

**ANALISIS KEPEDULIAN SOSIAL KALANGAN MILLENIAL  
DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM BERDONASI  
MELALUI PLATFORM CROWDFUNDINGS**

*An Analysis of the Social Awareness of Millenial in the Covid-19 Pandemic in  
Donating to Through Platform Crowdfunding*

Skripsi

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



**Disusun Oleh:**

**FINI KHOFIFAH**

**18423128**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

**JURUSAN STUDI ISLAM**

**FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fini Khofifah  
NIM : 18423128  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam  
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepedulian Sosial  
Kalangan Millennial di Masa Pasca  
Pandemi Covid-19 dalam Berdonasi  
Amal Melalui *Platform  
Crowdfundings.*

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiasi atau penjiplakan hasil 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 sebenar-benarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 01 November 2022



Fini Khofifah

## REKOMENDASI PEMBIMBING

### REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama : Feni Khofifah

NIM : 18423128

Judul Skripsi : Analisis Kepedulian Sosial Kalangan Millenial di Masa Pandemi Covid-19 dalam Berdonasi Melalui Platform Crowdfundings.

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses 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.

Yogyakarta, 03 November 2022



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

## NOTA DINAS

### NOTA DINAS

Yogyakarta, 6 Rabiul Akhir 1444 H

01 November 2022

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

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Berdasarkan Penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 797/Dek/60/DAATI/FIAI/VI/2022 tanggal 29 Juni 2022 M/ 29Zulqa'dah 1443 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : Fini Khofifah  
Nomor Induk Mahasiswa : 18423128  
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam  
Jurusan/Program Studi : Studi Islam Ekonomi Islam  
Tahun Akademik : 2021/2022  
Judul Skripsi : Analisis Kepedulian Sosial Kalangan Millennial di Masa Pandemi Covid-19 dalam Berdonasi Melalui Platform Crowdfundings.

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dosen Pembimbing,



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

## LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4511  
F. (0274) 898463  
E. fiain@uii.ac.id  
W. fiain.uui.ac.id

### 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 : 29 November 2022  
Judul Tugas Akhir : Analisis Kepedulian Sosial Kalangan Millennial di Masa Pandemi Covid-19 dalam Berdonasi Melalui Platform Crowdfundings  
Disusun oleh : FINI KHOFIFAH  
Nomor Mahasiswa : 18423128

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 : Rakhmawati, S.Stat, MA  
Penguji I : Junaidi Safitri, SEI, MEI  
Penguji II : Rheyza Virgiawan, Lc., ME  
Pembimbing : Fajar Fandi Atmaja, Lc., M.S.I.

Yogyakarta, 6 Desember 2022



*Dr. Diah Asmuni*  
Dr. Diah Asmuni, MA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Dengan menyebut nama Allah SWT. yang Maha Pengasih lagi Maha**

**Penyayang, saya persembahkan skripsi ini untuk :**

Ke dua orang tua saya yang telah banyak mengorbankan segalanya untuk saya, selalu memberikan hal terbaik untuk saya, doa-doanya, motivasinya, dan juga pengorbanannya.

Untuk kakak-kakak saya yang selalu memberikan support dan selalu direpotkan dengan keluh kesah yang saya rasakan.



## MOTTO

Nabi Muhammad SAW, bersabda : *“Barangsiapa yang melepaskan satu kesusahan seorang mukmin, pasti Allah akan melepaskan darinya satu kesusahan pada hari kiamat. Barang siapa yang menjadikan mudah urusan orang lain, pasti Allah akan memudahkannya di dunia dan di akhirat.”*

(HR Muslim)



## ABSTRAK

### ANALISIS KEPEDULIAN SOSIAL KALANGAN MILLENIAL DI MASA PANDEMI COVID-19 DALAM BERDONASI MELALUI PLATFORM CROWDFUNDINGS

FINI KHOFIFAH

18423128

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai kepedulian sosial kalangan millennial di masa pandemic covid-19 dalam melakukan donasi amal melalui *platform crowdfunding*. Dalam penelitian ini menggunakan 150 sampel terdiri dari kalangan *millennial* yang berusia 18-40 tahun dan berdomisili di wilayah D.I. Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dan data yang digunakan berupa data primer, yang diperoleh dari jawaban kuisisioner yang telah dibagikan kepada responden. Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji regresi linier berganda dan data yang didapat diolah menggunakan software IBM SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa pada variabel kemudahan dan kampanye sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepedulian sosial, sedangkan untuk variabel empati dan religiusitas memiliki pengaruh yang positif terhadap kepedulian sosial.

Kata Kunci : Kepedulian sosial, Millennial, *Platform crowdfunding*, Pandemi covid-19.



## ABSTRACT

### AN ANALYSIS OF THE SOCIAL AWARENESS OF MILLENNIALS IN THE COVID-19 PANDEMIC IN DONATING TO THROUGH PLATFORM CROWDFUNDINGS

**FINI KHOFIFAH**  
**18423128**

*This study aimed to analyze millennials' social awareness in the Covid-19 pandemic in donating through platform crowdfunding. In this study, 150 samples were involved which consisted of millennials aged 18-40 years in Yogyakarta Special Region. The sampling technique was purposive sampling and the data used was the primary data obtained from the answers to the questionnaire distributed to the respondents. The data processing technique used in this research was the multiple linear regression test, and the data obtained were processed using the IBM SPSS software. The results of this study indicated that the convenience and social campaign variables did not have a significant effect on social awareness, whereas the empathy and religiosity variables had a positive influence on social awareness.*

**Keywords:** *Social Awareness, Millennials, Platform Crowdfundings, Covid-19 Pandemic.*

October 28, 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

## KEPUTUSAN BERSAMA

### MANTERI AGAMA DAN MANTERI 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

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

Berikut daftar huruf Arab yang dimaksud dan literasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	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
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, yang terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

### a. Vokal tunggal

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dommah	U	U

### b. Vocal Rangkap

Vocal rangkap dalam bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا..	Fathah dan Ya	AI	a dan i
وَا..	Fathah dan Wau	AU	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ            kataba
- فَعَلَ            fa`ala
- سَأَلَ            suila

- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

### 3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ.يَ.أَ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إِ.يَ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ.وِ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

### 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 mendapatkan 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:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudatul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ 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
- الْبِرُّ 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 “1” diganti dengan huruf yang mengikuti kata sandang itu.

### b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan 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 sandang.

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'khuẓu
- شَيْئٌ syai'un
- النَّوْءُ 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 dirangkai dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkai juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِ Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasinya ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: 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:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānirrahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapitan 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:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amrujamī`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

**Assalamualaikum wr.wb**

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa Allah SWT. atas semua berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian ini. Tak lupa shalawat serta salam tak lupa penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau. Penelitian ini berjudul “ANALISIS KEPEDULIAN SOSIAL KALANGAN MILLENNIAL DI MASA PASCA PANDEMI COVID-19 DALAM BERDONASI MELALUI *PLATFORM CROWDFUNDINGS*” dimana penelitian ini disusun untuk memenuhi tugas akhir yaitu skripsi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Program strata 1 (S1) pada program studi Ekonomi Islam studi Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyusunan penelitian skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis dalam kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Fathul Wahid, S. T., M.Sc, Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu sebagai mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, MA. selaku dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, L.c, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Fandi Fajar Atmaja, Lc., MSI. selaku dosen pembimbing skripsi yang sabar membimbing penulis dalam menyusun penelitian ini dan memberikan masukan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan tepat waktu.

6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan berbagai ilmu serta pengalaman yang sangat bernilai bagi penulis, semoga ilmu yang telah diberikan dapat bermanfaat dunia dan akhirat.
7. Bapak Sugito dan Ibu Kastini, selaku orang tua penulis yang telah memberikan banyak hal baik doa, motivasi, semangat, dan tentunya sebagai *support system* dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
8. Kakak-kakak yang selalu memberikan arahan, *support system* dalam penyusunan penelitian skripsi ini.
9. Teman-teman dan semua pihak yang membantu dan memberikan masukan dalam proses penyusunan penelitian ini sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

Semoga Allah SWT. Selalu melimpahkan segala rahmat dan hidaya-Nya untuk pihak-pihak yang membantu penulis dalam berbagai hal. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran diperlukan dari pembaca dan harapnya dengan kritik dan saran yang membangun digunakan untuk menyempurnakan skripsi ini.

**Wassalamualaikum wr. Wb.**

Yogyakarta, 25 Oktober 2022

Penulis



(Fini Khofifah)

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
REKOMENDASI PEMBIMBING .....	ii
NOTA DINAS .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	xvi
DAFTAR ISI .....	xviii
DAFTAR TABEL .....	xx
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II LITERATUR REVIEW DAN LANDASAN TEORI .....	8
A. Literatur Review .....	8
B. Kajian Teori .....	16
C. Hipotesis .....	31
D. Kerangka Berpikir .....	34
BAB III METODE PENELITIAN .....	36
A. Desain Penelitian .....	36
B. Lokasi Penelitian .....	36
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian .....	36
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	36

E. Populasi dan Sample .....	37
F. Sumber Data.....	38
G. Definisi Operasional Variabel.....	38
H. Teknik Pengumpulan Data.....	39
I. Instrumen Penelitian.....	39
J. Teknik Analisi Data .....	44
<b>BABIV_ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
A. Deskripsi Data Responden .....	48
B. Hasil Uji Instrumen .....	52
C. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	54
D. Hasil Uji Deskriptif .....	59
E. Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	68
<b>BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
F. Kesimpulan .....	73
G. Keterbatasan Penelitian.....	74
H. Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN 1 .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN 2.....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN 3.....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN 4.....</b>	<b>110</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Literatur Review .....	12
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian .....	40
Tabel 4. 1 Hasil data Responden Berdasarkan Rentan Usia .....	49
Tabel 4. 2 Hasil Data Responden Berdasarkan Media sosial.....	50
Tabel 4. 3 Hasil Data Responden Berdasarkan platform berdonasi.....	51
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reabilitas .....	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Kolomogorv-Smirnov .....	55
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi .....	58
Tabel 4. 10 Hasil Analisi Deskriptif .....	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R).....	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	68

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Pengguna Internet tahun 2019-2020 .....	2
Gambar 2 1 Grafik covid-19 per provinsi .....	21
Gambar 2 2 Jenis-jenis Cowdfunding .....	22
Gambar 4 1 Hasil Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Gambar 4 2 Hasil Data Responden Berdasarkan Domisili .....	51



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang berkembang sangat pesat di era 4.0 ini sangat berpengaruh terhadap berbagai hal seperti tingkah laku dalam menggunakan media sosial dan internet, serta cara berpikir. Saat ini penggunaan internet sudah sangat meningkat hal ini memberikan peluang khususnya kalangan millennial untuk memanfaatkan penggunaan internet. Salah satu manfaat yang bisa dimanfaatkan dari internet yaitu untuk berjualan online (*e-commerce*), tidak hanya dimanfaatkan untuk penjualan saja saat ini internet juga dapat dimanfaatkan untuk penggalangan dana. Namun dari banyaknya dampak positif yang muncul dengan adanya perkembangan teknologi terdapat dampak negatif, salah satu dampak negatif yang muncul dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat ini yaitu maraknya penipuan online.

Perkembangan digital ini memunculkan banyak media baru salah satunya media *platform crowdfunding*. *Crowdfunding* merupakan sebuah praktek penggalangan dana yang memanfaatkan jaringan internet yang dilakukan dengan menggunakan media sosial yang berupa Instagram, facebook, twitter, dan media sosial lainnya yang dapat menarik minat donatur untuk melakukan donasi melalui media *crowdfunding*. Tujuan adanya media *crowdfunding* yaitu untuk menggalangkan dana yang bertujuan untuk membantu sesama seperti dalam membantu masyarakat yang terkena musibah bencana alam, pendanaan untuk kemanusiaan, pendanaan untuk proyek-proyek kemanusiaan, dan pembiayaan lainnya yang dapat membantu banyak masyarakat. Di Masa pandemi covid-19 media *crowdfunding* sangat pas dan lebih efisien digunakan dalam penggalangan dana, dengan media *crowdfunding* ini dapat dimanfaatkan

untuk membantu masyarakat yang membutuhkan bantuan pada masa pandemi seperti sekarang ini. Penggalangan dengan media *crowdfunding* di masa pandemic lebih efisien karena donatur tidak perlu datang langsung namun bisa melalui media *crowdfunding* yang ada, sehingga akan lebih menghemat waktu dan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Pengguna internet di tahun 2019-2020 berdasarkan data dari APJII (Assosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2019-2020 pengguna internet mayoritas paling banyak digunakan oleh kisaran umur 15-39 tahun. Dari rata-rata pengguna internet tersebut mayoritas dari pengguna internet merupakan kalangan *millennial*.

**Gambar 1 1 Pengguna Internet tahun 2019-2020**



Sumber : APJII

Kalangan *millennial* merupakan generasi yang hidup dan berkembang dengan revolusi digital yang berkembang, millennial sendiri tidak hanya sekedar dari identitas umur saja, namun millennial merupakan sebuah cara berpikir, perilaku yang kritis, ambisius dalam berkeinginan, dan suka akan tantangan. Ketika dari perilaku-perilaku tersebut muncul di generasi lain, maka pengertian dari *millennial* di sini tidak hanya monopoli di satu generasi saja (Natalia, 2021). Terdapat beberapa pendapat mengenai pengertian



*millenial* salah satunya menurut Howe dan Strauss berpendapat bahwa milenial merupakan kelompok dari individu yang lahir tahun 1982 – 2004. Ini berarti bahwa *millenial* saat ini merupakan generasi muda yang berumur 18-40 tahun. *Millenial* sangat berkaitan erat dengan kecanggihan dan kemajuan teknologi, sehingga kalangan *millenial* sangat mahir dalam menggunakan teknologi. Menurut (Suriadi, 2021) *millenial* bisa menghabiskan waktunya 6,5 jam setiap hari bahkan bisa lebih dari itu untuk melakukan aktivitas seperti membaca berita online, menggunakan media sosial, broadcast, digital, dan lainnya. Kalangan *millenial* memiliki karakteristik tersendiri, mereka suka dengan hal yang mudah dan cepat, suka memegang kendali, hobi menggunakan pembayaran dengan metode non cash, tidak suka terikat dengan jadwal, dan mereka juga tidak suka jika hanya mendengarkan penjelasan dan duduk di kelas maupun kantor saja. Generasi *millenial* lebih suka menggunakan kecanggihan teknologi yang ada untuk belajar, menggunakan media sosial atau telekomunikasi untuk melakukan komunikasi dimana saja.

Di Indonesia sendiri penggunaan internet mengalami kenaikan dari 4,5 juta menjadi 145 juta warganet dalam waktu 15 tahun terakhir. Berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian terdahulu *millennial* merupakan pengguna paling banyak menggunakan media sosial, mengandalkannya dan juga yang menyatakan bahwa media sosial merupakan sumber utama dalam mendapatkan berita (Lutfi, 2019). Perkembangan media digital tersebut memunculkan banyak media baru seperti saat ini untuk penggalangan dana sekarang jauh lebih mudah dengan menggunakan media *platform crowdfunding*, saat ini media *platform crowdfunding* atau sering disebut penggalangan dana yang dilakukan secara online sangat beragam dan sudah bukan hal asing lagi di kalangan masyarakat.

Dalam hukum islam penggalangan dana atau donasi yang dilakukan secara online termasuk ke dalam bentuk sedekah dan juga infaq, yang dikarenakan penggalan dana atau donasi tersebut merupakan usaha untuk

membantu sesama dibidang sosial dengan tujuan untuk membantu atau menolong sesama. Dalam Al-Quran juga telah dianjurkan untuk bersedekah dan berinfaq dalam QS, An-Nisa ayat 114 :

﴿لَا خَيْرَ فِي كَثِيرٍ مِّن نَّجْوَاهُمْ إِلَّا مَنْ أَمَرَ بِصَدَقَةٍ أَوْ مَعْرُوفٍ أَوْ إِصْلَاحٍ بَيْنَ النَّاسِ وَمَن يَفْعَلْ ذَلِكَ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا﴾  
114

Artinya :

*“Tidak ada kebaikan pada kebanyakan bisikan-bisikan mereka, kecuali bisikan-bisikan dari orang yang menyuruh (manusia) memberi sedekah, atau berbuat ma'ruf, atau mengadakan perdamaian di antara manusia. Dan barangsiapa yang berbuat demikian karena mencari keredhaan Allah, maka kelak Kami memberi kepadanya pahala yang besar.”*

Dalam QS An-Nisa ayat 114 tersebut merupakan salah satu landasan untuk umat muslim bahwa sebagai umat muslim harus saling tolong menolong dengan sesama. Penggunaan *platform crowdfunding* sebagai salah satu metode penggalangan dana dikarenakan dengan menggunakan *platform crowdfunding* dimasa pandemi covid-19 seperti saat ini sangat lebih efektif dan sesuai dengan kondisi saat ini. Dengan penggunaan *platform crowdfunding* sebagai media penggalangan dana salah satu alasannya yaitu perkembangan media digital yang berkembang sangat pesat dan penggunaan media sosial juga telah mengalami peningkatan yang sangat signifikan di beberapa tahun terakhir ini, hal tersebut mempunyai potensi yang sangat besar untuk melakukan penggalangan dana secara online atau melalui *platform crowdfunding* (Warapsari, 2020).

Adanya perkembangan digital ini tidak hanya memberika dampak positif. Saat ini kepedulian sosial kalangan millennial saat ini dianggap

luntur, hal tersebut mengakibatkan banyak kalangan millennial yang menjadi antisosial. Permasalahan kemerosotan moral yang dialami masyarakat khususnya kalangan millennial ini merupakan masalah yang serius. Menurut (Youharti, Inta, & Hidayah, 2018) menyatakan bahwa generasi digital merupakan generasi yang cenderung individualistik dan hampir setiap detik dilakukan untuk melihat *smartphonenya*. Sehingga karakter yang dimiliki oleh generasi gadget ini yaitu lebih mengabaikan orang lain dan sibuk dengan *smartphonenya*.

Millennial merupakan generasi yang berkaitan erat dengan perkembangan teknologi dan menurut data yang diperoleh dari APJII merupakan rata-rata pengguna internet paling banyak. Sehingga dengan adanya *platform crowdfunding* ini sangat membuka peluang untuk kalangan millennial menyalurkan rasa kepedulian sosialnya dengan cara menyalurkan melalui *platform crowdfundings*. Dimasa pandemi ini penggunaan internet untuk kalangan millennial juga lebih meningkat lagi sehingga peluang kalangan millennial untuk menyalurkan rasa kepedulian sosialnya melalui *platform crowdfunding* juga sangat tinggi.

