. Dependent Variable: Minat Berdonasi Online

b. Predictors: (Constant): Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 124,714 lebih besar daripada nilai F tabel 2,70 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) sehingga memiliki arti bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel sikap, norma subjektif secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel minat berdonasi online.

c. Koefisien Determinasi

Analisis R^2 (Adjust Square) dan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap minat berdonasi online. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Berdasarkan pengolahan data hasil uji koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 20
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,892	0,796	0,789	1,837

a. Predictors: (Constan), Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel 4.20 tersebut yang ditunjukkan dengan Adjusted R Square yaitu sebesar 0,789. Dengan demikian menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku memiliki pengaruh sebesar 78,9% terhadap minat berdonasi online (Y) sedangkan sisanya 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

Mengacu pada hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat diketahui bahwa sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku secara simultan memberikan pengaruh terhadap keputusan berdonasi. Besarnya pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap keputusan berdonasi dapat dilihat dalam hasil perhitungan uji F (uji signifikansi simultan) dengan nilai F hitung $124,714 > F$ tabel 2,70 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ ($p < 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,789 yang menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel minat berdonasi online sebesar 78,9%. Dengan demikian variasi yang terjadi pada variabel minat berdonasi online dapat dijelaskan oleh variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku, sedangkan sisanya sebesar 21,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Artinya variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap mahasiswa pengguna *e-wallet* yang berdomisili di Yogyakarta untuk melakukan donasi online.

Sikap merupakan salah satu faktor dalam melakukan donasi atas dasar *behavioral beliefs* atau keyakinan perilaku. Dalam penelitian ini sikap mahasiswa pengguna *e-wallet* tidak berpengaruh terhadap minat berdonasi online. Maka penelitian ini menolak hipotesis dan tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitanggang (2018) yang menyatakan bahwa sikap kepedulian sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan berdonasi online. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sikap tidak mempengaruhi

mahasiswa pengguna *e-wallet* untuk melakukan donasi dikarenakan sikap mahasiswa pengguna *e-wallet* masih hanya berminat untuk melakukan donasi secara langsung.

Norma subjektif adalah faktor yang berasal dari dorongan orang lain atas dasar *normatif belief* atau saran dari oranglain dan *motivation to comply* atau motivasi untuk melakukan donasi melalui platform crowdfunding kitabisa.com berdasarkan pengalamannya. Hasil penelitian ini berdasarkan uji t sebesar 2,101 dengan tingkat signifikansi 0,038 ($p < 0,05$). Maka secara parsial variabel norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat berdonasi online. Penelitian ini menerima hipotesis bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat berdonasi online. Jika mahasiswa pengguna *e-wallet* pernah termotivasi oleh oranglain melakukan donasi online, maka hal ini akan mendorong minat mahasiswa pengguna *e-wallet* untuk berdonasi secara online. Pengaruh dari oranglain dapat berupa saran rekomendasi untuk berdonasi melalui platform kitabisa.com. Selain itu adanya *campaign* penggalangan dana di media sosial juga mempengaruhi minat mahasiswa dalam berdonasi online. Semakin banyak norma-norma sosial di masyarakat yang mendorong mahasiswa untuk melakukan donasi berbasis online, maka minat mahasiswa untuk berdonasi online semakin meningkat.

Kontrol perilaku merupakan persepsi kemudahan atau kesulitan untuk melakukan keputusan berdonasi melalui platform kitabisa.com. Jika seseorang berminat untuk melakukan donasi secara online tentu mengharapkan platform donasi yang mudah digunakan. Persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan kemudahan yang dirasakan pada saat beradaptasi dengan pembelajaran yang baru terhadap hal yang baru, salah satunya berkaitan erat dengan latar belakang pendidikan responden (Mahendra, 2014). Hasil penelitian ini variabel kontrol perilaku memberikan pengaruh signifikan terhadap minat berdonasi online. Dengan demikian kemudahan platform sebagai wadah untuk melakukan donasi online dapat mendorong minat mahasiswa pengguna *e-wallet* untuk berdonasi melalui platform

kitabisa.com. Kepercayaan mahasiswa pengguna *e-wallet* dalam kemudahan yang dapat dirasakan karena metode pembayaran untuk donasi dapat melalui *e-wallet* seperti GoPay, DANA, ShopeePay, LinkAja dan Jenius Pay.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Sikap tidak mempengaruhi mahasiswa pengguna *e-wallet* untuk melakukan donasi online dikarenakan sikap mahasiswa pengguna *e-wallet* hanya melakukan donasi secara langsung.
2. Norma subjektif memiliki pengaruh terhadap minat berdonasi online. Semakin banyak norma-norma sosial di masyarakat yang mendorong mahasiswa pengguna *e-wallet* untuk melakukan donasi berbasis online, maka minat mahasiswa pengguna *e-wallet* untuk berdonasi online semakin meningkat.
3. Kontrol Perilaku memiliki pengaruh terhadap minat berdonasi online. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berdonasi mempengaruhi keputusan mahasiswa pengguna *e-wallet* untuk melakukan donasi secara online.
4. Sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat berdonasi online.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun penulis menyadari masih terdapat keterbatasan diantaranya:

1. Variabel yang diukur dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku. Sedangkan masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berdonasi online.