Berdasarkan latar belakang tersebut dan melihat permasalahan-permasalahan yang dihadapi di masa pandemi ini terutama mengenai lunturnya kepedulian sosial di kalangan *millennial* serta permasalahan perekonomian yang semakin memburuk. Menjadi gagasan terbentuknya penelitian ini yaitu mengenai **“Analisis Kepedulian Sosial Kalangan Millennial di Masa Pandemi Covid-19 dalam Berdonasi Melalui Platform Crowdfundings”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, dapat diuraikan rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Apakah tingkat kemudahan *platforms* mempengaruhi terhadap kepedulian sosial untuk melakukan donasi amal?
2. Apakah promosi/kampanye sosial *influencer* mempengaruhi kepedulian sosial untuk melakukan donasi amal.
3. Apakah empati berpengaruh terhadap kepedulian sosial untuk melakukan donasi amal ?
4. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap kepedulian sosial untuk melakukan donasi amal ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengkaji dan mengetahui :

1. Untuk menganalisis apakah tingkat kemudahan *platforms* mempengaruhi kepedulian sosial untuk melakukan donasi amal melalui *platform crowdfunding*.
2. Untuk menganalisis seberapa mempengaruhinya promosi atau kampanye sosial dari *platform crowdfunding* terhadap kepedulian sosial untuk melakukan donasi amal melalui *platform crowdfunding*.
3. Untuk mengetahui pengaruh empati mempengaruhi kepedulian sosial untuk melakukan donasi amal melalui *platform crowdfunding*.
4. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap kepedulian sosial untuk melakukan donasi amal melalui *platform crowdfunding*.

## **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini manfaat yang berjudul “Analisis Kepedulian Sosial Kalangan Millenial di Masa Pandemi Covid-19 Dalam Berdonasi Melalui *Platform Crowdfundings*” diharapkan memberikan manfaat untuk :

1. Penulis Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan melatih berpikir kritis untuk penulis.

2. Universitas Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi sumber pembelajaran bagi mahasiswa Universitas Islam Indonesia serta dapat dijadikan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya.
3. Pembaca Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan untuk pembacanya mengenai berdonasi amal menggunakan *platform crowdfunding*, dari hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan oleh pembaca untuk dijadikan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya.

Sistematika Penulisan Sistematika penulisan proposal skripsi ini terdiri dari tiga bab, adapun penjelasan dari masing-masing babnya yaitu sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab I ini menyajikan mengenai latar belakang dari penelitian, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LITERATUR REVIEW**

Bab II ini menyajikan mengenai literatur review dari penelitian sebelumnya, landasan teori mengenai *crowdfunding*, *crowdfunding* dalam islam, dampak pandemi covid-19, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab III menyajikan mengenai metode penelitian yang dilakukan yang meliputi desain penelitian, lokasi penelitian, waktu penelitian, objek penelitian, populasi dan sample penelitian, sumber data penelitian, definisi operasional penelitian, teknik pengumpulan data penelitian, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

## BAB II

### LITERATUR REVIEW DAN LANDASAN TEORI

#### A. Literatur Review

Dari hasil penelitian Faktor yang mempengaruhi Millennial Berdonasi Online melalui *Crowdfunding Platform: Studi Kitabisa.com* (Amalia et al., 2020) peneliti ini menggunakan metode analisis yaitu dengan metode kuantitatif yang menggunakan dua pendekatan yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensia yang menggunakan regresi logistik. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variable independent dan dependent. Variabel dependennya sendiri yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi milenial dalam berdonasi online melalui crowdfunding platform Kitabisa.com, yaitu variabel efektivitas platform dan variabel inovasi *platform*. Sedangkan untuk variabel dependen yaitu altruism, pengetahuan, religiusitas, dan pendapatan. Untuk variabel independen sendiri memiliki pengaruh yang positif dalam mempengaruhi milenial berdonasi menggunakan media *crowdfunding* Kitabisa.com, sedangkan untuk variabel dependent sendiri tidak mempengaruhi secara signifikan dalam mempengaruhi milenial dalam berdonasi menggunakan crowdfunding. Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu yang mempengaruhi millennial dalam berdonasi online dengan menggunakan Kitabisa.com yaitu factor efektivitas *platform* dan juga faktor inovasi *platform*.

Penelitian terdahulu Adopsi Penggunaan *Platform Crowdfunding* untuk Donasi Amal pada Kalangan Muslim Milenial Firdan dari (Faza & Indriani, 2021) dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berupa studi kasus dan pengumpulan datanya menggunakan wawancara. Kemudian dianalisis dengan menggunakan metode alat bantu coding.

Pengumpulan datanya menggunakan metode sekunder dan primer, untuk pengumpulan data secara sekunder sendiri dilakukan dengan mencari melalui sumber sumber berupa jurnal, buku. Sedangkan untuk pengumpulan secara primer sendiri dilakukan dengan menggunakan metode wawancara. Hasil dari penelitian ini yaitu mereka tertarik menggunakan *crowdfunding platform* yang dikarenakan dipengaruhi oleh lima faktor yaitu proses donasi, jangkauan donasi, fleksibilitas donasi, kredibilitas platform dan skema pembayaran alternatif. Responden menjelaskan bahwa mereka tidak ragu menyalurkan donasi melalui *crowdfunding* didasarkan pada kredibilitas yang dimiliki oleh sebuah *platform*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Warapsari, 2020) yang berjudul *Crowdfunding* sebagai Bentuk Budaya Partisipatif pada Era Konvergensi Media: Kampanye #BersamaLawanCorona (Kitabisa.com) dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif literatur review. Perkembangan teknologi yang ada saat ini membuat banyak perubahan, salah satunya dalam kegiatan penggalangan dana atau donasi, di perkembangan teknologi saat ini muncullah berbagai media *crowdfunding* yang dapat dimanfaatkan untuk penggalangan dana. Hal ini memudahkan untuk para donatur untuk melakukan donasinya tidak perlu lagi harus mendatangi langsung, namun bisa langsung melalui *platform crowdfunding* yang telah tersedia di internet. Di Masa pandemic covid-19 media digital *crowdfunding* sangat dibutuhkan, penggalangan dana ini bisa dilakukan dengan menggunakan *platform crowdfunding* Kitabisa.com dimana dari hasil penelitian ini penggalangan dana menggunakan *platform crowdfunding* dapat memanfaatkan kampanye sosial yang bisa dilakukan oleh *influencer*. Donatur yang akan menyalurkan dana kepada *crowdfunding* juga harus berhati-hati dalam menyalurkan dananya ke *platform crowdfunding* harus tepat baik kemudahan alur berdonasinya, tipe pendanaan, informasi yang diberikan, dan format media yang mendukung.

Dari penelitiann yang berjudul peran komunitas ketimpangan penggemar pekanbaru dalam meningkatkan kepedulian sosial masyarakat



melalui media instagram yang dilakukan oleh (G. G. Sari & Darman, 2021) penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan didukung oleh teori determines teknologi. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak empat orang yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Dalam mengumpulkan data penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pekanbaru merupakan ibu kota dari provinsi Riau dimana di daerah tersebut permasalahan ketimpangan sosial menjadi permasalahan seperti didaerah-daerah lain dan jumlah pengemis semakin meningkat ditiap tahunnya. Maka dari itu dibentuklah komunitas-komunitas kemanusiaan yang bertujuan untuk menginspirasi masyarakat khususnya di kota Pekanbaru untuk bekerja dari pada mengemis. Dari hasil penelitian ini menghasilkan bahwa akun instagram @Ketimpangan.Ngemis Pekanbaru dapat menarik minat masyarakat khususnya masyarakat kota Pekanbaru untuk ikut serta berpartisipasi dalam melakukan kegiatan-kegiatan sosial yang diadakan komunitas dan melakukan donasi melalui postingan yang dilakukan akun intagram tersebut.

Penelitian meningkatkan kepedulian sosial siswa melalui pembiasaan berinfak yang dilakukan oleh (Nurhayati & Harianto, 2022) penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif teknik analisisnya yaitu menggunakan teknis analisis data kualitatif. Dari hasil penelitian untuk menumbuhkan rasa kepedulian sosial di lingkungan sekolah SDIT Mukhlisiin terdapat beberapa cara yaitu memberikan nasihat dan memberi pemahaman betapa pentingnya berinfak, melakukan pertemuan FKK, dan menanamkan nilai karakter disiplin. Terdapat 2 hambatan yang dialami dalam menumbuhkan kepedulian pada siswa yaitu factor internal berupa kurangnya kesadaran dari murid untuk melakukan infak dan kurangnya kesadaran dari orang tua murid untuk mengajarkan dan memberikan uang saku lebih untuk anaknya yang digunakan untuk berinfak. Untuk factor eksternal sendiri berupa lingkungan masyarakat dan factor tv atau tontonan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aziz et al., 2019) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini



dengan mengangkat tema tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat berpartisipasi menyalurkan donasi melalui *platform crowdfunding* berbasis online, dalam penelitian ini juga menggunakan sampel dengan metode *non probability sampling* dengan purposive sampling. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa variabel religiusitas, efektifitas kampanye dan inovasi *platform* berpengaruh positif terhadap keputusan masyarakat untuk menyalurkan donasi melalui sistem *crowdfunding* berbasis online. Sedangkan variabel jiwa sosial memiliki pengaruh negatif dan secara keseluruhan variabel yang diteliti memiliki nilai yang cukup signifikan. Dari semua indikator yang ada “Rasa Empati” menjadi indikator yang dianggap responden paling tinggi sebagai indikator yang mempengaruhi masyarakat untuk ikut serta menyalurkan donasi melalui *crowdfunding* berbasis online. Untuk indikator jiwa sosial memiliki pengaruh yang negatif terhadap keputusan untuk menyalurkan donasi secara online, menurut masyarakat bahwa orang memiliki jiwa kepedulian yang tinggi maka orang tersebut akan langsung memberikan bantuannya secara langsung tidak melalui platform online.

Dalam penelitian yang berjudul Donasi Online sebagai Budaya Siber Generasi Milenial yang telah dilakukan oleh (Muslimah, 2020) dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini memfokuskan penelitiannya pada generasi *millennial* yang aktif melakukan atau ikut donasi secara online. Terdapat tiga motif dalam penggunaan media donasi online bagi kalangan generasi *millennial*, motif tersebut yaitu motif sosial, motif perasaan, dan motif ekspresi. Hasil dari penelitian yang sudah dilakukan ini yaitu dengan adanya perkembangan teknologi dan media banyak dimanfaatkan untuk membuat trobosanyaitu untuk melakukan penggalangan dana yang dilakukan secara online. Banyaknya generasi *millennial* yang menggunakan internet dan media sosial, maka penggunaan donas online untuk kaum *millennial* juga mengalami peningkatan. Hal tersebut dikarenakan oleh beberapa hal seperti kemudahan dalam berdonasi. Dari ketiga motif tersebut terdapat beberapa alasan yaitu

motif sosial berkaitan dengan alasan generasi milenial untuk ikut berdonasi online adalah karena untuk membantu sesama. Motif perasaan adalah alasan mereka terkait kepuasan diri dan kesenangan. Motif ekspresi di era teknologi dan informasi yang makin berkembang saat ini membuat generasi millennial aktif bersosial media.

Dalam Penelitian yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui *Platform Crowdfunding* yang dilakukan oleh (Linardi & Nur, 2021) dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan merupakan jenis penelitian ini merupakan penelitian sebab-akibat (*causal research*). Dalam penelitian ini menggunakan landasan teori yaitu konsep TMA dan TPB, *Financial Technology (Fintech)*, *crowdfunding*, dan minat. Penelitian ini menggunakan 4 hipotesis yaitu persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan norma subjektif. Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan, kepercayaan, dan norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berdonasi melalui *platform crowdfunding*, sedangkan untuk persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berdonasi melalui *platform crowdfunding*.

**Tabel 2. 1 Literatur Review**

No .	Nama Penulis, Tahun, Judul	Metode penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	(Amalia et al., 2020) aktor-Faktor yang Mempengaruhi Milenial Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform	Dalam penelitian ini pengumpulan datanya menggunakan data primer dan menggunakan metode sampling non probability sampling. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan dua pendekatan yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensia menggunakan regresi logistik	Persamaan dari penelitian ini yaitu dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, pembahasan dalam penelitian ini membahas mengenai platform crowdfunding sebagai media donasi. Perbedaan dari penelitian sebelumnya bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa factor efektivitas dan inovasi platform crowdfunding berpengaruh

			positif yang dibuktikan dengan uji regresi logistic.
2.	(Faza & Indriani, 2021) Adopsi Penggunaan Platform Crowdfunding untuk Donasi Amal pada Kalangan Muslim Milenial.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data diperoleh dari data sekunder berupa jurnal, buku, laporan survei hingga situs resmi yang mendukung seperti crowdfunding, donasi amal, muslim milenial dan metode kualitatif. Data transkrip diolah dengan metode coding atau indexing	Persamaan dari penelitian ini yaitu dimana dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan juga membahas mengenai donasi online menggunakan platform crowdfunding. Perbedaan dari penelitian ini yaitu dari pengolahan datanya yaitu dengan menggunakan metode coding dan landasan teori menggunakan Technology Acceptance Model (TAM).
3.	(Warapsari, 2020) Crowdfunding sebagai Bentuk Budaya Partisipatif pada Era Konvergensi Media: Kampanye #BersamaLawan Corona (Kitabisa.com).	Penelitian ini menggunakan <i>conceptual paper</i> yang menggunakan metode kualitatif literature review. Fokus dari penelitian ini yaitu dalam pembentukan argumen mengenai hubungan logis antara konsep crowdfunding, budaya partisipatif, dan konvergensi media yang dikaitkan dengan situasi krisis Covid-19 di Indonesia.	Persamaan dari penelitian ini yaitu membahas perkembangan crowdfunding. Perbedaan dari penelitian sebelumnya dalam penelitian ini membahas mengenai manfaat teknologi di masa konvergensi ini dan banyaknya media teknologi yang berkembang. Serta perbedaan penelitian ini yaitu di metode penelitiannya yaitu menggunakan <i>conceptual paper</i> sehingga tidak menghasilkan data-data karena fokusnya pada pembentukan argument yang logis untuk mengintegrasikan dan juga mengajukan hubungan antar kontuksinya
4.	(G. G. Sari & Darman, 2021) <i>PERAN</i>	Metode penelitian kualitatif dengan didukung oleh teori	Persamaan penelitsn ini dengan penelitian lainnya berada pada metode

	<i>KOMUNITAS KETIMBANG NGEMIS PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN KEPEDULIAN SOSIAL MASYARAKAT MELALUI MEDIA INSTAGRAM.</i>	determines teknologi. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak empat orang yang dipilih melalui teknik <i>purposive sampling</i> . Dalam mengumpulkan data penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.	penelitiannya dan membahas mengenai kepedulian sosial. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat dari objek penelitian berupa komunitas pengemis di Pekanbaru. Media yang menjadi focus penelitian ini berupa media Instagram.
5.	(Nurhayati & Harianto, 2022) Meningkatkan kepedulian sosial siswa melalui pembiasaan berinfak	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif teknik analisisnya yaitu menggunakan teknis analisis data kualitatif.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dari segi metode penelitian, dan pembahasan mengenai kepedulian sosial. Perbedaan dari penelitian sebelumnya pada lokasi penelitian ini dilakukan kepada siswa di SDIT Mukhlisiin
6.	(Aziz et al., 2019) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskripsi dengan menggunakan metode analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).	Persamaan dari penelitian ini yaitu penelitian ini juga membahas mengenai factor yang mempengaruhi keputusan dalam melakukan donasi secara online. Perbedaan dari penelitian ini menggunakan variabel kampanye sosial dimana dalam variabel tersebut kampanye sosial memiliki pengaruh signifikansi positif terhadap donasi online.
7.	(Muslimah, 2020) Donasi Online sebagai Budaya Siber Generasi Milenial.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara tidak	Persamaan penelitian ini juga membahas mengenai bagaimana illenial memanfaatkan perkembangan teknologi ini, terutama dalam

		<p>terstruktur kepada informan, observasi dengan melakukan pengamatan langsung pada obyek-obyek yang ada, serta dokumentasi sebagai pelengkap dari wawancara dan observasi terkait data situs dan lain sebagainya yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian ini menggunakan studi etnografi virtual.</p>	<p>melakukan donasi secara online. Perbedaan dari penelitian ini dalam hasil penelitian ini terdapat 3 motif millennial melakukan donasi secara online yaitu sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Motif sosial</li> <li>b. Motif Perasaan</li> <li>c. Motif Ekspresi</li> </ol>
8.	<p>(Linardi &amp; Nur, 2021) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding.</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian ini merupakan penelitian sebab-akibat (causal research). Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa/mahasiswi yang berdomisili di Jabodetabek. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan pendekatan metode non-probability sampling dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling</p>	<p>Persamaan dari penelitian ini yaitu dalam penelitian ini juga membahas atau menilite mengenai factor yang memepengaruhi minat berdonasi dan menggunakan data primer. Perbedaan dari penelitian ini dalam mengetahui untuk mengetahui pengaruh untuk berdonasi penelitian ini menggunakan subjek norma sebagai salah satu variabelnya. Dimana hasil dari pengujian yang dilakukan bahwa variabel subjek norma memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berdonasi melalui platform crowdfunding.</p>

Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya dimana pada penelitian ini dari segi variabel yang digunakan penelitian ini menggunakan variabel kemudahan, kampanye sosial, empati dan religiusitas terhadap kepedulian social kalangan millennial di masa pasca

pandemic dalam berdonasi amal. Serta lokasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu di Wilayah Provinsi D.I Yogyakarta.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Teori Kepedulian Sosial**

Kepedulian merupakan sebuah perwujudan dari salah satu bentuk tindakan nyata yang dilakukan oleh seseorang ataupun kelompok dalam menanggapi sebuah permasalahan. Kata kepedulian sendiri berasal dari kata dasar peduli yang artinya memperhatikan. Menurut Hardati,dkk dalam bukunya “Pendidikan Konservasi” mengartikan mengenai peduli yaitu sebagai berikut :

- a. Peka terhadap kesulitan orang lain
- b. Peka terhadap kerusakan lingkungan
- c. Peka terhadap perilaku-perilaku yang menyimpang
- d. Peka terhadap kebutuhan dan tuntutan masyarakat
- e. Peka terhadap perubahan pola kehidupan sosial

Dari pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kepedulian sosial secara umum yaitu ketertarikan seseorang ataupun kelompok orang terhadap sesuatu permasalahan orang lain, dengan membantu menyelesaikan ataupun meringankan permasalahan orang lain tersebut dengan tujuan kebaikan dan perdamaian. Kepedulian sosial disini bukan bermaksud untuk mencampuri urusan orang lain, namun lebih ke merasakan apa yang orang lain rasakann dan memiliki keinginan untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang dialami orang tersebut dengan tujuan kebaikan.

Adanya kepedulian sosial seseorang ataupun kelopok orang dapat dilihat dengan beberapa indikator yaitu sebagai berikut :

- a. Terlibat dalam melakukan aksi sosial.
- b. Memiliki rasa empati kepada sesama.
- c. Sadar akan hak dan kewajiban sebagai manusia.

d. Tolong-menolong.

Menurut Muhammad Asrori dalam bukunya “Perkembangan Psikologi Remaja” menyebutkan bahwa kepedulian sosial dibedakan dalam tiga bentuk yaitu sebagai berikut :

- a. Kepedulian suka maupun duka, merupakan bentuk kepedulian sosial yang timbul tanpa membedakan situasi baik itu dalam situasi suka maupun dalam duka.
- b. Kepedulian pribadi dan bersama, merupakan bentuk dari kepedulian sosial yang timbul karena adanya gerakan dari hati yang sifatnya pribadi namun ada juga yang dilakukan secara bersama dan berkelanjutan.
- c. Kepedulian yang mendesak, merupakan bentuk kepedulian sosial yang timbul karena adanya kepentingan bersama.

Menurut Buchari Alma dalam bukunya yang berjudul “Pembelajaran Studi Sosial” menyebutkan bahwa kepedulian sosial dibedakan berdasarkan lingkungannya terdapat tiga bentuk yaitu sebagai berikut :

1. Kepedulian sosial dilingkungan keluarga  
Lingkungan keluarga merupakan lingkungan sosial yang pertama kali mengajarkan manusia untuk bersosial seperti berinteraksi.
2. Kepedulian dilingkungan masyarakat  
Salah satu bentuk kepedulian sosial dilingkungan masyarakat yaitu gotong royong, kerja bakti.
3. Kepedulian sosial dilingkungan sekolah  
Sekolah sendiri bukan hanya untuk tempat belajar saja namun disekolah bias juga dijadikan sebagai tempat untuk mengembangkan dan memperluas pengalaman sosial sehingga



seseorang tersebut dapat bergaul dengan orang lain di dalam masyarakat.

Dalam membangun kepedulian sosial seseorang pasti terdapat beberapa hambatan baik eksternal maupun internal yaitu sebagai berikut :

- a. Sikap egoisme
- b. Sikap Materialisme

Terdapat beberapa cara untuk membentuk perilaku dan sikap kepedulian sosial antara lain yaitu sebagai berikut :

- a. Melihat lingkungan sekeliling.
- b. Mengamati dan menirukan perilaku kepedulian sosial dari orang yang diidolakan atau orang yang digemari.
- c. Adanya informasi mengenai keadaan kondisi sosial orang yang membutuhkan bantuan sehingga terdorong untuk membantu orang yang mengalami permasalahan tersebut (Budi, 2015).

Perkembangan teknologi yang berkembang sangat pesat ini mengakibatkan rendahnya sikap kepedulian sosial kalangan milenial terhadap keadaan dan lingkungan sekitar, yang disebabkan oleh penggunaan smartphone yang berlebihan sehingga membuat kalangan milenial ini mengabaikan keadaan sekitarnya.

## **2. Millennial**

Millennial atau sering juga disebut generasi Y atau generasi milenial, masih banyak berbagai pendapat atau pandangan mengenai awal tanggal kelahiran awal dan tanggal kelahiran akhir generasi milenial. Menurut Digital Marketing Ramblings menyatakan bahwa generasi milenial itu menghabiskan kurang lebih 18 jam per minggu untuk menggunakan smartphone. Dalam data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dalam survey pengguna internet dari tahun 2019-2020 juga menyatakan bahwa mayoritas pengguna internet merupakan generasi milenial, karena



kaum millennial merupakan generasi yang aktif di internet sehingga menjadi tumpuan utama dalam media *crowdfunding*.

Mendefinisikan tentang millennial sebagai anak-anak yang lahir di antara tahun 1982 hingga 2004. Howe juga menjelaskan lebih jelas mengenai generasi millennial ini bahwa terdapat garis pemisah antara generasi millennial dengan generasi selanjutnya atau gen z. Howe juga berpendapat bahwa generasi *millennial* dengan gen z tidak bisa memisahkan antara dua generasi tersebut sampai anak-anak tersebut dalam era dewasa. Howe dan Strauss mempercayai bahwa disetiap generasi memiliki karakteristik tersendiri, karakteristik tersebut menjadi karakter generasi dengan empat pola yang berulang. Hipotesis dari Strauss dan Howe menyatakan bahwa generasi milenial memiliki karakter sebagai berikut berwawasan sipil dengan empati yang kuat untuk komunitas lokal ataupun global (Kominfo, 2016).

Perkembangan teknologi yang pesat memunculkan generasi baru, generasi ini muncul dan berkaitan erat dengan teknologi dan informasi yang lebih cepat dan canggih. Media sosial dan internet tidak hanya sebagai penyedia informasi saja, namun juga digunakan untuk membentuk eksistensi mereka. Namun perkembangan teknologi ini tidak hanya memberikan dampak positif saja. Banyak dari generasi muda yang seharusnya menghabiskan waktunya untuk berinteraksi dengan lingkungan berubah menjadi lebih banyak menghabiskan waktunya untuk virtual. Sehingga mengakibatkan mereka tidak peduli dan acuh terhadap lingkungannya (Topscott, 2013). Kepedulian sosial dianggap sudah mulai luntur, hal tersebut membuat kalangan millennial menjadi anti sosial. Kalangan remaja penggunaan *smartphone* yang berlebih membuat mereka menjadi acuh dan tidak peduli dengan keadaan lingkungannya.

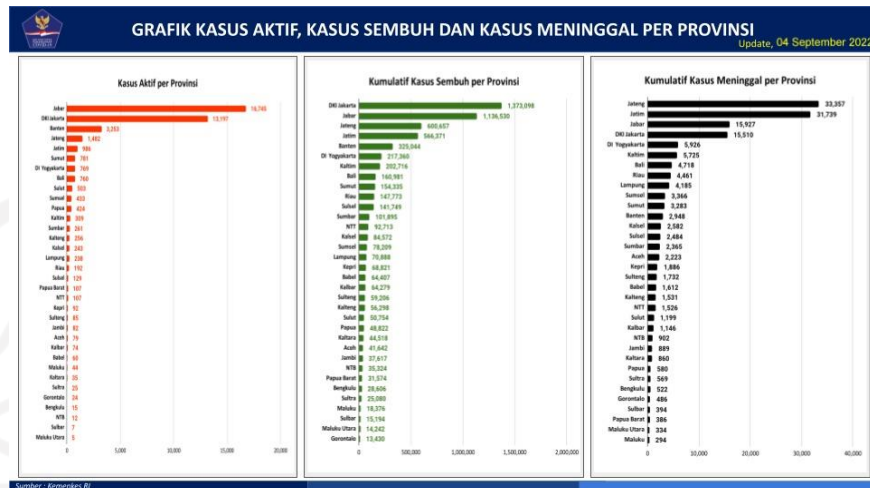
### **3. Pandemi Covid-19**

Pada bulan Maret 2020 WHO mengumumkan bahwa dunia saat ini mengalami wabah pandemic yang disebut dengan Corona Virus Infectious Disease 19 atau sering Covid-19 (Li, 2020). Pandemi covid-19 ini pertama kali terjadi di Kota Wuhan Cina terjadi pada awal bulan Desember 2019. Penularan virus Covid-19 ini melalui droplet yang sangat mudah tersebar ke manusia yang melakukan interaksi secara langsung dengan jarak yang dekat. Awal munculnya virus ini daya transmisinya cukup rendah namun seiring dengan perkembangannya virus SAR-Cov-2 ini mulai mengalami mutasi sehingga muncul varian-varian baru yang kemampuan penularannya lebih tinggi dan cepat.

Pandemi covid-19 ini merupakan salah satu pandemic terbesar dalam sejarah kehidupan umat manusia berdasarkan tingkat penyebaran, jumlah kasus positifnya, maupun jumlah kematiannya dimana sebelum adanya pandemi covid-19 ini juga telah terjadi pandemic setidaknya terdapat 15 pandemi yang telah terjadi dalam sejarah kehidupan manusia.

Pandemi covid-19 memiliki dampak yang besar bagi umat manusia dimana segala aspek kehidupan terdampak adanya pandemic ini yaitu aspek ekonomi, aspek kesehatan, dan aspek sosial (Putri, 2022) Di Indonesia kasus covid sendiri per September 2022 ini sudah mencapai 6,41 juta kasus, dan sebanyak 157 ribu meninggal. Saat ini pemerintah masih terus melakukan upaya penanganan pandemic covid-19 ini dengan melakukan vaksinasi dimana saat ini masyarakat yang telah melakukan vaksinasi sebanyak 62,5 %, data ini berdasarkan jumlah orang yang sudah melakukan setidaknya 1 dosis vaksin.

**Gambar 2 1** Grafik kasus aktif, sembuh dan meninggal covid-19 per provinsi



Sumber : Kominfo, 2022

Pandemi covid ini memiliki dampak yang besar pada setiap negara yang mengalaminya, segala aspek yang ada terdampak adanya pandemi ini baik dari aspek perekonomian, kesehatan, pendidikan, pariwisata, dan lainnya. Seiring penanganan yang dilakukan pemerintah dengan berbagai cara kasus covid mulai menurun dan membaik dari berbagai aspek mulai melakukan pemulihan baik dari perekonomian, kesehatan, pendidikan, dan aspek lainnya sudah mulai bangkit kembali.

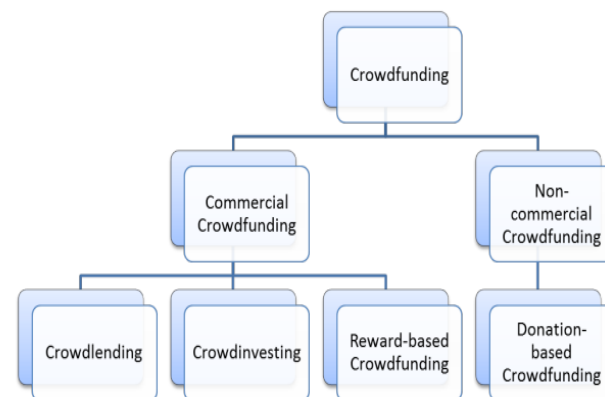
Banyak dampak yang ditimbulkan dengan adanya pandemi covid 19. Pemerintah menghimbau masyarakat untuk “*stay at home*” dimana hal tersebut mengakibatkan banyak dampak untuk masyarakat seperti penghasilan masyarakat yang berkurang, banyak usaha yang tutup, aktivitas ekonomi yang terbatas, dan lainnya. Dengan keadaan tersebut maka menjadi permasalahan besar yang harus dihadapi oleh pemerintah yaitu mengenai permasalahan ekonomi yang semakin lama semakin mengalami penurunan yang signifikan. Selain permasalahan tersebut banyak kalangan masyarakat yang mengalami kemerosotan moral khususnya untuk kalangan *millennial*. Penyebab dari permasalahan tersebut yaitu penggunaan *smartphone* yang berlebihan sehingga menyebabkan acuh dan abai terhadap keadaan sekeliling dan kehidupan

realita sekitar. Permasalahan tersebut menyebabkan kecenderungan kalangan millennial untuk hidup individualistik dan bergantung pada *smartphone*. (D. S. Sari, 2021).

#### 4. Teori *Crowdfunding*

*Crowdfunding* atau sering disebut dengan penggalangan dana yang melibatkan masyarakat secara luas dan merupakan salah satu dari model *FinTech*. *Crowdfunding* saat ini sedang populer di berbagai negara salah satunya di Indonesia, *crowdfunding* pertama kali di kenalkan di Amerika Serikat pada tahun 2003. Media *crowdfunding* sangat dibutuhkan di kemajuan teknologi seperti saat ini dimana penggunaan media *crowdfunding* sangat lebih efisien jika digunakan untuk menggalangan dana dan target donatur dalam penggalangan dana dengan media *crowdfunding* lebih luas jangkauannya kaarena memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi. Di Indonesia sendiri media *crowdfunding* sudah berkembang sangat pesat salah satu media *crowdfunding* yang sedang populer di Indonesia yaitu seperti Kitabisa.com (Kementrian Keuangan, 2016)

Berikut ini merupakan jenis-jenis dari *crowdfunding* yaitu sebagai berikut :



**Gambar 2 2 Jenis-jenis *Cowdfunding***

Sumber : *Kemenku*

Dalam penelitian yang dilakukan (Lenz, 2016) jenis *crowdfunding* di bagi menjadi dua bagian yaitu *Non-commercial Crowdfunding* dan *Commercial Crowdfunding*. Dimana dalam *Commercial Crowdfunding* terdiri dari *Crowdfunding lending* (*crowdfunding* yang berbasis utang/kredit), *crowdinvesting* (*crowdfunding* yang berbasis permodalan), dan *Reward-based Crowdfunding* (*crowdfunding* yang berbasis hadiah). Dalam *Non-commercial Crowdfunding* terdiri dari *Donation based Crowdfunding* (*crowdfunding* yang berbasis donasi). Berikut ini merupakan penjelasan mengenai jenis-jenis *crowdfunding* menurut (Kementerian Keuangan, 2016) yaitu sebagai berikut :

a. *Donation Based*

Merupakan jenis *crowdfunding donation based* merupakan salah satu jenis *crowdfunding* yang berbasis penggalangan dana, dimana tujuan dengan adanya *crowdfunding donation based* ini yaitu untuk menggalangkan dana untuk digunakan dalam program tertentu. Konsep *crowdfunding donation based* ini yaitu para donatur menyumbangkan dananya dan digunakan untuk proyek-proyek yang sifatnya non-profit seperti membangun masjid, diberikan ke masyarakat yang terdampak bencana, dan lainnya (Kementerian Keuangan, 2016).

b. *Basis Investasi (Investing Based)*

Dalam *crowdfunding investing* atau *equity based* memiliki system yang sama dengan investasi pada umumnya, dimana seseorang yang menginvestasikan uangnya di platform tersebut akan mendapatkan hak kepemilikan atas perusahaan tersebut

c. *Basis Hadiah (Reward Based)*

*Crowdfunding reward based* merupakan bentuk *crowdfunding* yang dilakukan dengan cara donatur mengajukan proposal, dalam proposal tersebut berisikan mengenai penawaran mengenai imbalan atau hadiah yang akan didapatkan oleh donatur dari adanya proyek tersebut. *Reward* (hadiah) yang

diterima oleh donator biasanya berupa pencantuman nama atau brand dalam merchandise atau sebagainya. *Reward* (hadiah) yang didapat oleh donator tersebut tergantung dengan seberapa besar kontribusi dari donatur tersebut apabila donator tersebut memberikan kontribusi yang besar maka *reward* yang didapat juga akan besar.

d. Landing Based

*Crowdfunding lending based* memiliki mekanisme dan alur yang sama dengan pinjaman pada umumnya. Debitur akan mengajukan pinjaman dan kemudian pihak donator atau kreditur akan memberikan modal kemudian sebagai imbal hasil dari meminjamkan tersebut donatur akan mendapatkan imbal bali berupa bunga. Pihak debitur juga akan diberikan waktu pengembalian setelah melakukan peminjaman.

## 5. Teori *Crowdfunding* dalam Islam

Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membantu dalam kehidupan sehari-hari baik dalam hal ekonomi, sosial, budaya, dan lainnya. Manusia juga disebut sebagai makhluk sosial yang dapat diartikan bahwa manusia dalam kehidupan ini harus saling membantu dalam melengkapi kebutuhan sehari-hari. Sebagai makhluk sosial manusia harus menjalankan fungsinya dalam kegiatan sosial untuk membantu dan tolong menolong dengan sesama tanpa harus memikirkan dan mengharapkan imbalan dan diniatkan untuk mencari pahala dan ridha Allah SWT. Peran tersebut sangat membantu sekali dalam meringankan beban mereka yang membutuhkan bantuan dengan cara menggalangkan dana maupun donasi. Kemajuan teknologi yang sangat berkembang pesat ini sangat membantu dalam meringankan tugas dan pekerjaan manusia, sehingga semuanya menjadi lebih praktis dan juga cepat termasuk dalam hal penggalangan dana. Dalam

menggalangkan dana di masa sekarang ini bisa dilakukan secara online (Fikriawan, 2018).

Menurut pandangan islam tujuan dari kegiatan ekonomi itu tidak hanya dalam hal yang bersifat keduniawian saja namun kegiatan ekonomi dalam islam itu juga memiliki tujuan lain yaitu untuk mencapai falah yakni keselamatan dunia dan juga akhirat. Islam melarang umatnya untuk menghambur-hamburkan harta atau bersifat boros untuk hal-hal yang tidak bermanfaat. Dalam ajaran islam juga sangat menganjurkan umatnya untuk saling membantu dan berbuat baik dengan sesama.

Dalam islam dasar hukum *crowdfunding* islam yaitu tolong menolong dan saling membantu dengan sesama dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Seperti yang dijelaskan dalam QS Al-Maidah ayat 2 bahwa kita harus saling tolongmenolong kepada sesama, sehingga dengan adanya media *crowdfunding* ini menjadikan salah satu jalan untuk saling tolong menolong dan membantu dengan sesama umat lainnya yang membutuhkan. Terdapat hal-hal yang harus diperhatikan dalam *crowdfunding* islam yang membedakan dengan *crowdfunding* berbasis konvensional yaitu sebagai berikut :

1. Akad yang digunakan.
2. Project atau program yang akan didanai.
3. *Platform Crowdfunding*.

Jika telah memenuhi aspek-aspek tersebut maka *crowdfunding* tersebut dikatakan layak digunakan dan juga halal sesuai dengan prinsip-prinsip islam (Fitri, 2018).

Menurut hukum islam kegiatan *crowdfunding* merupakan transaksi yang sah dan juga halal jika dilakukan sesuai dengan syarat dan rukun islam. Seperti dalam kegiatan *crowdfunding* yang dilakukan dalam platform Kitabisa.com dalam *platform* tersebut menggunakan akad ijarah dimana akad ijarah tersebut yaitu akad sewa menyewa antara



pemilik objek dengan penyewa untuk mendapatkan keuntungan atau imbalan atas objek yang telah disewakan. Perjanjian antara penyewa objek dan pemilik objek untuk menjual manfaat atas suatu objek yang berupa jasa yang disepakati di awal antara penyewa dan pemilik dari objek dengan jumlah dan batas tertentu sesuai dengan kesepakatan di awal. Akad ijarah sendiri dibagi dalam beberapa bentuk yaitu sebagai berikut :

1. Ijarah Mutlaqah yaitu merupakan akad sewa-menyewa antara pemilik dengan penyewa objek dengan memberikan hak penyewa untuk memanfaatkan barang sewa tersebut dengan jangka waktu yang telah ditentukan dan dengan imbalan sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati.
2. Bai'at Takjiri yaitu akad sewa menyewa yang diakhir kontrak sewa menyewa tersebut akan diakhiri dengan penjualan barang.