2. Keterbatasan penulis dalam membuat item pernyataan kuesioner dengan penggunaan kata yang tidak tepat dan tidak menggambarkan dalam variabel tersebut.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis memberikan saran agar diharapkan dapat bermanfaat untuk beberapa pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi manajemen penyedia layanan donasi online

Minat pengguna *e-wallet* dalam melakukan donasi secara online dipengaruhi oleh norma subjektif dan kontrol perilaku. Berdasarkan hasil tersebut penulis memberikan saran kepada pihak manajemen penyedia layanan donasi online yaitu: 1) perlu meningkatkan promosi berupa konten menarik di media sosial, 2) bekerjasama dengan *influencer* dalam melakukan kampanye penggalangan dana, 3) memberikan laporan donasi secara transparan dan akuntabel

2. Bagi peneliti selanjutnya

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan minat pengguna *e-wallet* terhadap keputusan berdonasi pada platform *kitabisa.com*, sebagai berikut:

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan faktor lain yang dapat menggambarkan minat pengguna *e-wallet* terhadap minat berdonasi online seperti variabel *trust* (kepercayaan), akuntabilitas dan kredibilitas *influencer*.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber referensi yang terkait baik berupa buku maupun jurnal ilmiah.
- c. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri selama proses pengumpulan data dan segala sesuatunya agar penelitian dapat dilaksanakan dengan baik dan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior and Human Decision Processes*.
- Ajzen, I., & Fishben. (1980). *Understanding attitude and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Amalia Hilda, Ferdira Rima, dan Anggraini Maya. (2017, Maret). *istem Informasi Pengolahan Dana Donasi. Juran Ekonomi dan Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika, Vol.1 No.1*.
- Amar Faozan. (2018). Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Keprilakuan Praktik Pembiayaan Nasabah Koperasi Syariah di Kabupaten Bogor. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol.6 No.2*, 63-77.
- Annur, C. M. (2021, Juli 13). (D. J. Bayu, Editor) Retrieved Maret 21, 2022, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/121321/kebutuhan-pembayaran-digital-jadi-faktor-utama-masyarakat-ri-pakai-e-wallet>
- Annur, C. M. (2022, Januari 31). *Bank Indonesia: Transaksi Uang Elektronik RI Tembus Rp 35 Triliun per Desember 2021*. (A. Mutia, Editor) Retrieved Maret 13, 2022, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/31/bank-indonesia-transaksi-uang-elektronik-ri-tembus-rp-35-triliun-per-desember-2021>
- Astuti dan Prijanto. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Muzaki dalam Membayar Zakat Melalui Kitabisa.com: Pendekatan Technology Acceptance dan Theory of Planned Behavior. *AL-MUZARA'AH, VOL. 9*, 21-44.
- Bank Indonesia. (2018). *Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik*. Retrieved from <file:///C:/Users/user/Downloads/Peraturan%20BI%20No.%2020-6-PBI%202018.pdf>
- Bank Indonesia. (2020). Retrieved Maret 21, 2022, from <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>
- Bradford, C. S. (2012). Crowdfunding and The Federal Securities Laws. *Columbia Business Law Review*, 1-150.
- Celine Linardi, Triasesiarta Nur. (2021, Maret). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia, Volume 04*, 249-267.
- Eriyani, Wiyono. (2012). Pengaruh Sikap, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Norma Subjektif pada Niat Beli Kosmetik Organik: Studi pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta. *Fokus Manajerial, Vol.11 No.2*, 140-154.
- Fajery, M. Riza Firdaus. (2020, Maret). Pengaruh Social Marketing terhadap Keputusan Berdonasi melalui Kitabisa.com. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.4. No.1*, 22-23.