## **6. Kemudahan**

Menurut Davis (1989) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan merupakan suatu tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan merupakan seseorang dapat menyakini bahwa penggunaan dari sebuah system tersebut mudah digunakan dan tidak sulit untuk dipahami dan juga tidak memerlukan usaha yang keras dalam pemakaiannya. Sehingga dapat disimpulkan konteks dalam penelitian ini yaitu apabila dari sistem yang dibuat mudah dan tidak sulit untuk dipahami maka dapat menarik kalangan millennial tersebut untuk menyalurkan kepedulian sosialnya melalui platform crowdfunding yang dipercayainya.

Davis (1989) mengklasifikasi dimensi kemudahan ini menjadi 4 klasifikasi yaitu sebagai berikut :

- a) Sistem mudah untuk dipahami



- b) Sistem mudah untuk digunakan atau dioperasikan
- c) Sistem relevan dengan pekerjaan seseorang dan mudah untuk dioperasikan.
- d) Tidak perlu banyak usaha untuk mengoperasikan sistem tersebut.

## 7. Kampanye Sosial

Kampanye menurut Rogers dan Storey merupakan sebuah tindakan yang terencana dengan tujuan untuk mendapatkan efek dengan jumlah yang besar yang dilakukan secara berlanjut dan dilakukan pada kurun waktu tertentu. Prinsip utama dari kampanye sosial sendiri yaitu pesan yang akan disampaikan baik dari individu maupun kelompok harus dilakukan secara terlembaga dan terencana. (Venus, 2010). Menurut Larso kampanye sosial dibagi menjadi 3 yaitu sebagai berikut :

1. *Commercial campaign* yaitu kampanye sosial yang berorientasi pada produk yang bertujuan untuk finansial.
2. *Political campaign*, yaitu kampanye sosial yang bertujuan atau berorientasi untuk memperoleh dukungan politik.
3. *Social campaign*, yaitu bentuk kampanye sosial yang berorientasi untuk tujuan-tujuan khusus yang di tuju untuk kepentingan sosial.

## 8. Empati

Empati mendorong seseorang untuk mengubah pola pikir yang awalnya rigid menjadi lebih fleksibel, yang awalnya memiliki pola pikir yang egois menjadi lebih toleran. Empati sendiri merupakan perpaduan dari dimensi kognitif dan efektif. Menurut Goleman dalam penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan, 2011) menyatakan bahwa kesadaran diri merupakan dasar dari empati itu sendiri, jika seseorang terbukadengan emosinya sendiri maka orang tersebut akan memiliki keterampilan membaca makna interaksi yang dilakukan. Menurut Davis (1969) terdapat 4 aspek empati yaitu sebagai berikut :

- 1) *Perspective talking*, yaitu sikap atau kecenderungan seseorang untuk mengambil sudut pandang orang lain yang dilakukan secara spontan.
- 2) *Fantasy*, yaitu tindakan seseorang untuk mengubah dirinya ke dalam perasaan sesuai dengan karakter khalayak seperti yang terdapat pada buku, film, animasi, dan lainnya.
- 3) *Empati Concern*, yaitu bentuk orientasi seseorang terhadap orang lain dalam bentuk perasaan simpati, peduli terhadap apa yang dialami oleh orang lain.
- 4) *Personal Distress*, merupakan bentuk orientasi seseorang terhadap dirinya sendiri yang berupa perasaan cemas dan gelisah terhadap situasi tertentu.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini yang digunakan sebagai alat ukur dalam aspek-aspek empati yaitu sebagai berikut :

a) Aspek *Perspective talking*

Indikatornya : memahami bagaimana keadaan seseorang sehingga akan berpikir dan merasakan apabila berada pada posisi orang tersebut.

b) Aspek *Fantasy*

Indikatornya : membayangkan bagaimana dan merasakan yang orang lain rasakan.

c) Aspek *Empati Concern*

Indikatornya : adanya perasaan simpati terhadap keadaan atau kondisi orang lain.

d) Aspek *Personal Distress*

Indikatornya : adanya perasaan gelisah dan cemas terhadap keadaan interpersonal

Menurut (Supeni , 2014)terdapat factor-faktor yang mempengaruhi empati yaitu sebagai berikut :

- 1) Gender/ jenis kelamin
- 2) Keluarga
- 3) Lingkungan

## 9. Religiusitas

Menurut Delener (1990) dalam penelitian yang dilakukan oleh Nasrullah (2015) menyatakan bahwa religiusitas merupakan faktor pendorong dan berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Dalam penelitian ini konsumen tersebut diibaratkan sebagai kalangan millennial yang akan memutuskan untuk melakukan donasi melalui *platform crowdfunding*.

Menurut Glock dan Strak dalam penelitian yang dilakukan oleh Nasrullah (2015) ada 5 dimensi religiusitas yaitu :

### a. Dimensi keyakinan/ideologi

Dimensi keyakinan/ideologi ini membahas mengenai seberapa tinggi tingkat keyakinan seorang muslim terhadap keyakinan dalam ajaran agamanya. Dalam islam terdapat rukun islam yang berisi enam kepercayaan yaitu percaya kepada Allah SWT., percaya adanya malaikat-malaikat, percaya terhadap Rasul-rasul utusan Allah, percaya terhadap kitab-kitab yang diturunkan Allah, percaya terhadap hari kiamat, dan percaya terhadap qadha dan qahdo Allah, ini merupakan salah satu contoh dari dimensi keyakinan/ideologi dalam aspek religiusitas beragama. Serta konsep tauhid dan mengakui akan keesaan Allah merupakan dasar dri dimensi keyakinan / ideology. (Nasrullah, 2015)

### b. Dimensi Praktik

Dimensi praktik ini membahas mengenai hal yang berkaitan dengan ritual atau peribadatan sebagai tindakan ketaatan

seseorang terhadap agama yang dianut. Dalam dimensi ini dibagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut ;

- 1) Ritual, hal ini berpatokan dengan tindakan yang dilakukan secara nyata yang dilakukan dalam bentuk praktik yang dianggap suci dan mengajurkan untuk penganutnya melakukannya. Bentuk ritual ini antara lain sholat, zakat, puasa, haji, membaca Al-Quran, berkorban dan lainnya.
- 2) Ketaatan, ketaatan dan ritual merupakan dua hal yang saling berkaitan, yang artinya jika seseorang tersebut sudah memahami mengenai ritual yang diajarkan oleh agamanya maka hal tersebut akan menjadi kebiasaan seseorang tersebut untuk menjaankan ritual tersebut sehingga dengan hal tersebut memperlihatkan bahwa seseorang tersebut bersungguh-sungguh taat dan komitmen dengan apa yang dianjurkan dalam agamanya. (Nasrullah, 2015)

c. Dimensi Pengalaman

Dimensi pengalaman religi merupakan aspek utama dalam pembahasan dimensi ini. Salah satu contoh dimensi pengalaman yaitu seperti timbulnya perasaan bersyukur kepada Allah atas apa yang telah diberikan, terdapat perasaan terpanggil apabila mendengar lantunan ayat Al-Quran, dan lainnya. (Nasrullah, 2015)

d. Dimensi Pengetahuan Agama

Dalam dimensi ini tentunya berfokus mengenai tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap agama yang dianutnya. Dalam ajaran agama islam tentunya ajaran yang dianut yaitu bersumber pada Al-Quran. Perkembangan zaman dan juga teknologi yang berkembang saat ini juga memudahkan dalam belajar agama seperti dengan menggunakan aplikasi Al-

Quran digital, membaca buku-buku yang berkaitan dengan agama, mengikuti pengajian atau majlis secara online, dan lainnya (Nasrullah, 2015).

e. Dimensi konsekuensi

Dalam dimensi ini menjelaskan mengenai seberapa pengaruh agama terhadap perilaku dan sikap seseorang tersebut. Jika seseorang tersebut telah dipengaruhi oleh ajaran agamanya maka akan akan berperilaku sesuai dengan ajaran agama yang dianut seperti lebih bertaqwa, suka menolong, dan lainnya. (Nasrullah, 2015)

### C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang ada. Jawaban sementara yang ada tersebut harus dilakukan uji terlebih dahulu untuk mengetahui kebenarannya. Adanya jawaban sementara ini karena belum adanya jawaban yang benar seperti yang ada di lapangan. Maka berdasarkan referensi-referensi yang ada didapat hipotesis berikut ini untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**a. Pengaruh kemudahan berdonasi amal terhadap kepedulian sosial millennial di masa pasca-pandemi covid-19 dalam berdonasi amal melalui *platform crowdfunding*.**

Kemudahan dari penggunaan platform tersebut harus diperhatikan oleh penyedia platform dikarenakan semakin mudah platform tersebut diakses maka akan semakin membuka peluang yang lebih bagi penggunanya. Dalam penelitian yang dilakukan (Morris, 2000) juga menyatakan bahwa dengan system yang lebih mudah untuk digunakan akan lebih membantu dan lebih berguna. Dengan system yang lebih mudah untuk digunakan oleh penggunanya maka akan menghasilkan manfaat atau penerimaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan sistem yang terlalu rumit. Sehingga dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan

bahwa dengan adanya sistem yang mudah untuk digunakan maka akan memudahkan penggunaanya juga dalam mengoperasikan sistem tersebut. Sehingga dengan mudahnya sebuah *platform crowdfunding* tersebut akan memudahkan dan menarik keputusan pengguna platform tersebut untuk melakukan donasi amal secara online. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini yaitu :

**H1: Kemudahan berpengaruh positif terhadap kepedulian sosial millennial di masa pasca-pandemi covid-19 dalam berdonasi amal melalui *platform crowdfunding*.**

**b. Pengaruh promosi atau kampanye sosial terhadap kepedulian sosial millennial di masa pasca-pandemic covid-19 dalam berdonasi amal melalui *platform crowdfunding*.**

Akhir-akhir ini kampanye sosial atau promosi sosial influencer melalui media sosial baik instagram, twitter, tiktok, dan media sosial lainnya sedang gencar- gencarnya dilakukan, kampanye sosial tersebut dilakukan oleh *influencer* yang memiliki ribuan follower bahkan jutaan follower di media sosialnya dengan tujuan akan berpengaruh terhadap followernya untuk melakukan donasi amal sesuai dengan program sosial yang dipromosikan tersebut. (Rantung, 2020). Dari hasil penelitian (Aziz et al., 2019) bahwa kampanye sosial yang dilakukan oleh pihak konten creator atau inisiator dalam menggalangkan dana untuk program sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menyalurkan donasi amalnya melalui suatu platform *crowdfunding*. Berdasarkan hasil uraian diatas maka hipotesis kedua yang diajukan untuk penelitian ini yaitu :

**H2 : Promosi atau kampanye sosial berpengaruh positif terhadap kepedulian sosial millennial di masa pasca-pandemi dalam berdonasi amal melalui *platform crowdfunding*.**

**c. Pengaruh empati terhadap terhadap kepedulian sosial millennial di masa pasca-pandemi covid-19 dalam berdonasi amal melalui *platform crowdfunding*.**

Jika seseorang memiliki rasa empati yang tinggi maka orang tersebut dapat merasakan dan memahami keadaan orang lain sehingga mendorong orang tersebut untuk melakukan perilaku prososial. Rasa empati seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa hal atau factor yaitu mood dan feeling dari individu itu sendiri. (Umayah, 2017). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aziz et al., 2019) bahwa empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap munculnya perilaku prososial. Hal tersebut menandakan bahwa perilaku prososial mempengaruhi dan meningkatkan empati seseorang, dan mempengaruhi tingkat berdonasi seseorang. Berdasarkan hasil uraian diatas maka hipotesis yang ketiga yaitu sebagai berikut :

**H3 : Empati berpengaruh positif terhadap kepedulian sosial millennial di masa pasca-pandemi covid-19 dalam berdonasi amal melalui *platform crowdfunding*.**

**d. Pengaruh religiusitas terhadap kepedulian sosial millennial di masa pandemi dalam berdonasi amal melalui *platform crowdfunding*.**

Diberbagai aspek kehidupan masyarakat, agama memiliki peran yang sangatlah penting dan paling berperan penting dalam melakukan segala tindakan, agama juga berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam bersosial di masyarakat. Kepercayaan dari seseorang sangatlah mempengaruhi kehidupan sehari-hari, adanya agama dapat menumbuhkan perasaan untuk melakukan atau membantu orang lain. Baik yang beragama muslim, Kristen, Hindu, Budha, dan orang yang beragama lainnya memberikan donasi atau sumbangan yang besar dengan tujuan yang berbeda-beda. Tingkat religiusitas seseorang memiliki dampak yang sangat besar kepada

setiap individu baik dalam perilakunya maupun dalam hal lainnya tentunya dengan religiusitas yang tinggi seseorang akan bertindak sesuai dengan keyakinan atau sesuai dengan ajaran agamanya (Knowles et al., 2012). Religiusitas memiliki peran yang sangat penting dalam memotivasi seseorang untuk melakukan donasi amal, terutama untuk seorang muslim biasanya cenderung banyak yang melakukan donasi amal salah satu sebabnya yaitu karena tanggung jawab sesama seorang muslim harus saling tolong menolong (Nuari & Hendratmi, 2019). Berdasarkan uraian diatas hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

**H1: Tingkat religiusitas berpengaruh positif terhadap kepedulian sosial millennial di masa pandemi berdonasi amal melalui *platform crowdfunding*.**

#### **D. Kerangka Berpikir**

Berdasarkan tinjauan teori pada penelitian sebelumnya, landasan teori yang telah dijabarkan dan permasalahan yang dikemukakan maka untuk merumuskan hipotesis berikut ini digambarkan kerangka pemikiran pengaruh antara variabel independen dan dependen. Dalam penelitian bertujuan untuk mencari pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependent, dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kemudahan (X1), kampanye sosial (X2), empati (X3), dan religiusitas (X4) dan yang menjadi variabel dependent yaitu Kepedulian Millennial di masa pandemi dalam berdonasi Amal (Y). Kerangka pemikiran dalam penelitian ini tergambar pada gambar berikut :



### Variabel Independen

Kemudahan (X1)

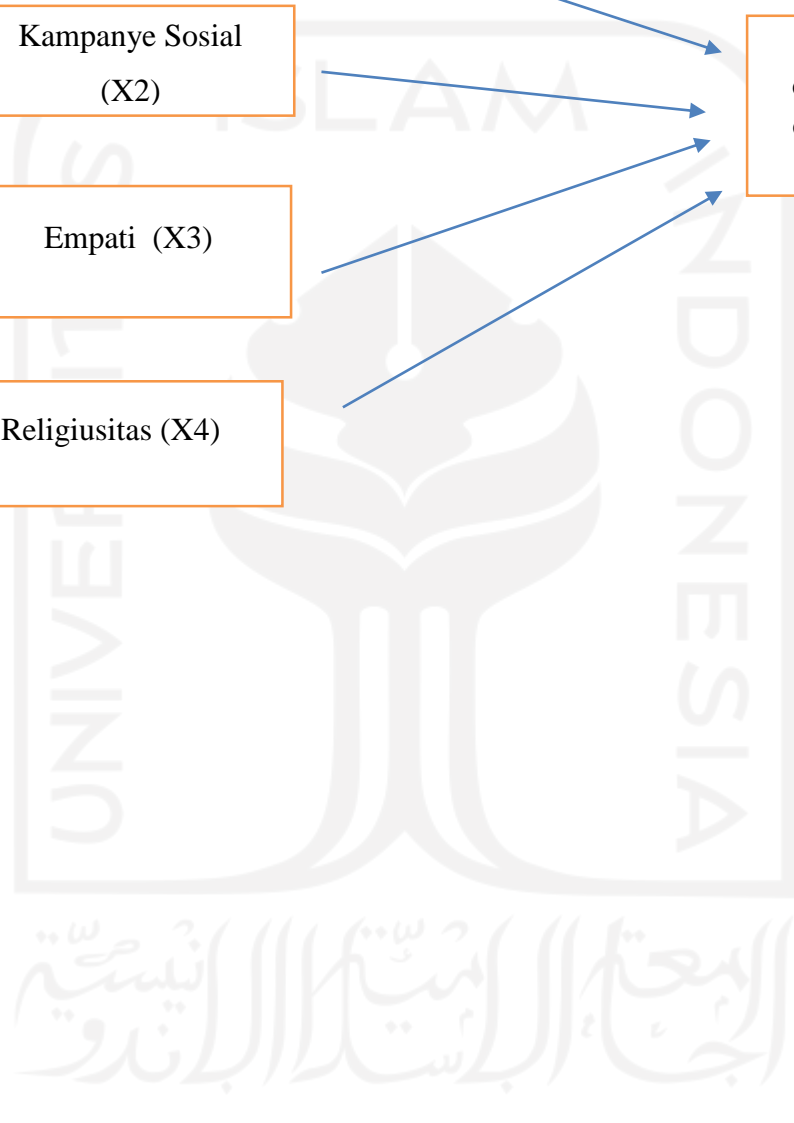
Kampanye Sosial  
(X2)

Empati (X3)

Religiusitas (X4)

### Variabel Dependen

Kepedulian Millennial  
dimasa pasca-pandemi  
dalam berdonasi Amal  
(Y)



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan untuk memahami makna yang menurut individu atau sejumlah kelompok dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses dalam penelitian kuantitatif ini juga melibatkan beberapa upaya yang harus dilakukan seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan, mengumpulkan data yang spesifik, menganalisis data, dan juga menafsirkan data (Hengki, 2020). Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan kuesioner, dimana peneliti akan mengambil sampel dari populasi yang ada dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen dalam pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Sehingga penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kuantitatif dimana hasil dari kuesioner tersebut akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik kemudian hasil analisis tersebut dipresentasikan.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di wilayah Provinsi D.I Yogyakarta.

#### **C. Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan Juli-September 2022.

#### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dan Objek Penelitian Subjek dari penelitian ini yaitu kalangan millennial dengan kisaran umur 18-40 tahun yang berada di wilayah Provinsi D.I Yogyakarta sedangkan untuk objek yang digunakan dalam penelitian adalah di masa pasca pandemi covid-19 bagaimana tingkat kepedulian sosial dalam melakukan donasi amal melalui platform

crowdfunding, apakah dengan adanya pandemi ini kepedulian sosial para dalam berdonasi amal mengalami peningkatan.

#### E. Populasi dan Sample

Sample merupakan bagian dari jumlah dimana karakteristiknya digunakan oleh populasi tersebut. Dalam memilih sampel terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan dalam melakukan penelitian. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik sampling *purposive sampling* dimana anggota sampelnya dipilih secara khusus oleh peneliti berdasarkan dengan tujuan dari penelitian. Terkait dengan teknik sampling tersebut, adapun kriteria dari responden yang akan dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Responden merupakan kalangan milenial dengan rentan umur 18-40 tahun.
2. Responden berada di wilayah Provinsi D.I Yogyakarta.
3. Responden pernah melakukan donasi amal di *platforms crowdfunding* (Kitabisa.com, Benihbaik.com, Rumah Zakat, dan lainnya)
4. Responden memiliki media sosial (facebook, Instagram, email, tiktok, dan lainnya).

Karena jumlah populasi millennial yang melakukan donasi online melalui *platform crowdfunding* tidak diketahui, maka jumlah sample tersebut ditentukan berdasarkan pendapat dari Wibisono (2003) dalam (Riduwan & Akdon, 2006) yaitu sebagai berikut :

$$N = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

N : Jumlah sample

Z<sub>α/2</sub> : nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan (95% =1,96)

$\sigma$  : standar deviasi (25%)

e : error (batas kesalahan =5%)

Berdasarkan perhitungan tersebut hasilnya yaitu 96 sample dengan beberapa pertimbangan maka dalam penelitian menggunakan jumlah responden sebanyak 150 responden.

#### **F. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data primer. Data primer merupakan data yang didapat berasal dari sumber aslinya tidak melalui perantara sehingga langsung dari responden dan data yang diperoleh tersebut merupakan data asli dari hasil jawaban responden yang telah diberikan pertanyaan sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data primer berupa kuesioner. Kuesioner tersebut disebarkan kepada generasi millennial yang tinggal atau berada di wilayah Provinsi D.I Yogyakarta.

#### **G. Definisi Operasional Variabel**

Definisi Operasional Variabel merupakan sesuatu yang menjadi objek dari penelitian tersebut. Dalam penelitian ini ada 2 jenis variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel tersebut saling terikat atau tidak.

1. Variabel Dependen (Y) Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen merupakan hal yang menjadi pusat dalam penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini variabel dependen (Y) kepedulian sosial millennial di masa pasca-pandemic dalam berdonasi amal melalui crowdfunding.
2. Variabel Independen (X) Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab munculnya variabel dependen tersebut. Dalam penelitian ini variabel independennya yaitu :

- a) Kemudahan (X1)
- b) Promosi atau kampanye sosial (X2)
- c) Empati (X3)
- d) Religiusitas (X4)

#### **H. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden dengan rentan umur 18-40 tahun yang berada di wilayah Yogyakarta. Metode kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan komunikasi dengan sumber data. Kuesioner disebarikan melalui media sosial seperti Whatsapp, Line, Instagram, Twitter. Kuesioner tersebut dalam bentuk *google form* yang diisi oleh responden itu sendiri. Kuesioner yang dilakukan ini memiliki 2 bagian yaitu sebagai berikut :

1. Bagian pertama berisikan pertanyaan mengenai data pribadi responden yang dijaga kerahasiaannya.
2. Bagian kedua berisikan mengenai indikator yang digunakan untuk menguji variabel penelitian.

#### **I. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur suatu kejadian baik itu alam maupun sosial yang sedang diamati. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup sehingga responden diarahkan oleh peneliti untuk memberikan jawaban sesuai dengan yang tersedia. Terdapat 4 instrumen yang digunakan dalam mengukur masing-masing dari variabel penelitian ini. Instrumen tersebut untuk mengukur tingkat kemudahan, kampanye sosial, tingkat empati dan tingkat religiusitas. Pengukuran variabel kemudahan, kampanye sosial, empati, religiusitas menggunakan skala pengukuran skala likert yang memiliki nilai rentan 1 sampai 5 yang telah di modifikasi. Berikut kriteria nilai untuk pengukurannya :

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Ragu – ragu (RG)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

**Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Sumber Referensi Pertanyaan</b>
Kemudahan (X1)	Interaksi individu dengan sistem mudah dan jelas	Saya melakukan donasi online melalui <i>platform crowdfunding</i> karena merasa mudah.	(Linardi & Nur, 2021)
	Interaksi individu dengan sistem mudah dan jelas	Saya melakukan donasi secara online melalui <i>platform crowdfunding</i> karena lebih efisien.	
	Tidak membutuhkan banyak usaha dalam menggunakan sistem	Saya melakukan donasi online melalui <i>platform crowdfunding</i> dikarenakan bisa dilakukan dimana saja.	
	Tidak membutuhkan banyak usaha dalam menggunakan sistem	Saya merasa intruksi yang diberikan oleh sistem donasi <i>platform crowdfunding</i> mudah dipahami dan dimengerti.	

	Tidak membutuhkan banyak usaha dalam menggunakan sistem	Saya merasa dengan kemudahan system orang akan lebih tertarik berdonasi menggunakan <i>platform crowdfunding</i> .	
Kampanye Sosial (X2)	Peran influencer dalam memberikan informasi	Saya mengetahui informasi adanya penggalangan dana ini media <i>social influencer</i> .	Prariset, 2022
	Peran influencer dalam memberikan informasi	Adanya postingan yang dilakukan oleh influencer mengenai informasi penggalangan dana ini membuat saya tertarik untuk melakukan donasi.	
	Peran influencer dalam memberikan informasi	Adanya keterlibatan dari influencer dalam mempromosikan platform <i>crowdfundings</i> tersebut membuat saya merasa yakin untuk berdonasi.	
	Peran influencer	Saya merasa influencer memiliki peran yang besar untuk memberikan informasi dan menarik masyarakat dalam berdonasi.	
	Memahami bagaimana	Saya merasa mudah membayangkan apa yang	(Eva Ning Tyas, 2017)

Empati (X3)	keadaan orang lain	orang lain rasakan dalam situasi tertentu sehingga membuat saya merasa harus membantu.	
	Adanya perasaan simpati	Saya merasa senang bisa peduli dengan orang lain.	
	Adanya perasaan gelisah terhadap keadaan orang lain	Saya cenderung terlibat emosional dengan masalah seseorang yang mengalami kesulitan dan membutuhkan.	
	Memahami dan membayangkan keadaan orang lain	Saya dapat merasakan apa yang orang lain rasakan dengan apa yang dialami atau dirasakan oleh orang.	
Religiusitas (X4)	Ajaran agama islam	Saya berdonasi sesuai dengan ajaran agama Islam.	(Amalia et al., 2020)
	Kedekatan dengan Allah	Saya berdonasi untuk menjalankan perintah Allah Swt. yaitu untuk bersedekah.	
	Keberkah yang diharapkan	Saya berdonasi karena hati nurani dan percaya bahwa Allah Swt. akan mengganti atau memberi balasan mengenai apa yang telah saya lakukan.	
	Bentuk kemanusiaan	Saya berdonasi untuk membantu orang lain dan	



		mencari ridho dan keberkahan dari Allah Swt.	
	Motif dalam berdonasi	Saya berdonasi melalui <i>platform crowdfunding</i> untuk membantu dan mendapatkan pahala dari Allah Swt.	
Kepedulian Sosial (Y)	Bentuk kepeduliann	Saya melakukan donasi melalui <i>platform crowdfunding</i> karena memiliki keinginan untuk membantu orang lain.	Prariset,2022
	Bentuk kepeduliann	Saya melakukan donasi melalui <i>platform crowdfunding</i> untuk membantu sesama yang membutuhkan.	
	Motif dalam berdonasi	Saya berdonasi secara online melalui <i>platform crowdfunding</i> merupakan bentuk simpati dan empati saya ke sesama.	
	Motif berdonasi	Saya melakukan donasi melalui <i>platform crowdfunding</i> karena saya merasa bahwa dengan berdonasi saya merasa bisa berkontribusi dalam membantu orang yang mengalami kesulitan.	

## **J. Teknik Analisi Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 24.

### **1. Uji Kualitas Data**

#### **a. Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur apakah valid atau tidaknya suatu kuesioner tersebut. Sebuah kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan apa yang akan diukur dalam kuesioner. Validitas merupakan hal yang sangat penting karena validitas ini akan menjamin keabsahan dalam pengukuran dari skala yang sudah ditentukan dari variabel-variabel yang digunakan saat menentukan hubungan kejadian (Hardani et al., 2020).

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrument. Reliabilitas digunakan untuk mengukur skala sejauh mana pengukuran yang dilakukan bebas dari kesalahan (error). Reliabilitas dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama dengan yang dilakukan secara berulang dan dilakukan dengan keadaan yang sama (konstan) (Hardani et al., 2020).

### **2. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah sebaran data pada sebuah kelompok variabel, apakah dari sebaran tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Jika banyak data sudah lebih dari 30 angka ( $n > 30$ ) maka sudah bisa diasumsikan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Namun untuk memastikan lagi maka perlu adanya uji normalitas untuk lebih memastikan data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Karena belum tentu semua data yang lebih

dari 30 dipastikan berdistribusi normal dan sebaliknya belum tentu data yang jumlahnya kurang dari 30 belum tentu tidak berdistribusi normal (Hidayat, 2017).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel -variabel bebas dalam model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas tersebut maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat akan menjadi terganggu (Hidayat, 2017).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan antara variasi dari residual satu pengamatan ke yang lainnya. Model regresi yang memenuhi syarat untuk uji heteroskedastisitas yaitu terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lainnya tetap (Hidayat, 2017).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi (*error*) pada model regresi tersebut. Untuk menguji ada atau tidaknya autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin Watson*.

### 3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model dari regresi berganda dimana melibatkan lebih dari satu variabel bebasnya. Regresi linier berganda merupakan model persamaan untuk menjelaskan variabel bebas (X) dengan variabel tak bebas (Y). Tujuan dari regresi linier berganda ini yaitu untuk memprediksi nilai variabel tak bebas (Y) apabila nilai dari variabel bebasnya diketahui (X), regresi linier berganda juga biasa digunakan

untuk mengetahui bagaimana hubungan antara variabel bebas dengan variabel tak bebas (Yuliara, 2016). Dalam penelitian ini tujuan dari adanya regresi berganda ini yaitu untuk mengetahui hubungan antar variabel independen dengan variabel dependent. Persamaan Regresi Linier berganda yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y : Kepedulian sosial millennial dalam berdonasi amal

a : angka konstan koefisien regresi

X1: Kemudahan

X2 : Kampanye sosial

X3 : Empati

X4 : Religiusitas

$\beta$  : koefisien estimasi

e : error

**b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan variabel independen religiusitas, kampanye sosial, kemudahan, dan keamanan terhadap variabel dependen kepedulian sosial *millennial* di masa pandemi dalam berdonasi amal dengan melihat nilai  $R^2$ . Dengan karakteristik yaitu :

- a. Jika nilai koefisien determinasinya kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.
- b. Jika nilai koefisien determinasinya mendekati 1 dan menjauhi 0 maka variabel independen memiliki kemampuan yang besar dalam memberikan informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen (Imam, 2016).

**c. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian dan mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen yaitu kemudahan (X1), Kampanye sosial (X2), Empati (X3), dan Religiusitas (X4) terhadap variabel dependen yaitu Kepedulian sosial di masa pasca-pandemic dalam berdonasi amal (Y). Uji t merupakan salah satu *test statistic* yang digunakan untuk menguji kebenaran dari hipotesis. Pengambilan keputusan Uji t berdasarkan nilai Signifikansi (Sig.) jika nilai sig. < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima dan sebaliknya.

**d. Uji Simultan (Uji F)**

Uji Simultan (uji F) dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Hasil dari uji F ini yaitu nilai  $F_{hitung}$ , nilai dari  $F_{hitung}$  tersebut kemudian akan dibandingkan dengan nilai pada tabel f. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka H0 ditolak dan Ha diterima.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data Responden

##### 1. Deskripsi Data Umum Responden

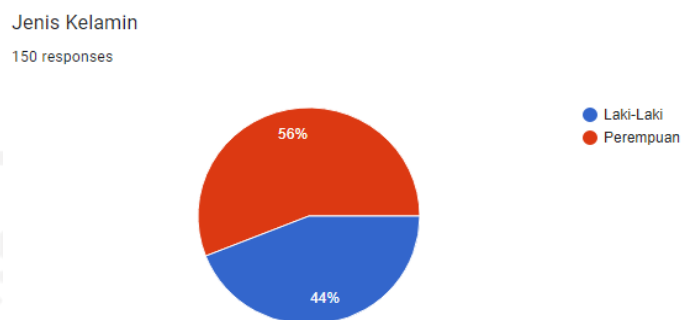
Responden yang diambil dalam penelitian ini merupakan kalangan *Millenial* di wilayah D.I Yogyakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Responden yang diambil dari kuesioner tersebut sebanyak 150 responden.

##### 2. Deskripsi Data Khusus Responden

###### a. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Berikut ini merupakan hasil dari data reponden berdasarkan rentan usianya yaitu sebagai berikut :

**Gambar 4 1** Hasil Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin



Dari diagram berikut merupakan hasil deskripsi data mengenai jenis kelamin yang diperoleh dari responden. Dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa dari 150 responden yang mengisi kuesioner tersebut, jumlah responden didominasi berjenis kelamin

perempuan yaitu sebanyak 54% atau 84 responden perempuan dan sebanyak 44% responden didominasi oleh laki-laki.

**b. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia.**

Berikut ini merupakan tabel hasil data responden berdasarkan rentan usianya yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4. 1 Hasil Data Responden Berdasarkan Rentan Usia**

<b>Rentan Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
20-25	126	84%
25-30	23	15,3%
31-40	1	0,7%
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diinterpretasikan bahwa dari hasil kuisioner dengan jumlah 150 responden yang mengisi kuisioner didominasi oleh rentan usia 20-25 tahun atau 84% reponden berusia 20-25 tahun, selanjutnya sebanyak 23 responden berusia 25-30 tahun atau sebanyak 15,3% dan 0,7% atau 1 responden memiliki rentan umur 31-40 tahun.

**c. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Media Sosial yang Sering Digunakan.**

Berikut ini merupakan tabel jenis media sosial yang paling sering digunakan oleh responden yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4. 2 Hasil Data Reponden Berdasarkan Media Sosial Paling Sering Digunakan**

<b>Jenis Media Sosial</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
Instagram	128	85%
Instagram dan Tiktok	12	8,4%
Facebook	5	3,3%
Tiktok	5	3,3%
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

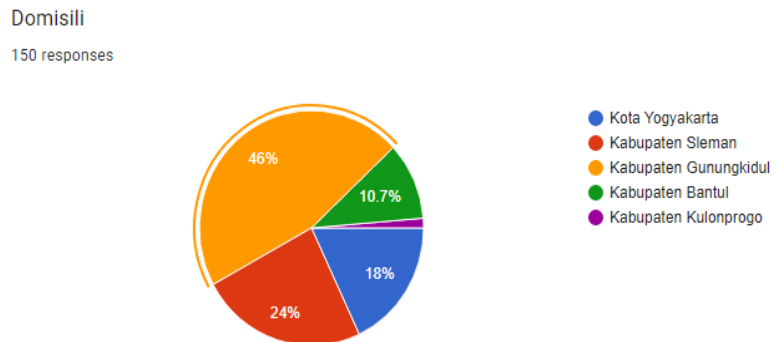
Deskripsi mengenai data responden berdasarkan media sosial yang sering digunakan berdasarkan data yang diperoleh dari 150 responden yang mengisi pertanyaan kuisisioner didapat bahwa responden yang mendominasi menggunakan media sosial paling banyak yaitu instagram sebesar 85% atau sebanyak 128 responden. Selanjutnya sebanyak 8,4% atau sebanyak 12 responden menggunakan instagram dan tik-tok. Sebanyak 5 responden atau 3% responden sering menggunakan facebook dan sebanyak 5 responden menggunakan tik-tok sebagai media sosial yang paling sering digunakan.

**d. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili**

Berikut ini merupakan hasil deskripsi dari responden berdasarkan domisilinya yaitu sebagai berikut :



**Gambar 4 2 Hasil Data Responden Berdasarkan Domisili**



Berdasarkan diagram pada gambar 4.2 diatas dapat diketahui bahwa domisili dari 150 responden yang mengisi kuisioner ini yaitu 46% berdomisili di kabupaten Gunungkidul, selanjutnya sebanyak 24% responden berdomisili di kabupaten Sleman. Dari 150 Reponden tersebut sebanyak 18% berdomisili di Kota Yogyakarta dan 10,7% reponden berdomisili di kabupaten Bantul, untuk sisanya sebesar 1,3% responden berdomisili di kabupaten Kulonprogo.

**e. Deskripsi Responden Berdasarkan Platform Crowdfunding yang digunakan dalam Berdonasi.**

Berikut ini merupakan data hasil deskripsi responden berdasarkan platform crowdfunding yang digunakan dalam berdonasi yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4. 3 Hasil Data Responden Berdasarkan Platform yang Digunakan berdonasi**

Jenis Platform	Frekuensi	Presentase
Kitabisa.com	98	65,3%
Benihbaik.com	15	10%
Rumah Zakat	15	10%
Dompot Dhuafa	10	6,7%
Ayopeduli.id	5	3.3%
ACT	5	3,3%

Zam-zam tower	1	0,7%
Apk Telkomsel	1	0,7 %
<b>Jumlah</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa sebanyak 65,3% responden paling banyak melakukan donasi menggunakan *platform crowdfunding* Kitabisa.com. Untuk responden yang menggunakan Benihbaik.com dalam menyalurkan donasi terdapat 10% responden, untuk Rumah zakat terdapat 10% responden yang menggunakan *platform crowdfunding* tersebut untuk melakukan donasi. Kemudian platform Dompot Dhuafa terdapat 6,7 responden, Ayopeduli.id terdapat sebanyak 3,3% responden, dan ACT terdapat 3,3% responden. Terdapat sebanyak 0,7% responden yang menggunakan media *crowdfunding* Zam-zam tower dan 0,7% yang menggunakan Apk telkomsel.

## B. Hasil Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah data tersebut valid atau tidak pada kuisioner. Sample yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 150 responden, dengan tingkat signifikansi  $\alpha$  5 % (0,05) dan  $r_{\text{tabel}}$  sebesar 0,1603. Apabila nilai dari  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , maka hasilnya item atau pertanyaan tersebut valid. Dibawah ini merupakan hasil dari uji validitas yang dilakukan menggunakan SPSS versi 24 yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Kemudahan	KM 1	0,919	0,1603	Valid
	KM 2	0,975	0,1603	Valid
	KM 3	0,973	0,1603	Valid
	KM 4	0,962	0,1603	Valid
	KM 5	0,943	0,1603	Valid
Kampanye Sosial	KS 1	0,900	0,1603	Valid
	KS 2	0,900	0,1603	Valid
	KS 3	0,914	0,1603	Valid
	KS 4	0,771	0,1603	Valid
Empati	EP 1	0,933	0,1603	Valid
	EP 2	0,950	0,1603	Valid
	EP 3	0,914	0,1603	Valid
	EP 4	0,886	0,1603	Valid
Religiusitas	RL 1	0,878	0,1603	Valid
	RL 2	0,938	0,1603	Valid
	RL 3	0,952	0,1603	Valid
	RL 4	0,957	0,1603	Valid
	RL 5	0,906	0,1603	Valid
Kepedulian Sosial	KP 1	0,900	0,1603	Valid
	KP 2	0,920	0,1603	Valid
	KP 3	0,944	0,1603	Valid
	KP 4	0,946	0,1603	Valid

Sumber : Hasil output SPSS,2022

dapat dilihat dalam tabel 4.1. Dari tabel tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent yaitu kemudahan (X1), Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan maka hasil validitas dari setiap variable kampanye sosial (X2), empati (X3), religiusitas (X4), dan variabel dependent kepedulian sosial (Y). Dari semua item pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (0,1603), maka dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan dari penelitian ini dinyatakan valid.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk melihat konsistensi dari alat ukur dalam mengukur suatu kosioner, sebuah kuisisioner dikatakan reliable jika hasil dari skornya konsisten dalam setiap pengukuran. Dalam

pengukuran uji reabilitas ini menggunakan *Cronbach's Alpha*, dengan ketentuan apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka variabel tersebut dikatakan reliable.