- Firdaus. (2017). Sedekah dalam Perpektif Al-Qur'an (Suatu tinjauan tafsir maudhu'i). *Ash-Shahabah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, Vol.3 No.1, 88-100.
- Fitriana Nanda Della, Hamdan dan Imaningsih Sofriana Erna. (2021). Pengaruh E-Product Knowledge, E-Social Influence, dan E-Trust terhadap Keputusan Berdonasi di Aplikasi Kitabisa.com. *Jurnal ULTIMA Management*, Vol.13, No.2, 271-286.
- Ghozali, I. (n.d.). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM P.*
- Hafidhuddin, D. (1998). *Panduan Praktis tentang Zakat, Infaq dan Sedekah*. (S. Dadi M.H.B., Ed.) Depok: GEMA INSANI.
- Harnoko Muhammad Arif dan Hernianingrum Sri. (2020). Analisis Teori Perilaku yang Direncanakan terhadap Niat Warga Surabaya untuk Kredit Kepemilikan Rumah Syariah di De Raya Developer Property. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Terapan*, Vol. 7, No. 8, 1527-1537.
- Herna, Hisnawati, Hidayaturahmi dan Putri Amanda Anindya. (2019). Strategi Komunikasi Media Sosial untuk Mendorong Partisipasi Khalayak pada Situs Online Kitabisa.com. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, Vol. 17, No.2, 146-156.
- Hidayanto Syahrul dan Kartosapoetro Ishadi Soetopo. (2020, Juli). Strategi Digital Branding pada Startup Social Crowdfunding (Studi Kasus pada Kitabisa.com). *Jurnal KOMUNIKATIF*, Vol. 9, No. 1, 19-33.
- I.A. Aziz, Nurwahidin, I.Chailis. (2019, Juni). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah*, Voulume 5 Nomor 1, 94-109.
- Ibrahim Andi et al. (2018). *Metodologi Penelitian*. (M. M. Dr. H. Ilyas Ismail, Ed.) Gunadarma Ilmu.
- Jordana Alexandra, Wimmie Handiwidjojo. (2016, November 2). Program Bantu Sistem Penyaluran Donasi Non Tunai Berbasis Web. *Jurnal EKSIS*, Vol. 09 No. 02, 113-123. Retrieved Maret 24, 2022
- Kementrian Keuangan. (2016).
- Khaerani Azisah Nurul dan Hasanah Nurjannatul. (2018, Juni). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Beli Produk pada UMKM Center Kota Tarakan. *Jurnal Ekonomika*, Vol. IX, No. 2, 13-24.
- Kharisma Anisa Sains dan Putri Negin Kencono. (2020). Teori of Planned Behavior terhadap Intensi untuk Memberi Infaq dan Shadaqah melalui Aplikasi Financial Technology (Go-Pay). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA)*, Vol. 22, No. 4, 421-428.
- Kompas. (2021, Desember 22). *Indonesia Negara Paling Dermawan di Dunia epanjang 2021*. (A. Ika, Editor) Retrieved Maret 23, 2022, from

<https://money.kompas.com/read/2021/12/22/070000726/indonesia-negara-paling-dermawan-di-dunia-sepanjang-2021>

- Kusumastuti & Waluyo. (2019). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan UU No.5 Tahun 2022 tentang Akuntan Publik terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi (PPAk). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1-30.
- Linardi dan Nur. (2021, Maret). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 249-267.
- Mahendra, T. (2014). Minat Individu terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Modified Teknologi Acceptance Model (TAM) dan Tehory of Planned Behavior (TPB). (Disertasi, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia).
- March Hot Asi Sitanggung dan S. Rouli Manalu. (2018). MEMAHAMI MEKANISME CROWDFUNDING DAN MOTIVASI BERPARTISIPASIDALAM PLATFORM Kitabisa.com. *Jurnal Interaksi Online*.
- Maulidi, S. (2012). *9 Keajaiban Zikir dan Sedekah*. Jakarta: Dian Rakyat.
- Nafidzah, I. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERDONASI DIKITABISA.COM. *Jurnal Ilmiah*.
- Nivea Coelho Degasperi dan Emerson Wagner Maninardes. (2017). What Motivates Money Donation? A Study On External Motivators. *Revista de Administracao*, 363-373.
- Nugroho Arief Yuswanto dan Rachmaiyah Fathicatur. (2019, April). Fenomena Perkembangan Crowdfunding di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri, Vol.4 No.4*, 34-36.
- Palito et al. (2020). Perlindungan Hukum terhadap Donation-Based Crowdfunding pada Industri Financial Technology Di Indonesia.
- Pangestu Dian Resky. (2021). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Konsumen Berdonasi pada Alfamart Parepare (Analisis Ekonomi Syariah). *Tesis*.
- Pertiwi Dwi Putri, Wiranto, Rini Anggrainingsih. (2019, Juni). Evaluation of Campaign Categories On Kitabisa.com by Naive Bayes Classifier Method. *Jurnal Ilmiah Teknologi dan Komunikasi, Vol. 8, No. 1*, 26-33.
- Prasetyo Dewantoro Tomy dan Maningga Ade. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Demografi Norma Sybjektif terhadap Keputusan Investasi Saham. *Jurnal Magisma, Vol. VII, No.2*, 9-14.
- Pratama, B. (2017, September). *Bina Nusantara University*. Retrieved Maret 21, 2022, from Terminologi Hukum Uang Digital dan Dompot Digital: <https://business-law.binus.ac.id/2017/09/30/mengenal-uang-digital-dan-dompot-digital/>