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Reabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Keterangan</b>
Kemudahan	0,975	Reliabel
Kampanye sosial	0,895	Reliabel
Empati	0,938	Reliabel
Religiusitas	0,956	Reliabel
Kepedulian Sosial	0,945	Reliabel

Sumber : Hasil output SPSS,2022

Berdasarkan dari analisis *Cronbach's Alpha* yang terdapat pada tabel 4.2 maka nilai yang terdapat pada setiap variabel bernilai > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini setiap variabelnya memenuhi uji reabilitas.

### C. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi yang baik maka harus memiliki distribusi data yang normal. (Ghozali,2010). Metode yang digunakan dalam model regresi ini untuk melihat apakah model ini datanya terdistribusi secara normal yaitu dengan melihat penyebaran data yang bersubur pada grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*, jika titik-titik pada grafik tersebut tidak menyebar sekitar garis dan tidak mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan nilai residualnya tidak normal. Dalam penelitian ini untuk melihat data terdistribusi normal dengan uji *Kolmogorov Uji Normalitas* digunakan dalam menguji apakah dalam model regresi tersebut variable terikat dan variable *-Smirnov*.

Dibawah ini merupakan hasil dari uji normalitas menggunakan uji kolmogorv Smirnov yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Kolmogorv-Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.000000
	Std. Deviation	1.70817864
Most Extreme Differences	Absolute	0.121
	Positive	0.112
	Negative	-0.121
Test Statistic		0.121
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		0.022
Point Probability		0.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

*Sumber : Hasil Output SPSS, 2022*

Dalam (Metha & Patel, 2015) menyatakan bahwa jika sample data yang digunakan lebih dari 20.000 dapat menggunakan pengukuran menggunakan Exact P Value, namun juga terdapat sample 30 yang dihitung menggunakan Exact P Value nilainya tidak normal. Untuk mengukur dengan jumlah sample yang sedikit dibawah 100 sample maka bisa menggunakan uji koefisien korelasi person dan spearman.

Berdasarkan hasil dari uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini yaitu nilai exact sig. (2-tailed) sebesar  $0,022 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini menyatakan bahwa residua terdistribusi normal.

## **2. Uji Multikolinieritas**

Dalam mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi di penelitian ini dengan melihat pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai tolerancenya lebih dari 0,01 atau mendekati 1, dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) kurang dari

10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut terbebas atau tidak terjadi multikolinieritas. (Ghozali, 2010)

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KEMUDAHAN	,751	1,331
	KAMPANYE SOSIAL	,632	1,583
	EMPATI	,410	2,437
	RELIGIUSITAS	,443	2,255

a. Dependent Variable: KEPEDULIAN SOSIAL

*Sumber : Hasil Output SPSS, 2022*

Berdasarkan pada tabel 4.4 tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Variabel kemudahan (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,751 > 0,01 dan nilai VIF 1,331 < 10 ,maka dapat dikatakan bahwa varaibel religiusitas tidak terdapat atau terjadi multikolinieritas.
- b. Variabel kampanye sosial (X2) memiliki nilai tolerance sebesar 0,632 > 0,01 dan nilai VIF 1,583 < 10 ,maka dapat dikatakan bahwa variable tidak terdapat atau terjadi multikolinieritas.
- c. Variabel empati (X3) memiliki nilai tolerance sebesar 0,410 > 0,01 dan nilai VIF 2,437 < 10 , maka dapat dikataka bahwa variabel kemudahan tidak terdapat atau terjadi multikolinieritas.
- d. Variabel religiusitas (X4) memiliki nilai tolerance sebesar 0,443 > 0,01 dan nilai VIF 2,255 < 10 , maka dapat dikatakan bahwa variabel keamanan tidak terdapat atau terjadi multikolinieritas.

Berdasarkan hasil interpretasi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini variabel kemudahan (X1), kampanye sosial (X2), empati (X3), dan religiusitas (X4) tidak terapat atau terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan terhadap pengamatan yang lainnya. Pengujian ini menggunakan Uji logaritma natural untuk mengetahui apakah dalam model regresi ini terdapat atau terjadi heteroskedastisitas. Suatu varian dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansinya lebih dari tingkat kepercayaan yaitu 5% (0,05).

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,042	,082		-,510	,611
	LN_X1	,021	,022	,092	,973	,332
	LN_X2	-,050	,038	-,125	-1,311	,192
	LN_X3	,045	,039	,147	1,172	,243
	LN_X4	-,019	,037	-,063	-,510	,611

a. Dependent Variable: ABS\_RES4

Sumber : Hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan pada hasil pada tabel 4.5 dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Pada variabel kemudahan (X1) didapat nilai sig yaitu sebesar  $0,332 > 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa variabel religiusitas tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Pada variabel kampanye sosial (X2) didapat nilai sig yaitu sebesar  $0,192 > 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa variabel kampanye sosial tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Pada variabel empati (X3) didapat nilai sig yaitu sebesar  $0,243 > 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa variabel kemudahan tidak terjadi heteroskedastisitas.

- d. Pada variabel religiusitas (X4) didapat nilai sig yaitu sebesar  $0,611 > 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa variabel keamanann tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan salah satu uji asumsi klasik yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antar residual (*error*). Dalam model regresi ini untuk melihat ada atau tidaknya autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin Watson*. Dalam uji *Durbin Watson* dapat dilakukandengan cara-cara berikut ini yaitu sebagai berikut :

- a. Menentukan nilai *Durbin Watson*.
- b. Menentukan nilai dU (durbin Up) dan juga nilai dL (durbin Low). Maka dalam penelitian ini jumlah variabel (k) yaitu 4, jumlah data (n) 150, dan tingkat signifikansinya ( $\alpha$ ) 0,05, maka nilai dU yaitu **1,7881** dan dL **1,6788**.

c. Uji Durbin Wason

$$\begin{aligned} DW &= 1,812 \\ dU &= 1,7881 \\ 4 - dU &= 4 - 1,7881 \\ &= 2,2119 \end{aligned}$$

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,998 <sup>a</sup>	,996	,996	,19434	1,812

a. Predictors: (Constant), TRANS\_X4, TRANS\_X1, TRANS\_X2, TRANS\_X3

b. Dependent Variable: TRANS\_Y

Sumber : Hasil Output SPSS, 2022

Dalam uji durbin Watson, model terbebas dari autokorelasi jika  $dU < DW < 4 - Du$ , maka dari model ini didapat  $1,7881 < 1,812$



< 2,2119. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

#### D. Hasil Uji Deskriptif

##### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan salah satu uji statistic yang dilakukan untuk menguji data secara keseluruhan dengan tujuan untuk mendeskripsikan data atau menguraikan data tersebut. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan SPSS versi 24. Dalam hasil analisis deskriptif terdapat data (N), nilai *minimum*, nilai *maximum*, nilai *mean* (rata-rata), dan nilai *standar deviation*. Berikut hasil dari uji statistik deskriptif dalam model regresi ini

**Tabel 4. 10 Hasil Analisis Deksriptif**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimu m	Maximum	Mean	Std. Deviation
KEMUDAHAN	150	5.00	25.00	23.1667	3.03540
KAMPANYE SOSIAL	150	4.00	20.00	13.9600	3.23546
EMPATI	150	11.00	20.00	16.8267	2.31350
RELIGIUSITAS	150	13.00	25.00	21.1800	2.96980
KEPEDULIAN SOSIAL	150	11.00	20.00	16.2267	2.52543

Sumber : Hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.9 hasil analisis deskriptif tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Hasil dari analisis deskriptif pada variabel kemudahan (X1) dengan jumlah data sebesar 150 menunjukkan hasil nilai standar deviation sebesar 3,035, dengan rata-rata sebesar 23,166. Nilai maksimumnya sebesar 25 dan nilai minimumnya sebesar 5.
- b. Hasil dari analisis deskriptif dari variabel kampanye sosial (X2) dengan jumlah data sebesar 150 menunjukkan nilai deviation sebesar

- 3,235 dengan nilai rata-rata sebesar 19,960. sebesar Nilai maksimum sebesar 20 dan nilai minimum 4.
- c. Hasil dari analisis deskriptif dari variabel empati (X3) dengan jumlah data sebesar 150 menunjukkan nilai deviation sebesar 2,313 dengan nilai rata-rata sebesar 16, 826. Nilai maksimum sebesar 20 dan nilai minimum 11.
  - d. Hasil dari analisis deskriptif dari variabel religusitas (X3) dengan jumlah data sebesar 150 menunjukkan nilai deviation sebesar 2,969, dengan nilai rata-rata sebesar 21,180. Nilai maksimum sebesar 25 dan nilai minimum 13.
  - e. Hasil dari analisis deskriptif dari variabel kepedulian sosial (Y) dengan jumlah data sebesar 150 menunjukkan nilai deviation sebesar 2,525, dengan nilai rata-rata sebesar 16,226. Nilai maksimum sebesar 20 dan nilai minimum 11.

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.592	1.279		1.245	.215
	KEMUDAHAN	.063	.068	.061	.935	.351
	KAMPANYE SOSIAL	.087	.055	.112	1.578	.117
	EMPATI	.218	.096	.200	2.280	.024
	RELIGIUSITAS	.405	.072	.476	5.629	.000

a. Dependent Variable: KEPEDULIAN SOSIAL

Persamaan dari regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Hasil dari analisis berganda yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 24 dapat dilihat pada tabel ,, berikut ini :

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.592	1.279		1.245	.215
	KEMUDAHAN	.063	.068	.061	.935	.351
	KAMPANYE SOSIAL	.087	.055	.112	1.578	.117
	EMPATI	.218	.096	.200	2.280	.024
	RELIGIUSITAS	.405	.072	.476	5.629	.000

a. Dependent Variable: KEPEDULIAN SOSIAL

*Sumber : Hasil Output SPSS, 2022*

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang dilakukan menggunakan bantuan program SPSS versi 24 pada tabel ... maka diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 1,539 dan nilai koefisien (b) sebesar 0,056X<sub>1</sub>, 0,089X<sub>2</sub>, 0,215X<sub>3</sub>, dan 0,404X<sub>4</sub>. Maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = 1,539 + 0,056X_1 + 0,087X_2 + 0,215X_3 + 0,404X_4$$

Dimana Y merupakan kepedulian sosial, sedangkan kemudahan (X<sub>1</sub>), kampanye sosial (X<sub>2</sub>), empati (X<sub>3</sub>), dan religusitas (X<sub>4</sub>). Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut ini :

- a. Berdasarkan persamaan regresi tersebut nilai konstanta  $\alpha$  sebesar 1,539 tersebut berarti jika variabel religusitas, kampanye sosial, kemudahan dan keamanan sebesar 1, maka diperkirakan bahwa kepedulian sosial akan bertambah menjadi  $1,539 + 0,056 + 0,087 + 0,215 + 0,404 = 2,301$
- b. Koefisien regresi kemudahan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,056 menunjukkan bahwa koefisien regresi religusitas memiliki pengaruh yang positif dengan variabel kepedulian sosial. Jika variabel religusitas mengalami peningkatan sebesar 1%, maka variabel kepedulian

sosial akan meningkat sebesar 0,056. Dengan asumsi bahwa variabel kampanye sosial (X2), empati (X3), dan religiusitas (X4) bersifat konstan.

- c. Koefisien regresi kampanye sosial (X2) sebesar 0,087 yang menunjukkan bahwa koefisien regresi kampanye sosial mengalami peningkatan sebesar 1% maka kepedulian sosial akan mengalami peningkatan sebesar 0,087. Dengan asumsi bahwa variabel kemudahan (X1), empati (X3), dan religiusitas (X4) bersifat konstan.
- d. Koefisien regresi empati (X3) sebesar 0,215 yang menunjukkan jika koefisien kemudahan mengalami peningkatan sebesar 1% maka kepedulian sosial akan mengalami peningkatan sebesar 0,215. Dengan asumsi bahwa variabel kemudahan (X1), kampanye sosial (X2), dan religiusitas (X4) bersifat konstan.
- e. Koefisien regresi religiusitas sebesar 0,404 yang menunjukkan bahwa jika koefisien keamanan mengalami peningkatan sebesar 1% maka kepedulian sosial akan mengalami peningkatan sebesar 0,404. Dengan asumsi bahwa variabel kemudahan (X1), kampanye sosial (X2), dan empati (X3) bersifat konstan.

Berdasarkan hasil interpretasi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai dari setiap variabel kemudahan (X1), kampanye sosial (X2), empati (X3), dan religiusitas (X4) jika mengalami peningkatan 1% maka akan meningkatkan nilai dari variabel kepedulian sosial.

### **3. Uji Koefisien Korelasi (R)**

Analisis koefisien korelasi memiliki tujuan untuk mengetahui mengenai hubungan antara variabel independent terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Berikut ini menurut Sugiyono merupakan pedoman dalam memberikan interpretasi pada koefisien korelasi (R) yaitu sebagai berikut :

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 – 0,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,80 – 100 = sangat kuat

Berikut ini merupakan hasil dari uji koefisien korelasi (R) yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)**

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.737 <sup>a</sup>	.542	.530	1.73158	.542	42.984	4	145	.000

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, KEMUDAHAN, KAMPANYE SOSIAL, EMPATI

*Sumber : Hasil Output SPSS, 2022*

Berdasarkan pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa hasil dari uji koefisien (R) korelasinya sebesar 0,737. Maka jika dilihat sesuai dengan interval uji R pada model regresi ini terdapat pada interval 0,60 – 0,799 yang artinya bahwa model regresi ini memiliki koefisien korelasi (R) yang kuat antara variabel kemudahan (X1), kampanye sosial (X2), empati (X3), dan religiusitas (X4) terhadap variabel kepedulian sosial (Y).

#### **4. UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R<sup>2</sup>)**

Penguji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan untuk menghitung atau melihat pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen (X) lebih dari 3 variabel maka untuk melihat koefisien determinasinya menggunakan *Adjusted R Square*. Hasil uji koefisien determinasi tersebut sebagai berikut :

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.737 <sup>a</sup>	.542	.530	1.73158	.542	42.984	4	145	.000

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, KEMUDAHAN , KAMPANYE SOSIAL , EMPATI

Sumber : Hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.10 diketahui bahwa nilai dari *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,530, yang artinya bahwa dari 53% dari variabel kepedulian sosial (Y) dipengaruhi oleh kemudahan (X1), kampanye sosial (X2), empati (X3), dan religiusitas (X4), sedangkan untuk sisanya sebesar 47 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model regresi ini.

#### 5. Uji Parsial (Uji t )

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel kemudahan, kampanye sosial, empati, dan religiusitas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap kepedulian sosial. Dalam melihat apakah model regresi ini signifikan atau tidak maka dapat menggunakan langkah-langkah berikut ini :

- a. Ho = variabel independen (X) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Maka Ho diterima dan Ha ditolak jika nilai dari  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .
- b. Ha = variabel dependen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Maka Ha diterima dan Ho ditolak apabila nilai dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

Dalam penelitian ini menggunakan nilai signifikansi  $\alpha = 5\%$  (0,05) dan derajat kebebasan (df) = n-k-1. Maka  $t_{tabel}$  sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= (\alpha/2 ; n-k-1) \\
 &= (0,05/2 ; 150-4-1)
 \end{aligned}$$

$$= (0,025 ; 145)$$

$$= 1.97646$$

Hasil dari uji parsial (uji t) menggunakan program SPSS versi 24 yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.592	1.279		1.245	.215
	KEMUDAHAN	.063	.068	.061	.935	.351
	KAMPANYE SOSIAL	.087	.055	.112	1.578	.117
	EMPATI	.218	.096	.200	2.280	.024
	RELIGIUSITAS	.405	.072	.476	5.629	.000

a. Dependent Variable: KEPEDULIAN SOSIAL

Sumber : Hasil Output SPSS, 2022

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.11 dapat dibandingkan antara  $t_{tabel}$  dengan  $t_{hitung}$  yaitu sebagai berikut :

a. Variabel Kemudahan (X1)

Hasil pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24 variabel kemudahan (X1) terhadap variabel kepedulian sosial (Y) maka diperoleh  $t_{hitung} = 0,935$  untuk nilai  $t_{tabel} = 1.97646$ . Sedangkan nilai signifikansinya sebesar 0,302 lebih besar dari nilai signifikan 0,05. Maka nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,935 < 1.97646$ ) dan nilai signifikansi ( $0,351 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima. Artinya variabel kemudahan (X1) berpengaruh terhadap variabel kepedulian sosial (Y). Maka  $H_a$  ditolak yang artinya variabel kemudahan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepedulian sosial (Y).

b. Variable Kampanye Sosial (X2)

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan metode SPSS versi 24 variabel kampanye sosial (X2) terhadap variabel kepedulian sosial (Y) maka diperoleh  $t_{hitung} = 1,578$  untuk nilai tabelnya  $= 1.97646$ , sedangkan untuk nilai signifikansinya yaitu sebesar  $0,115$  lebih besar dari nilai signifikan  $0,05$ . Maka nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,578 < 1.97646$ ) dan taraf signifikansinya ( $0,115 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima. Artinya variabel kampanye sosial (X2) tidak berpengaruh terhadap kepedulian sosial (Y). Maka  $H_a$  ditolak yang artinya variabel kampanye sosial (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepedulian sosial (Y).

c. Variabel Empati (X3)

Hasil pengujian uji t yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24 untuk variabel empati (X3) terhadap variabel kepedulian sosial (Y) maka diperoleh  $t_{hitung}$  variabel kemudahan sebesar  $2,280$ , dan nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $1.97646$ , sedangkan untuk nilai signifikansinya yaitu  $0,026$  lebih besar dari  $0,05$ . Maka nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,280 > 1.97646$ ), dan nilai taraf signifikansinya ( $0,026 > 0,05$ ), maka  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh antar variabel empati dengan variabel kepedulian sosial.

d. Variabel Religiusitas (X4)

Hasil pengujian uji t yang dilakukan menggunakan SPSS versi 24 untuk variabel religiusitas (X4) terhadap variabel kepedulian sosial (Y) maka diperoleh nilai  $t_{hitung}$  dari variabel keamanan yaitu sebesar  $5,629$ , sedangkan nilai  $t_{tabel}$  yaitu  $1.97646$ . Selain itu diperoleh nilai signifikansi dari variabel keamanan  $0,00$  lebih kecil dari taraf signifikansi  $0,05$ . Maka nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,629 > 1.97646$ ), dan nilai taraf signifikansinya ( $0,00 < 0,05$ ). Maka  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel religiusitas (X4) memiliki pengaruh terhadap kepedulian sosial (Y).