- Rachmawari Dewi dan Solikhati Khotimatus. (2020, Juni). Digital Altruism: Strategi Kepercayaan Pendonasi Kitabisa.com dalam Membangun Solidaritas Sosial. *Jurnal Kajian Media, Vol.4, No.1*, 22-39.
- Rangkuty, D. M. (2021). Apakah Pengguna E-wallet Maa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkat di Indonesia ? *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia, Vol.01*, pp. 251-260. Retrieved Maret 21, 2022, from <http://journal.unusia.ac.id/index.php/Conferenceunusia/article/view/205>
- Rosalina, Handojo Andreas dan Wibowo Adi. (2015). Aplikasi Crowdfunding sebagai Perantara Penggalangan Dana Berbasis Website dan Facebook Application. *Jurnal Infra*.
- Safira Hasna dan Irwansyah. (2019, November). Pengaruh Inovasi Crowdfunding terhadap Keputusan Berdonasi. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi Digital Zone, Volume 10, Nomor 2*, 144-156.
- Setianto, A. W. (2020). Hukum Tentang Penarikan Uang Kembali untuk Program Donasi. *Al-Iqtishady : Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 1, No.1*.
- Simon Megadewandanu, Suyoto, Pranowo. (2016). Exploring Mobile Wallet Adoption in Indonesia Using UTAUT2. *2016 2nd International Conference on Science and Technology-Computer (ICST 2016)*. Yogyakarta: Institute of Electrical and Electronics Engineers.
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R&D*. CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV Alfabeta.
- Suliyanto. (2011). Perbedaan Pandangan Skala Likert sebagai Skala Ordinal atau Skala Interval. *Prosiding Seminar Nasional Statistika* (pp. 51-60). Purwokerto: Sewindu Statistika.
- Uma Sekaran, Kwan Men Yon. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta Barat: Jakarta Salemba Empat.
- Wahidmurni. (2017). Pemamparan Metodologi Penelitian Kuantitatif. 1-16.

Lampiran Pernyataan Kuesioner

A. Petunjuk Pengujian

Pilihlah pada salah satu kolom jawaban yang tersedia mulai dari angka 1 s.d. 5 untuk setiap item pernyataan yang disediakan sesuai dengan jawaban/pendapat anda.

Skor jawaban:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Cukup Setuju (CS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

B. Identitas Responden

No	Pernyataan	Pilihan				
1	Apakah anda sudah pernah melakukan donasi secara online?	Ya			Tidak	
2	Jika sudah pernah berdonasi secara online, berapa kali berdonasi dalam satu bulan?	1x	2x	> 3X	Belum pernah	
3	Berapa nominal yang anda keluarkan?	< Rp. 100.000	Rp. 100.000 s.d. Rp. 200.000	Rp. 200.000 s.d. Rp. 300.000	Rp. 300.000 s.d. Rp 400.000	> Rp. 400.000

4	Apakah anda pengguna E-Wallet?	Ya		Tidak		
5	E-Wallet apa yang anda gunakan?	GoPay	DANA	ShopeePay	LinkAja	Jenius Pay

C. Pernyataan

Sikap (Attitude)

Saya menyadari bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang membutuhkan bantuan berupa donasi *

1 2 3 4 5

Saya berniat untuk melakukan donasi secara online *

1 2 3 4 5

Saya menyadari bahwa dengan berdonasi akan membantu saudara kita yang lebih membutuhkan *

1 2 3 4 5

Saya menyadari bahwa perilaku berdonasi merupakan sikap tolong menolong sebagaimana yang diajarkan Rasulullah SAW untuk bersedekah dan berinfaq *

1 2 3 4 5

Saya menyadari bahwa dengan berdonasi akan mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Norma Subjektif (Subjectif Norm)

Saya pernah mengetahui keluarga berdonasi secara online melalui platform crowdfunding kitabisa.com *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya tertarik menggunakan platform crowdfunding kitabisa.com jika direkomendasikan oleh keluarga *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya pernah mengetahui teman berdonasi secara online melalui platform crowdfunding kitabisa.com *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

الجمعة الامتية الاندوسية
الاستاذ الاندوسي

Saya akan menggunakan platform crowdfunding kitabisa.com jika direkomendasikan oleh teman *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya pernah mencari informasi terkait platform crowdfunding kitabisa.com melalui media sosial online *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya tertarik menggunakan platform crowdfunding kitabisa.com karena melihat berbagai campaign galang dana dari media sosial online *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kontrol Perilaku (Behavioral Control)

Saya percaya bahwa platform crowdfunding kitabisa.com merupakan platform yang tepat untuk melakukan donasi secara online *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya percaya bahwa kitabisa.com merupakan platform crowdfunding paling populer di Indonesia *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya percaya bahwa platform kitabisa.com merupakan platform crowdfunding yang aman karena dana dapat disalurkan tepat sasaran *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya percaya bahwa platform kitabisa.com dapat digunakan dengan mudah karena sudah terhubung dengan E-Wallet (GoPay, Dana, ShopeePay, LinkAja, Jenius Pay) *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya percaya bahwa kitabisa.com merupakan platform crowdfunding yang transparan karena dapat diakses siapa saja dan jumlah donasi yang masuk bisa terlihat secara realtime *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya percaya bahwa platform kitabisa.com merupakan platform crowdfunding yang akuntabel karena memberikan laporan berkala kepada donatur *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Keputusan Berdonasi

Saya berminat menggunakan platform crowdfunding kitabisa.com karena donasi merupakan salah satu upaya untuk menyelesaikan permasalahan sosial di Indonesia dengan niat saling tolong menolong *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya berminat menggunakan platform crowdfunding kitabisa.com karena donasi secara online dapat dipercaya dalam menyalurkan dana secara tepat sesuai sasaran yang membutuhkan *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya akan merekomendasikan kepada orang lain agar berdonasi melalui platform crowdfunding kitabisa.com karena sudah terhubung dengan E-Wallet (GoPay, Dana, ShopeePay, LinkAja, dan Jenius Pay) sehingga dapat memudahkan dalam melakukan transaksi *

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Saya berminat menggunakan platform crowdfunding kitabisa.com karena jumlah * donasi yang masuk dapat terlihat secara realtime (transparan)

1 2 3 4 5

Saya akan kembali berdonasi melalui platform crowdfunding kitabisa.com karena * sebagai donatur akan mendapatkan laporan secara berkala (akuntabel)

1 2 3 4 5

D. Operasionalisasi Variabel

3. Sikap

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item	Jumlah
Sikap (X1) (Solomon, 2013)	<i>Behavioral Beliefs</i>	1) Kognitif (pengetahuan) 2) Afektif (emosi dan perasaan) 3) Konatif (tindakan)	1,2,3,4,5	5
Total				5

4. Norma Subjektif

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item	Jumlah
Norma Subjektif (X2)	<i>Normatif Belief</i>	1) Keyakinan bahwa orang lain menyarankan	6,8,10	3

(Ajzen, 2005:124-125)		untuk menggunakan produk		
	<i>Motivation to Comply</i>	1) Motivasi untuk memenuhi saran orang lain	7,9,11	3
Total				6

5. Kontrol Perilaku

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item	Jumlah
Kontrol Perilaku (X3) (Ajzen dalam Eriyani, 2020)	<i>Control Belief</i>	1) Keyakinan bahwa adanya kemudahan dan kesulitan dalam menggunakan produk	12,13,14,15,16,17	6
Total				6

6. Keputusan Berdonasi

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Item	Jumlah
Keputusan Berdonasi (Y) (Kotler, 2009;184)	Tindakan	1) Kemantapan pada sebuah produk	18,19,20,21,22	5

		<p>2) Kebiasaan dalam memilih produk</p> <p>3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain</p> <p>4) Melakukan pembelian ulang</p>		
Total				5

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
 الجامعة الإسلامية الاندونيسية

Lampiran Jawaban Responden

SIKAP (X1)				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5
5	5	5	5	5
4	5	4	4	4
4	4	4	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	3	4	5	5
5	5	5	5	5
5	3	5	5	5
4	4	3	5	4
5	3	5	5	5
4	3	4	5	5
5	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
5	3	5	5	5
5	4	5	5	5
5	5	4	5	5
4	3	3	4	4
4	3	4	4	4
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5
5	5	5	5	5
5	3	5	3	5
5	4	5	5	5
5	5	5	5	5
3	1	3	5	5
3	3	4	5	5
5	5	5	5	5

5	5	5	5	5
4	5	5	5	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	3	4	5	5
4	4	4	5	5
4	4	4	5	5
4	1	4	4	5
5	5	5	5	5
4	1	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
5	4	5	5	5
5	3	5	5	5
4	4	5	5	5
5	4	4	3	3
4	4	5	5	5
5	4	5	5	5
5	4	5	5	5
4	2	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5
5	4	5	5	5
5	3	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5
5	4	5	5	5
5	4	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	5	5	5
5	4	5	5	5
4	3	5	5	5
5	4	4	4	5
3	3	4	4	4
4	4	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	4	5	4
5	4	5	5	5
5	4	5	5	4

5	4	5	5	5
4	4	5	5	5
5	4	4	5	5
5	5	5	5	5
4	5	4	5	5
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5
5	5	5	5	5
5	4	5	5	5
5	4	5	5	5
4	4	4	5	5
5	4	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	5	5