Dari hasil perbandingan uji t tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan (X1) dan kampanye sosial (X2) adalah  $H_0$ , yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepedulian sosial (Y). Sedangkan untuk hasil uji t variabel empati (X3) dan religiusitas (X4) adalah  $H_a$ , yang artinya variabel empati (X3) dan religiusitas (X4) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepedulian sosial (Y).

#### 6. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji F digunakan dalam persamaan regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Untuk mengetahui model regresi dalam penelitian ini berpengaruh secara simultan atau tidak maka diperlukan langkah-langkah dalam uji simultan (uji f) yaitu sebagai berikut :

- a.  $H_0$  = variabel independen (X1,X2,X3,X4) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika nilai dari  $F_{hitung} < F_{tabel}$ .
- b.  $H_a$  = variabel independen (X1,X2,X3,X4) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependent (Y), maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak jika nilai dari  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

Dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  (0,05) dan juga derajat kebebasan (df) = n-k-1, maka

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= \alpha (k-1; n-k-1) \\ &= 0,05 (4 -1; 150-4-1) \\ &= 0,05 (3 ; 145) \\ &= 2,4 \end{aligned}$$

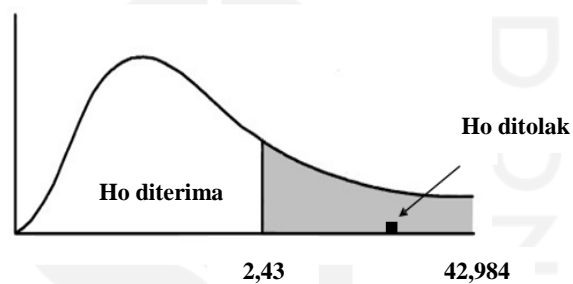
**Tabel 4. 15 Hasil Uji simultan (Uji F)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	514.932	4	128.733	42.875	.000 <sup>b</sup>
	Residual	435.361	145	3.002		
	Total	950.293	149			

a. Dependent Variable: KEPEDULIAN SOSIAL

b. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, KEMUDAHAN , KAMPANYE SOSIAL , EMPATI



Pada tabel nilai dari  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $42,875 > 2,43$ , dan nilai signifikansinya sebesar  $0,00 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan, kampanye sosial, empati, dan religiusitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel kepedulian sosial.

## **E. Pembahasan dan Hasil Penelitian**

### **1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepedulian Sosial Kalangan Millenial dalam Berdonasi Amal Melalui *Crowdfunding Platforms*.**

Pada penelitian ini berdasarkan hasil uji analisis yang dilakukan pada variabel kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepedulian sosial, keputusan ini didapat berdasarkan pada uji t dimana hasil uji t tersebut yaitu  $1,037 < 1,97646$ , namun jika uji dilakukan secara simultan (bersama-sama) maka hasilnya variabel kemudahan berpengaruh terhadap kepedulian sosial dimana hasil dari uji F yang dilakukan yaitu sebesar  $42,984 > 2,43$  dan nilai signifikansinya sebesar  $0,00 < 0,05$ . Hal

tersebut menunjukkan bahwa jika di uji secara simultan maka variabel religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepedulian sosial.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Davis, 2000) dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa kemudahan pemakaian sebuah sistem memiliki efek yang tidak langsung dalam melakukan transaksi, yang artinya bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan merupakan faktor utama dalam mempengaruhi penerimaan sebuah informasi teknologi informasi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Morris, 2000) menyatakan bahwa dengan system yang lebih mudah untuk digunakan akan lebih membantu dan lebih berguna. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan berdonasi melalui *platform crowdfunding* bukan berdasarkan mudah atau tidaknya platform tersebut, namun sebagian masyarakat memiliki alasan tersendiri untuk memilih menyalurkan kepedulian sosial mereka dengan memberikan secara langsung atau disalurkan melalui *platform crowdfunding*. Hal tersebut didasari dengan berbagai aspek seperti adanya keraguan mengenai *platforms*, kurang pemahannya intruksi penggunaan media, dan masih banyak masyarakat yang merasa bahwa informasi yang diberikan oleh *platform crowdfunding* tersebut bukanlah informasi yang sebenarnya.

Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Antonio et al., 2020) dimana generasi millennial sendiri memiliki pengetahuan dasar dan sikap positif terhadap penggunaan media atau sistem, maka dalam menggunakannya akan lebih berhati-hati dan mendalami terlebih dahulu apa yang didapat dalam media tersebut. Seperti apakah sistem tersebut sudah terpercaya, keamanan dari sistem, dan bagaimana sistem tersebut bekerja.

## **2. Pengaruh Kampanye Sosial Terhadap Kepedulian Sosial Kalangan Millennial dalam Berdonasi Amal Melalui *Crowdfunding Platforms*.**

Dalam penelitian ini berdasarkan hasil uji analisis yang dilakukan pada variabel kampanye sosial tidak berpengaruh dalam kepedulian sosial

dimana keputusan ini diambil berdasarkan pada hasil uji t yang dilakukan dimana hasil uji t tersebut sebesar  $1,585 < 1.97646$ . Namun dalam penelitian ini variabel kampanye sosial jika dilakukan uji secara simultan (bersama-sama) maka hasilnya akan berpengaruh secara signifikan terhadap kepedulian sosial. Dimana keputusan tersebut berdasarkan pada uji f hasil uji f yang dilakukan yaitu sebesar  $42,984 > 2,43$ .

Akhir-akhir ini kampanye sosial atau promosi sosial *influencer* melalui media sosial baik instagram, twitter, tiktok, dan media sosial lainnya sedang gencar-gencarnya dilakukan, kampanye sosial tersebut dilakukan oleh influencer yang memiliki ribuan *follower* bahkan jutaan *follower* di media sosialnya dengan tujuan akan berpengaruh terhadap followernya untuk melakukan donasi amal sesuai dengan program sosial yang dipromosikan tersebut (Rantung, 2020). Maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kampanye sosial dari influencer tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepedulian sosial, namun disisi lain kampanye sosial bisa digunakan sebagai meningkatkan *brand awareness* sebuah platforms. Kampanye sosial juga memiliki peran penting untuk menarik masyarakat terutama *millennial* untuk memberikan informasi mengenai penggalangan dana atau donasi secara online.

Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Antonio et al., 2020) dalam hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa generasi millennial bisa dibidang merupakan generasi *gadget*, namun disisi lain mereka juga memiliki pengetahuan dasar dan juga sikap positif dalam menggunakan media sosial. Sehingga dalam mendapatkan informasi mengenai program penyaluran dana dan informasi lainnya akan menyaring terlebih dahulu informasi yang didapat dari media sosial tersebut.

### **3. Pengaruh Empati Terhadap Kepedulian Sosial Kalangan Millennial dalam Berdonasi Amal Melalui *Crowdfunding Platforms*.**

Dalam penelitian ini empati dalam melakukan donasi dengan menggunakan media *crowdfunding platforms* berpengaruh terhadap kepedulian sosial, keputusan tersebut berdasarkan pada hasil dari analisis

uji t, dimana hasil analisis uji tersebut yaitu sebesar  $2,250 > 1.97646$ . Keputusan tersebut juga didukung dengan uji simultan (uji f) di mana dalam uji simultan juga menyatakan bahwa variabel empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepedulian sosial dalam melakukan donasi melalui media *crowdfunding platform*, kesimpulan tersebut berdasarkan hasil uji simultan yaitu sebesar  $42,984 > 2,43$ .

Keputusan tersebut juga diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Tiyas, 2017) empati memiliki pengaruh terhadap sikap seseorang. Dimana empati memberikan dorongan seseorang untuk memberikan bantuan atau pertolongan kepada orang lain. Dimana empati ini merupakan perasaan dimana seolah-olah bisa merasakan keadaan atau kondisi orang lain yang mengalaminya.

Empati seseorang memiliki pengaruh terhadap kepedulian sosial seseorang dimana jika seseorang itu memiliki rasa empati maka orang tersebut akan merasakan mengenai kondisi seseorang tersebut dan memiliki keinginan untuk membantu meringankan beban ataupun masalah orang yang mengalami.

#### **4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Kepedulian Sosial Kalangan Millenial dalam Berdonasi Amal Melalui *Crowdfunding Platforms***

Dalam penelitian ini didapat hasil dari variabel religiusitas dimana variabel religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepedulian sosial dalam melakukan donasi dengan menggunakan media *platform crowdfunding*. Keputusan tersebut berdasarkan pada hasil uji t dimana hasil uji tersebut menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepedulian sosial dimana nilai dari uji t tersebut yaitu sebesar  $5,627 > 1.97646$ . Keputusan ini juga didukung oleh hasil uji simultan (uji f) dimana dalam hasil uji f menyatakan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepedulian sosial dalam melakukan donasi melalui *crowdfunding platform*. Dimana hasil dari uji simultan (uji f) tersebut sebesar  $42,984 > 2,43$ .

Diberbagai aspek kehidupan masyarakat, agama memiliki peran yang sangatlah penting dan paling berperan penting dalam melakukan segala tindakan, agama juga berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam bersosial di masyarakat. Kepercayaan dari seseorang sangatlah mempengaruhi kehidupan sehari-hari, adanya agama dapat menumbuhkan perasaan untuk melakukan atau membantu orang lain. Baik yang beragama muslim, Kristen, Hindu, Budha, dan orang yang beragama lainnya memberikan donasi atau sumbangan yang besar dengan tujuan yang berbeda-beda. Tingkat religiusitas seseorang memiliki dampak yang sangat besar kepada setiap individu baik dalam perilakunya maupun dalam hal lainnya tentunya dengan religiusitas yang tinggi seseorang akan bertindak sesuai dengan keyakinan atau sesuai dengan ajaran agamanya (Knowles et al., 2012). Religiusitas memiliki peran yang sangat penting dalam memotivasi seseorang untuk melakukan donasi amal, terutama untuk seorang muslim biasanya cenderung banyak yang melakukan donasi amal salah satu sebabnya yaitu karena tanggung jawab sesama seorang muslim harus saling tolong menolong (Nuari & Hendratmi, 2019).

Masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang mayoritas beragama islam sehingga memiliki norma, budaya dan landasan agamanya masing-masing. Semua agama mengajarkan umatnya mengenai kebaikan dan juga mengajarkan untuk saling membantu dengan sesama. Dari penelitian ini dapat dipahami bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepedulian sosial seseorang sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas seseorang akan mempengaruhi kepedulian sosial orang tersebut.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### F. Kesimpulan

Dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pasca pandemi covid-19 terhadap kepedulian kalangan millennial dalam berdonasi amal melalui *platform crowdfunding*. Berdasarkan hasil dari analisis dan juga pembahasana yang dilakukan di bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

1. Kemudahan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepedulian sosial kalangan millennial dalam melakukan donasi amal melalui *platform crowdfunding*. Artinya mudah tidaknya sistem crowdfunding tidak mempengaruhi kepedulian sosial kalangan millennial dalam melakukan donasi amal melalui *platform crowdfunding*. Kepedulian sosial bukan berdasarkan mudah atau tidaknya platform tersebut, namun sebagian masyarakat memiliki alasan tersendiri untuk memilih menyalurkan kepedulian sosial mereka dengan memberikan secara langsung atau disalurkan melalui *platform crowdfunding*. Hal tersebut didasari dengan berbagai aspek seperti adanya keraguan mengenai *platforms*, kurang pahamiannya intruksi penggunaan media, dan masih banyak masyarakat yang merasa bahwa informasi yang diberikan oleh *platform crowdfunding* tersebut bukanlah informasi yang sebenarnya.
2. Kampanye sosial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepedulian sosial kalangan *millennial* dalam melakukan donasi amal melalui *platform crowdfunding*. Artinya kampanye sosial dari influencer tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap



kepedulian sosial, namun disisi lain kampanye sosial bisa digunakan sebagai meningkatkan *brand awareness* sebuah *platforms*. Kampanye sosial juga memiliki peran penting untuk menarik masyarakat terutama *millennial* untuk memberikan informasi mengenai penggalangan dana atau donasi secara online.

3. Empati memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepedulian sosial kalangan *millennial* dalam melakukan donasi amal melalui *platform crowdfunding*. Empati seseorang memiliki pengaruh terhadap kepedulian sosial seseorang dimana jika seseorang itu memiliki rasa empati maka orang tersebut akan merasakan mengenai kondisi seseorang tersebut dan memiliki keinginan untuk membantu meringankan beban ataupun masalah orang yang mengalami.
4. Religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepedulian sosial kalangan *millennial* dalam melakukan donasi amal melalui *platform crowdfunding*. Agama memiliki peran yang sangatlah penting dan paling berperan penting dalam melakukan segala tindakan, agama juga berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam bersosial di masyarakat. Sehingga religiusitas memiliki peran yang sangat penting dalam memotivasi seseorang untuk melakukan donasi amal, terutama untuk seorang muslim biasanya cenderung banyak yang melakukan donasi amal salah satu sebabnya yaitu karena tanggung jawab sesama seorang muslim harus saling tolong menolong.

#### **G. Keterbatasan Penelitian**

Berdasarkan hasil dari analisis dan juga kesimpulan dari penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang mempengaruhi hasil dari penelitian. Berikut ini beberapa keterbatasan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut :



1. Penelitian dilakukan dengan objek yang terbatas jumlahnya yaitu sebanyak 150 kalangan millennial yang berdomisili di wilayah D.I Yogyakarta.
2. Data yang dianalisis dalam penelitian ini dilakukan secara terbatas hanya untuk kalangan millennial di daerah D.I Yogyakarta saja. Ada kemungkinan jika penelitian ini dilakukan secara luas atau terbuka untuk umum dan juga dilakukan wawancara hasilnya akan jauh lebih akurat dan objektif.

#### **H. Saran**

Dari hasil penelitian yang dilakukan dan juga analisis maka berikut ini merupakan beberapa saran yang bias digunakan dalam penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Dalam penelitian ini cakupan wilayahnya terbatas hanya di wilayah D.I Yogyakarta saja penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah respondenya.
2. Penelitian ini secara tidak langsung menjelaskan bahwa terdapat factor-faktor yang mempengaruhi kepedulian sosial seseorang dalam melakukan donasi online pada masa pasca pandemi covid-19 ini. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel lainnya dengan melihat referensi pada penelitian terdahulu sebagai acuan pengambilan variabelnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N., Lubis, D., & Muthohharoh, M. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Milenial Berdonasi Online Melalui Crowdfunding Platform: Studi pada Kitabisa.com. *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 08(02), 181–194.
- Antonio, M. S., Laela, S. F., & Al Ghifari, D. M. (2020). Optimizing Zakat Collection in the Digital Era: Muzakki's perception. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 7(2), 235–254. <https://doi.org/10.24815/jdab.v7i2.16597>
- Aziz, I. A., Nurwahidin, N., & Chailis, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menyalurkan Donasi Melalui Platform Crowdfunding Berbasis Online. *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 94–108. <https://doi.org/10.30997/jsei.v5i1.1835>
- Budi, H. (2015). *MAKNA KEPEDULIAN SOSIAL*. Kcbipedul. <http://www.kcbipedul.or.id/2015/11/makna-kepedulian-sosial.html>
- Davis. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Faza, F. T., & Indriani, A. (2021). Adopsi Penggunaan Platform Crowdfunding untuk Donasi Amal pada Kalangan Muslim Milenial. *JEBA (Journal of Economics and ...)*, 6(1), 60–70. <https://academicjournal.yarsi.ac.id/index.php/jeba/article/view/1926>
- Fikriawan, S. (2018). CROWDFUNDING DALAM PERSPEKTIF HUKUM HUKUM ISLAM (Analisis Skema Akad Sewa pada Website Kitabisa.com). *Journal of Islamic Economics and Business*, 01(02), 181–205.

- Fitri, S. H. (2018). *<https://www.syariahx.com/2018/01/hukum-crowdfunding-dalam-islam.html>*. Www.Syariahx.Com.  
<https://www.syariahx.com/2018/01/hukum-crowdfunding-dalam-islam.html>
- Hardani, Hikmatul, A. N., Ardiani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Hengki, W. U. (2020). *Analisis Data Kuantitatif*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Hidayat, A. (2017). *Pengertian Uji Asumsi Klasik Regresi Linear dengan SPSS*. Www.Statistikian.Com. <https://www.statistikian.com/2017/01/uji-asumsi-klasik-regresi-linear-spss.html>
- Imam, G. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.  
[http://digilib.usm.ac.id/pusat/index.php?p=show\\_detail&id=8833%0Ahttp://digilib.usm.ac.id/pusat/lib/phpthumb/phpThumb.php?src=../../images/docs/IMB-SPSS-23.jpg.jpg](http://digilib.usm.ac.id/pusat/index.php?p=show_detail&id=8833%0Ahttp://digilib.usm.ac.id/pusat/lib/phpthumb/phpThumb.php?src=../../images/docs/IMB-SPSS-23.jpg.jpg)
- Kementrian Keuangan. (2016). *Konsep Crowdfunding untuk Pendanaan Infrastruktur di Indonesia*. Www.Kemenkeu.Go.Id.  
<https://www.kemenkeu.go.id/media/4402/konsep-crowdfunding-untuk-pendanaan-infrastruktur-di-indonesia.pdf>
- Knowles, S. R., Heyde, M. K., & White, K. M. (2012). Predictors of Young People's Charitable Intentions to Donate Money: An Extended Theory of Planned Behavior Perspective. *Journal of Applied Social Psychology*.
- Kominfo. (2016). *Mengenal Generasi Millennial*. <https://www.kominfo.go.id/>  
[https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/8566/mengenal-generasi-millennial/0/sorotan_media)
- Kominfo. (2022). *Grafik Kasus Aktif, Kasus Sembuh dan Kasus Meninggal per Provinsi (Update per 4 September 2022)*. Ovid19.Go.Id.