NORMA SUBJEKTIF(X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
2	4	2	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5
1	3	1	3	1	3
3	4	3	4	5	5
1	3	1	3	1	3
4	4	4	4	4	4
1	2	1	3	1	2
3	4	4	4	4	4
1	3	3	2	2	3
1	3	1	3	1	3
5	5	5	3	3	5
5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5
1	3	1	3	1	3
2	2	2	2	2	2
3	4	1	1	1	1
3	4	2	4	1	3
3	3	3	3	2	3
3	4	4	4	4	5
3	3	3	3	4	4
3	3	5	3	3	3
4	3	3	3	3	4
5	5	4	4	5	4
3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	2	3

3	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4
2	3	4	3	2	3
5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	2	3
5	5	4	5	5	5
1	1	5	1	3	5
5	5	5	5	5	5
2	3	4	3	4	4
5	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
1	5	1	2	1	2
2	3	3	3	2	3
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	3	4	3	4	5
5	5	5	5	3	5
5	4	4	4	3	4
3	3	3	3	4	4
3	2	4	2	3	3
3	4	5	4	2	3
3	4	4	4	4	4
1	3	2	3	3	3
5	3	4	3	4	5
1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3
2	2	2	2	2	2
1	4	5	3	1	4
1	1	1	1	1	1
3	3	2	3	2	3
5	2	5	2	5	5
3	3	3	3	3	3
3	5	2	4	4	5
5	5	5	5	5	5
1	2	5	4	1	2
5	5	5	5	3	3
4	3	3	3	2	2
3	4	5	4	5	5
2	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	4
1	2	3	3	1	1

4	4	2	4	2	4
3	3	4	3	4	3
1	3	1	2	3	5
1	3	1	3	4	3
5	4	4	3	4	4
4	4	4	3	3	3
3	3	4	3	1	1
3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	4
4	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
1	3	2	3	2	2
3	4	4	5	3	4
4	4	4	3	3	3
1	4	3	5	3	4
2	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4
1	4	2	4	2	3
3	5	5	5	5	5
1	1	1	1	3	2
1	4	2	4	3	4
1	4	1	3	1	1
3	3	3	4	3	4
4	5	4	5	5	5
2	4	2	4	5	5
2	4	4	4	4	4
2	3	2	3	2	3
KONTROL PERILAKU (X3)					
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	3	5	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
3	2	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3
5	4	5	5	4	4

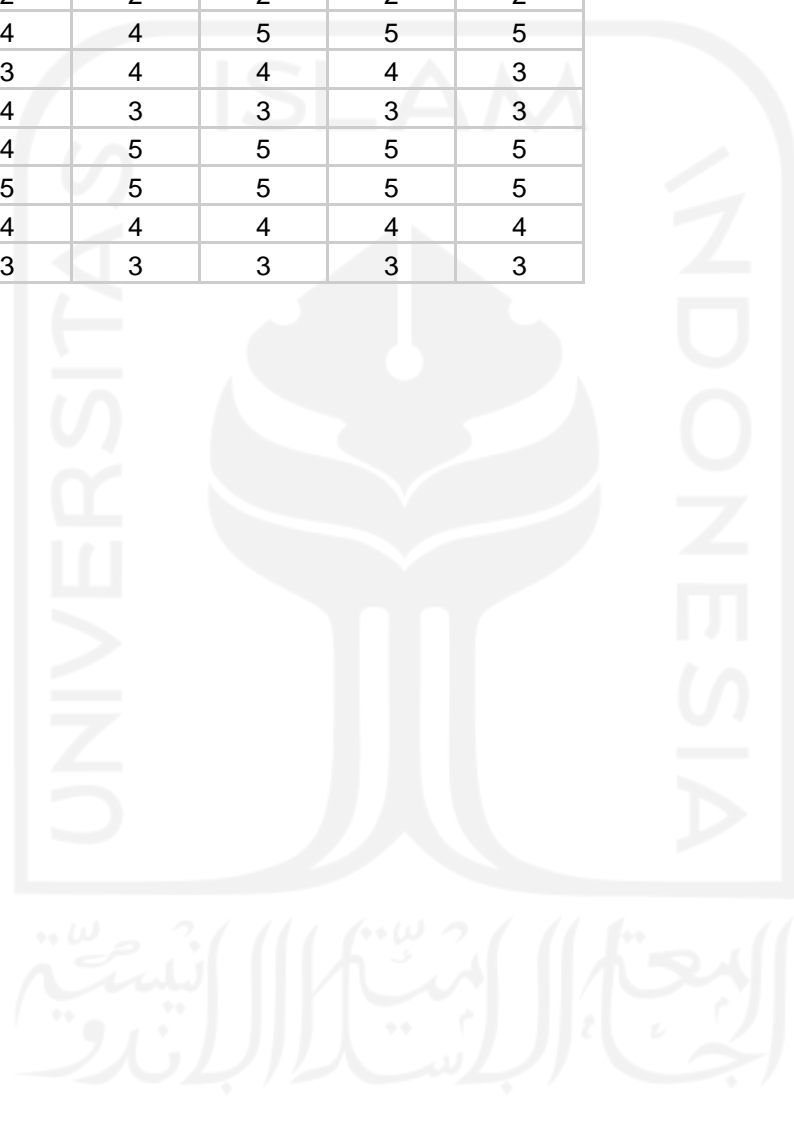
5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5
3	2	3	4	3	3
4	2	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4
3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3
5	5	4	5	5	5
4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3
4	5	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	3
4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
3	2	3	1	3	2
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4
3	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
1	2	3	2	3	3
5	5	4	5	4	4
1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
5	5	3	4	4	3

3	2	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	3
5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5
3	2	3	2	3	3
4	5	4	5	4	4
4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4
5	5	5	3	4	4
3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3
4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	4
3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3
4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	4
5	4	5	3	5	2
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2
4	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4

KEPUTUSAN BERDONASI (Y)				
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	4	3	5	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	4	3	3	3
5	5	5	5	5
5	4	5	4	5
4	4	4	5	4
3	3	3	3	2
3	3	3	3	3
4	4	3	3	3
3	3	3	3	3
5	4	5	5	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
4	4	5	5	5
4	3	3	3	3
3	3	3	3	3
4	4	3	3	3
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
3	4	5	5	4
5	5	5	5	5
5	4	1	5	5
4	5	5	5	5
3	3	3	3	3
5	5	4	5	5
4	4	4	5	4
1	1	1	5	4
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
5	5	2	5	4

4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
4	4	3	4	4
3	3	3	3	3
4	4	3	4	4
4	4	4	3	3
2	1	2	2	2
5	4	5	4	5
1	1	1	1	1
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	5	4	3
2	2	2	3	3
3	3	4	3	3
4	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
3	3	3	3	3
5	5	4	5	5
3	3	3	3	2
4	4	4	4	4
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	5	3	5	5
3	3	3	3	3
5	5	5	5	3
3	3	4	3	4
4	4	3	5	4
4	4	4	3	3
4	4	4	3	3
3	3	3	3	3
4	5	5	4	4
5	5	5	5	4
4	4	4	4	4
4	4	3	4	4
5	4	4	5	4
5	4	5	5	5
4	4	4	4	4
4	5	4	4	4

4	4	4	4	3
5	4	3	4	4
5	5	4	4	2
5	4	3	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
2	2	2	2	2
4	4	5	5	5
3	4	4	4	3
4	3	3	3	3
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3



Lampiran Output SPSS

A. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.563**	.775**	.590**	.632**	.859**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.563**	1	.528**	.427**	.325**	.736**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.775**	.528**	1	.694**	.740**	.892**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.590**	.427**	.694**	1	.858**	.834**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.632**	.325**	.740**	.858**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Total X1	Pearson Correlation	.859**	.736**	.892**	.834**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.554**	.642**	.499**	.606**	.548**	.811**

	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.554**	1	.444**	.777**	.528**	.586**	.772**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.642**	.444**	1	.534**	.599**	.577**	.796**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.499**	.777**	.534**	1	.571**	.606**	.793**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.606**	.528**	.599**	.571**	1	.807**	.852**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.548**	.586**	.577**	.606**	.807**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total X2	Pearson Correlation	.811**	.772**	.796**	.793**	.852**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TotalX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.785**	.707**	.687**	.757**	.664**	.853**

	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.785**	1	.773**	.774**	.825**	.786**	.919**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.707**	.773**	1	.741**	.848**	.801**	.896**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.687**	.774**	.741**	1	.787**	.842**	.894**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.757**	.825**	.848**	.787**	1	.854**	.935**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.664**	.786**	.801**	.842**	.854**	1	.912**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total X3	Pearson Correlation	.853**	.919**	.896**	.894**	.935**	.912**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
Y.1 Pearson Correlation	1	.875**	.616**	.711**	.689**	.884**

	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Y. 2	Pearson Correlation	.875**	1	.714**	.754**	.711**	.923**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Y. 3	Pearson Correlation	.616**	.714**	1	.602**	.609**	.814**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Y. 4	Pearson Correlation	.711**	.754**	.602**	1	.849**	.890**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100
Y. 5	Pearson Correlation	.689**	.711**	.609**	.849**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.884**	.923**	.814**	.890**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	18.21	5.137	.771	.826
X1.2	18.70	5.020	.526	.907
X1.3	18.17	5.031	.824	.813
X1.4	18.02	5.454	.747	.835
X1.5	18.02	5.555	.732	.839

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	17.35	22.997	.697	.878
X2.2	16.78	26.375	.687	.878
X2.3	17.01	23.808	.685	.878
X2.4	16.86	26.021	.713	.875
X2.5	17.17	23.011	.768	.864
X2.6	16.73	24.563	.770	.865