- Lenz, R. (2016). Peer-to-peer lending: Opportunities and risks. *European Journal of Risk Regulation*, 7(4), 688–700. <https://doi.org/10.1017/S1867299X00010126>
- Li, J., Huang, D. Q., Zou, B., Yang, H., Hui, W. Z., Rui, F., Yee, N. T. S., Liu, C., Nerurkar, S. N., Kai, J. C. Y., Teng, M. L. P., Li, X., Zeng, H., Borghi, J. A., Henry, L., Cheung, R., & Nguyen, M. H. (2020). Epidemiology of COVID-19: A systematic review and meta-analysis of clinical characteristics, risk factors, and outcomes. *Journal of Medical Virology*, 93(3), 1449–1458. <https://doi.org/10.1002/jmv.26424>
- Linardi, C., & Nur, T. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berdonasi Melalui Platform Crowdfunding. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 249–267. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.181>
- Lutfi, A. (2019). *Intip Perkembangan Media dan Tren Baru Masyarakat Digital*.
- Metha, C. R., & Patel, N. R. (2015). *SPSS excat test*.
- Morris, Mi. G. (2000). RESEARCH ARTICLE WHY DON'T MEN EVER STOP TO ASK FOR DIRECTIONS? GENDER, SOCIAL INFLUENCE, AND THEIR ROLE IN TECHNOLOGY. *MIS Quarterly*, 24(1), 115–139.
- Muslimah, F. (2020). Donasi Online sebagai Budaya Siber Generasi Milenial. *Jurnal Public Relations (J-PR)*, 1(2), 102–107. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/jpr/article/view/244>
- Nasrullah, M. (2015). SLAMIC BRANDING, RELIGIUSITAS DAN KEPUTUSAN KONSUMEN. *Jurnal Hukum Islam (JHI)*, 78-87.
- Nuari, R., & Hendratmi, A. (2019). FAKTOR MINAT BERDONASI PADA LEMBAGA AMIL ZAKAT SAHABAT MUSTAHIQ. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6(11), 2272–2282.
- Nurhayati, & Harianto, A. (2022). Meningkatkan kepedulian sosial siswa melalui

- pembiasaan berinfak. *Jurnal Pendais*, 4(1), 107–118. <https://uit.e-journal.id/JPAIs/>
- Rantung, R. C. (2020). Galang Dana Penanganan Corona, Rachel Vennya Berhasil Kumpulkan Rp 1 Miliar Lebih Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul “Galang Dana Penanganan Corona, Rachel Vennya Berhasil Kumpulkan Rp 1 Miliar Lebih”, Klik untuk baca: <https://www.kompas.com>. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/hype/read/2020/03/18/110157666/galang-dana-penanganan-corona-rachel-vennya-berhasil-kumpulkan-rp-1-miliar>
- Riduwan, & Akdon. (2006). *Rumus dan data dalam aplikasi statistika : untuk penelitian [administrasi pendidikan-bisnis-pemerintahan-soial-kebijakan-ekonomi-hukum-manajemen-kesehatan]*. Alfabeta.
- Sari, D. S. (2021). Membangun kepedulian di masa covid-19 melalui program gerak sedekah millennial di Desa Tegalkamulyan Cilacap. *Connection: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 69–78. <https://doi.org/10.32505/connection.v1i2.3315>
- Sari, G. G., & Darman, R. (2021). *PERAN KOMUNITAS KETIMBANG NGEMIS PEKANBARU DALAM MENINGKATKAN KEPEDULIAN SOSIAL MASYARAKAT MELALUI MEDIA INSTAGRAM*. 9, 20–28.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta CV.
- Supeni , M. G. (2014). Empati perkembangan dan pentingnya dalam kehidupan Bermasyarakat . *Jurnal Psikologi* , 60-70.
- Suriadi. (2021). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness dan Kesadaran Berderma Generasi Milenial pada Lembaga Kemanusiaan Aksi Cepat Tanggap. *Humanis Proceedings*, 1(2), 920–929. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNH/article/view/11889>
- Tiyas, E. N. (2017). *Pengaruh empati terhadap kepedulian sosial pada remaja*.

- Topscott , D. (2013). *Grow up digital : yang muda yang mengubah dunia*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Umayah, A. N., Ariyanto, A., & Yustisia, W. (2017). Pengaruh empati emosional terhadap perilaku prososial yang dimoderasi oleh jenis kelamin pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Sosial*, 15(2), 72–83. <https://doi.org/10.7454/jps.2017.7>
- Venus, A. (2010). *Mnanjemen Kampanye* . Jakarta: Simbiosia Rekatam Media.
- Warapsari, D. (2020). Crowdfunding sebagai Bentuk Budaya Partisipatif pada Era Konvergensi Media: Kampanye #BersamaLawanCorona (Kitabisa.com). *Avant Garde*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.36080/ag.v8i1.985>
- Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linier Berganda. *Regresi Linier Berganda*, 18.
- Youharti, Inta, E., & Hidayah. (2018). Perilaku Phubbing sebagai Karakter Remaja Generasi Z. *Jurnal Fokus Konseling*, 10, 143-152.

## **LAMPIRAN 1**

### **Kuisisioner Penelitian**

#### **A. Pengantar**

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya Fini Khofifah dari Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai "**Analisis Kepedulian Sosial Kalangan Millennial di Masa Pandemi Covid-19 dalam Berdonasi melalui *Crowdfunding Platforms***" untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi untuk memperoleh gelar sarjana S1.

Dengan segala kerendahan hati, mohon berkenan untuk mengisi kuisisioner apabila memenuhi kriteria di bawah ini:

1. Responden merupakan kalangan millennial 18-40 tahun
2. Responden berada di Wilayah D.I Yogyakarta
3. Responden pernah berdonasi amal melalui platform crowdfunding (Kitabisa.com, Benihbaik.com, Rumah zakat, dll)
4. Responden memiliki media sosial (facebook, instagram, tiktok, dan lainnya)

Kami menjamin bahwa data pribadi akan terjaga dan tidak akan disebarluaskan kecuali data yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian ini murni digunakan untuk kepentingan akademis. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Hormat saya

Fini Khofifah

## B. Data Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Usia :

- 20 – 25
- 26 – 30
- 31 – 35
- 36 – 40

Domisili :

- Kota Yogyakarta
- Kab. Sleman
- Kab. Gunungkidul
- Kab. Bantul
- Kab. Kulonprogo

Pekerjaan :

- Pelajar
- Mahasiswa
- Bekerja

Media social yang sering digunakan :

- Instagram
- Facebook
- Tiktok
- Lainnya



Media crowdfunding yang digunakan dalam berdonasi :

- Kitabisa.com
- Benihbaik.com
- Rumah Zakat
- Lainnya

Link Kuisisioner : <https://bit.ly/KuisisionerSkripsiFini>

### 1. Kemudahan

No .	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya melakukan donasi online melalui <i>platform crowdfunding</i> karena merasa mudah					
2.	Saya melakukan donasi secara online melalui <i>platform crowdfunding</i> karena lebih efisien.					
3.	Saya melakukan donasi online melalui <i>platform crowdfunding</i> dikarenakan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja					
4.	Saya merasa instruksi yang diberikan dalam sistem donasi mudah dipahami dan dimengerti.					
5.	Saya merasa dengan kemudahan system orang akan lebih tertarik untuk melakukan donasi.					

### 2. Kampanye Sosial

No .	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya mengetahui adanya informasi mengenai penggalangan dana ini dari postingan media sosial influencer					

2.	Adanya promosi atau postingan dari influencer tentang penggalangan dana ini membuat saya tertarik untuk berdonasi					
3.	Adanya keterlibatan influencer dalam mempromosikan platform crowdfunding tersebut membuat saya merasa yakin untuk berdonasi.					
4.	Saya merasa influencer memiliki peran yang besar dalam menarik masyarakat dalam berdonasi					

### 3. Empati

No .	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya dapat merasa mudah membayangkan apa yang orang lain rasakan dalam situasi tertentu.					
2.	Saya merasa senang dapat peduli terhadap orang lain.					
3.	Saya cenderung terlibat emosional dalam masalah seseorang yang membutuhkan.					
4.	Saya dapat merasakan apa yang orang lain rasakan dengan cepat.					

#### 4. Religiusitas

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya berdonasi sesuai dengan ajaran agama islam					
2.	Saya berdonasi untuk menjalankan perintah Allah SWT. yaitu untuk bersedekah					
3.	Saya berdonasi karena hati nurani dan percaya bahwa Allah SWT. akan menggantikan atau memberi balasan mengenai apa yang telah saya lakukan.					
4.	Saya berdonasi untuk membantu orang lain dan mencari ridho dan keberkahan dari Allah SWT.					
5.	Saya berdonasi untuk membantu orang lain dan mendapatkan pahala dari Allah SWT.					

#### 5. Kepedulian Sosial

No .	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1.	Saya melakukan donasi karena memiliki keinginan untuk membatu orang lain					
2.	Saya melakukan donasi online melalui <i>platform crowdfunding</i> untuk membantu sesama yang membutuhkan.					
3.	Saya berdonasi secara online merupakan bentuk simpati dan empati saya ke sesama					
4.	Saya berdonasi karena saya merasa bahwa dengan berdonasi saya merasa bisa berkontribusi membantu orang lain yang mengalami kesulitan.					

**LAMPIRAN 2**  
**HASIL TABULASI DATA**

<b>KEMUDAHAN</b>					
<b>KD 1</b>	<b>KD 2</b>	<b>KD 3</b>	<b>KD 4</b>	<b>KD 5</b>	<b>TOTAL</b>
4	5	4	4	4	21
5	4	4	4	3	20
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
1	1	1	1	1	5
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	2	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20



5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25
1	1	2	2	2	8
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20

4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20

5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25

<b>KAMPANYE SOSIAL</b>				
<b>KS 1</b>	<b>KS 2</b>	<b>KS 3</b>	<b>KS 4</b>	<b>TOTAL</b>
3	3	2	4	12
3	2	1	5	11
4	3	4	4	15
5	4	5	5	19
2	3	2	3	10
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	4	3	3	13
3	1	3	4	11
5	5	5	5	20
5	1	2	5	13
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	1	2	4	9
2	1	3	4	10
4	4	4	4	16
1	1	1	3	6
4	3	3	4	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
4	3	2	4	13
4	3	3	4	14
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15



4	2	2	4	12
3	3	4	3	13
1	4	3	1	9
5	5	5	5	20
1	1	1	1	4
4	4	4	4	16
2	1	1	1	5
2	3	2	3	10
3	3	3	5	14
3	3	2	5	13
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	3	3	4	14
3	3	2	4	12
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	3	4	15
3	3	3	4	13
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
2	3	2	3	10
4	3	3	5	15
4	3	3	4	14
4	3	3	5	15
5	5	5	5	20
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
4	3	3	5	15
4	3	3	4	14
3	3	2	4	12
5	5	5	5	20
4	3	2	4	13
4	4	3	4	15
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20

4	2	2	4	12
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	3	3	4	14
4	3	3	4	14
4	3	3	4	14
4	3	2	4	13
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
4	3	3	5	15
5	5	5	5	20
4	3	3	4	14
3	2	2	4	11
4	3	2	4	13
3	3	2	4	12
4	3	2	3	12
2	2	2	4	10
4	3	3	4	14
2	2	2	3	9
4	3	3	4	14
3	3	3	4	13
4	3	3	3	13
3	3	3	4	13
4	3	2	4	13
2	2	2	3	9
4	4	4	4	16
3	2	2	3	10
2	2	2	4	10
3	3	4	3	13
4	3	3	4	14
3	3	2	4	12
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12

3	3	2	3	11
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	2	3	11
4	3	3	4	14
2	2	2	2	8
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	3	3	4	14
4	4	3	4	15
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	2	2	3	10
3	3	3	4	13
2	2	2	3	9
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
3	2	2	3	10
4	5	3	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	3	3	4	13
3	2	2	3	10

4	3	3	4	14
3	3	3	4	13
5	5	5	5	20
3	3	3	4	13
3	3	3	4	13
3	2	2	3	10
5	3	4	3	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15

EMPATI				
EP 1	EP 2	EP 3	EP 4	TOTAL
5	5	5	4	19
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	3	5	15
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
5	5	3	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	5	14
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	3	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16

4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
3	5	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	2	11
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
3	4	4	3	14
4	3	4	3	14
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
3	4	4	3	14
5	5	5	5	20
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
3	4	4	3	14
3	3	4	3	13

5	5	5	5	20
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15

RELIGIUSITAS					
RL 1	RL 2	RL 3	RL 4	RL 5	TOTAL
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
2	3	3	2	3	13
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20



4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	4	17
4	3	3	3	4	17
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	5	23
3	3	3	3	3	15
3	3	5	5	5	21
4	4	5	4	5	22
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21

5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	5	4	4	4	21
4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	3	2	3	15
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	4	17
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20

4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	3	4	3	3	17
3	4	4	4	4	19
4	3	3	3	3	16
4	3	4	3	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	3	3	3	4	17
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	3	16

5	5	5	5	5	25
4	3	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15
4	3	4	3	3	17
4	3	3	3	4	17
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	4	16
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19

<b>KEPEDULIAN SOSIAL</b>				
<b>KP1</b>	<b>KP2</b>	<b>KP3</b>	<b>KP4</b>	<b>TOTAL</b>
4	3	4	4	15
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	2	3	3	11
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
4	3	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	3	3	3	13
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
5	4	4	3	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
4	3	3	4	14
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	2	3	3	11
4	3	4	3	14
3	3	3	3	12

4	3	3	3	13
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	2	3	3	11
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	3	5	3	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
3	4	3	4	14
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	3	3	3	13
3	4	3	3	13
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

UNIVERSITAS  
SIA  
الجامعة الإسلامية  
الاستدائدية



### LAMPIRAN 3

#### HASIL UJI VALIDITAS

##### Kemudahan

##### Correlations

		X1_KD1	X1_KD2	X1_KD3	X1_KD4	X1_KD5	TOTAL_KD
X1_KD1	Pearson Correlation	1	,894 <sup>**</sup>	,858 <sup>**</sup>	,841 <sup>**</sup>	,792 <sup>**</sup>	,919 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X1_KD2	Pearson Correlation	,894 <sup>**</sup>	1	,949 <sup>**</sup>	,932 <sup>**</sup>	,876 <sup>**</sup>	,975 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X1_KD3	Pearson Correlation	,858 <sup>**</sup>	,949 <sup>**</sup>	1	,912 <sup>**</sup>	,923 <sup>**</sup>	,973 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X1_KD4	Pearson Correlation	,841 <sup>**</sup>	,932 <sup>**</sup>	,912 <sup>**</sup>	1	,907 <sup>**</sup>	,962 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X1_KD5	Pearson Correlation	,792 <sup>**</sup>	,876 <sup>**</sup>	,923 <sup>**</sup>	,907 <sup>**</sup>	1	,943 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150	150
TOTAL_KD	Pearson Correlation	,919 <sup>**</sup>	,975 <sup>**</sup>	,973 <sup>**</sup>	,962 <sup>**</sup>	,943 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150	150

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

## Kampanye Sosial

### Correlations

		X2_KS1	X2_KS2	X2_KS3	X2_KS4	TOTAL_KS
X2_KS1	Pearson Correlation	1	,718 <sup>**</sup>	,735 <sup>**</sup>	,703 <sup>**</sup>	,900 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X2_KS2	Pearson Correlation	,718 <sup>**</sup>	1	,858 <sup>**</sup>	,518 <sup>**</sup>	,900 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X2_KS3	Pearson Correlation	,735 <sup>**</sup>	,858 <sup>**</sup>	1	,550 <sup>**</sup>	,914 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X2_KS4	Pearson Correlation	,703 <sup>**</sup>	,518 <sup>**</sup>	,550 <sup>**</sup>	1	,771 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150
TOTAL_KS	Pearson Correlation	,900 <sup>**</sup>	,900 <sup>**</sup>	,914 <sup>**</sup>	,771 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150

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

## Empati

### Correlations

		X3_EP1	X3_EP2	X3_EP3	X3_EP4	TOTAL_EP
X3_EP1	Pearson Correlation	1	,858 <sup>**</sup>	,810 <sup>**</sup>	,769 <sup>**</sup>	,933 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X3_EP2	Pearson Correlation	,858 <sup>**</sup>	1	,879 <sup>**</sup>	,773 <sup>**</sup>	,950 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X3_EP3	Pearson Correlation	,810 <sup>**</sup>	,879 <sup>**</sup>	1	,694 <sup>**</sup>	,914 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X3_EP4	Pearson Correlation	,769 <sup>**</sup>	,773 <sup>**</sup>	,694 <sup>**</sup>	1	,886 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150
TOTAL_EP	Pearson Correlation	,933 <sup>**</sup>	,950 <sup>**</sup>	,914 <sup>**</sup>	,886 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150

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

## Religiusitas

### Correlations

		X4_RL1	X4_RL2	X4_RL3	X4_RL4	X4_RL5	TOTAL_RL
X4_RL1	Pearson Correlation	1	,810 <sup>**</sup>	,798 <sup>**</sup>	,771 <sup>**</sup>	,699 <sup>**</sup>	,878 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X4_RL2	Pearson Correlation	,810 <sup>**</sup>	1	,860 <sup>**</sup>	,876 <sup>**</sup>	,796 <sup>**</sup>	,938 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X4_RL3	Pearson Correlation	,798 <sup>**</sup>	,860 <sup>**</sup>	1	,908 <sup>**</sup>	,838 <sup>**</sup>	,952 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X4_RL4	Pearson Correlation	,771 <sup>**</sup>	,876 <sup>**</sup>	,908 <sup>**</sup>	1	,869 <sup>**</sup>	,957 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
X4_RL5	Pearson Correlation	,699 <sup>**</sup>	,796 <sup>**</sup>	,838 <sup>**</sup>	,869 <sup>**</sup>	1	,906 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150	150
TOTAL_RL	Pearson Correlation	,878 <sup>**</sup>	,938 <sup>**</sup>	,952 <sup>**</sup>	,957 <sup>**</sup>	,906 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150	150

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

## Kepedulian Sosial

### Correlations

		Y_KP1	Y_KP2	Y_KP3	Y_KP4	TOTAL_KP
Y_KP1	Pearson Correlation	1	,744 <sup>**</sup>	,836 <sup>**</sup>	,778 <sup>**</sup>	,900 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150
Y_KP2	Pearson Correlation	,744 <sup>**</sup>	1	,796 <sup>**</sup>	,851 <sup>**</sup>	,920 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150
Y_KP3	Pearson Correlation	,836 <sup>**</sup>	,796 <sup>**</sup>	1	,876 <sup>**</sup>	,944 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150
Y_KP4	Pearson Correlation	,778 <sup>**</sup>	,851 <sup>**</sup>	,876 <sup>**</sup>	1	,946 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150
TOTAL_KP	Pearson Correlation	,900 <sup>**</sup>	,920 <sup>**</sup>	,944 <sup>**</sup>	,946 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150

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

## LAMPIRAN 4

### HASIL UJI REABILITAS

#### Kemudahan

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,975	5

#### Kampanye Sosial

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	4

#### Empati

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,938	4

#### Religiusitas

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,959	5

#### Kepedulian sosial

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,945	4

## RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Fini Khofifah merupakan anak ke empat dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Sugito dengan Ibu Kastini. Penulis lahir di Gunungkidul pada tanggal 19 September 1999. Alamat penulis yaitu berada di Bangkan, RT. 01 RW. 12, Jatiayu Karangmojo Gunungkidul Yogyakarta. Nomor handphone dan Whatsapps yang digunakan penulis 081450384131 dan Alamat email [viinikffh@gmail.com](mailto:viinikffh@gmail.com). Pendidikan Sekolah Menengah Atas penulis ditempuh di MAN 1 Gunungkidul pada tahun 2018 dan pada tahun 2018 penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Indonesia di Program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam.