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

X3.1	19.88	16.369	.786	.951
X3.2	19.89	15.109	.874	.942
X3.3	19.83	16.587	.853	.944
X3.4	19.73	15.896	.843	.945
X3.5	19.76	16.063	.906	.938
X3.6	19.91	16.164	.873	.942

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	15.31	10.499	.817	.904
Y.2	15.35	10.189	.876	.892
Y.3	15.47	10.595	.700	.929
Y.4	15.27	10.442	.825	.903
Y.5	15.44	10.532	.805	.906

B. Uji Asumsi Klasik

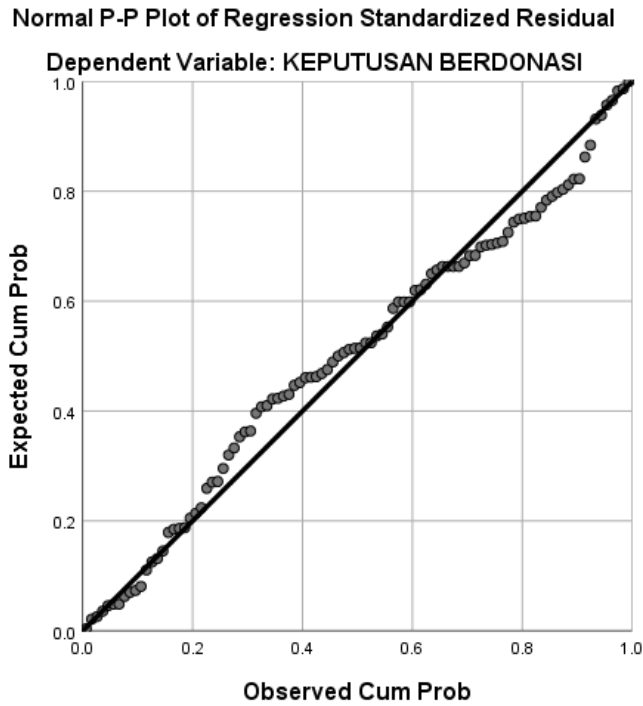
1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.29718922
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.043
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.



2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.824	1.507		.547	.586		
	Sikap	.060	.082	.042	.726	.470	.636	1.573
	Norma Subjektif	.100	.047	.146	2.101	.038	.439	2.278
	Kontrol Perilaku	.630	.067	.753	9.390	<,001	.331	3.020

a. Dependent Variable: Keputusan Berdonasi

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.054	.617		1.708	.091		
	Sikap	.041	.034	.150	1.218	.226	.636	1.573
	Norma Subjektif	.014	.019	.107	.721	.472	.439	2.278
	Kontrol Perilaku	.036	.027	.225	1.312	.193	.331	3.020

a. Dependent Variable: ABS_RES

C. Uji Hipotesis

1. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.824	1.507		.547	.586		
	SIKAP	.060	.082	.042	.726	.470	.636	1.573
	NORMA SUBJEKTIF	.100	.047	.146	2.101	.038	.439	2.278
	KONTROL PERILAKU	.630	.067	.753	9.390	.000	.331	3.020

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERDONASI

2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1262.619	3	420.873	124.714	.000 ^b
	Residual	323.971	96	3.375		
	Total	1586.590	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN BERDONASI

b. Predictors: (Constant), KONTROL PERILAKU, SIKAP, NORMA SUBJEKTIF

3. Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.796	.789	1.837

a. Predictors: (Constant), KONTROL PERILAKU, SIKAP, NORMA SUBJEKTIF



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Wahyu Septiana Nurjanah yang merupakan anak ke tiga dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Sucipto (alm) dan Ibu Sulastri. Penulis dilahirkan Brebes pada tanggal 18 September 1999. Alamat penulis bertempat tinggal di Desa Karangbandung RT.03/RW.01, Kecamatan Ketanggungan, Kabupaten Brebes. Saat ini berdomisili di Asrama Mahasiswi Komplek 6 Pondok Pesantren Sunan Pandanaran. Nomor handphone dan *whatsapp*: 085784990339. Alamat Email : wahyuseptiana18999@gmail.com. Pendidikan Sekolah Menengah Atas ditempuh di SMA Al-Hikmah Sirampog, lulus pada tahun 2018. Pada tahun 2018 penulis diterima di Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Pada saat tahun ajaran semester genap 2018/2019 penulis terpilih sebagai penerima beasiswa unggulan Universitas Islam Indonesia. Penulis juga aktif di berbagai organisasi kampus di antaranya Kelompok Studi Pasar Modal Syariah (KSPMS), HAWASI dan Cahaya Jariyah Insani (CJI). Selain aktif di organisasi, penulis juga memiliki bakat di luar akademik yakni memiliki kemampuan menjadi perias/Make Up Artis (MUA).